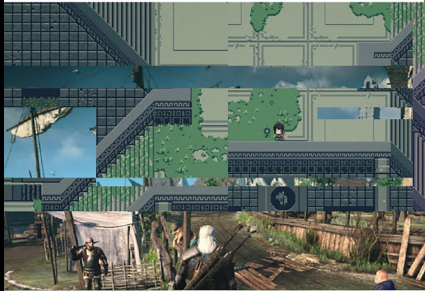




DANIEL MURIEL Y GARRY CRAWFORD

LOS VIDEOJUEGOS COMO CULTURA



Ampersand

Colección Comunicación & Lenguajes

Los videojuegos como cultura
Identidad y experiencia en el mundo actual

Daniel Muriel y Garry Crawford

Traducción de Cecilia Pavón y Claudio Iglesias

Índice de contenido

[Portadilla](#)

[Legales](#)

[PREFACIO Y AGRADECIMIENTOS](#)

[1. INTRODUCCIÓN. LA CULTURA CONTEMPORÁNEA A LA LUZ DE LOS VIDEOJUEGOS](#)

[2. EMERGENCIA Y CONSOLIDACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS COMO CULTURA](#)

[3. LOS VIDEOJUEGOS Y LA AGENCIA EN EL MARCO DEL NEOLIBERALISMO Y LA CULTURA PARTICIPATIVA](#)

[4. LOS VIDEOJUEGOS COMO EXPERIENCIA](#)

[5. VIDEOJUEGOS MÁS ALLÁ DEL ESCAPISMO. EMPATÍA E IDENTIFICACIÓN](#)

[6. VIDEOJUGADORES Y \(POST\) IDENTIDAD](#)

[7. CONCLUSIÓN ESTO NO ES UN VIDEOJUEGO, ¿O SÍ?](#)

[GLOSARIO](#)

[BIBLIOGRAFÍA](#)

PREFACIO Y AGRADECIMIENTOS

Este libro es el resultado de una investigación de más de tres años, un camino que ha sido largo y difícil de recorrer, pero muy gratificante. Y aunque como jugadores a la vez que estudiosos de los videojuegos de larga data ya sabíamos, antes de escribirlo, que los videojuegos tienen una importancia cada vez mayor en el mundo de hoy, el recorrido de la investigación y la escritura nos ha permitido explorar y apreciar en su justa medida el enorme impacto que tienen en la sociedad contemporánea. Sin dudas los videojuegos son ya una parte importante de nuestro paisaje cultural y, como ya ocurrió con otros medios como el cine, la música, la TV y los libros, su amalgamiento con la vida cotidiana crece día a día y sus efectos sobre áreas dispares de la vida social se vuelven cada vez mayores. Pero los videojuegos no son meramente un producto mediático más. Son, desde nuestro punto de vista, el factor que da forma y dirección a la cultura que determina nuestros estilos de vida, sentidos y relaciones. Por eso este libro no trata solo y en general de la *cultura* de los videojuegos, sino también y especialmente de los videojuegos *como* cultura.

Es imposible agradecerles a todas y cada una de las personas humanas y no humanas (a estas últimas considerándolas al menos de forma genérica) que contribuyeron con este libro en alguna medida. Pero vamos a intentar hacer lo mejor posible.

Por más gratificante que sea investigar, es una actividad que suele requerir de algún apoyo material, y esa forma suele ser generalmente el dinero. Por eso, nos gustaría agradecer al Gobierno Vasco y en particular al Programa de Posdoctorado que hizo posible no solo esta investigación sino la reunión de quienes la firmamos. En relación también con el apoyo institucional, un agradecimiento a la Universidad de Salford (en particular a la Dirección Sociedad de la Facultad de Ciencias Sociales y Salud, y a la Universidad del País Vasco) y al Departamento de Sociología 2, en particular el centro de investigación *Social Change, Precarity, and Identity in Contemporary Society*. En Salford, un agradecimiento en especial a Muzammil Quraischi, Gaynor Bagnall, Victoria Gosling, Ben Light, Christopher Birkbeck, Anthony Ellis, Steve Myers y Carlos Frade. En el País Vasco, agradecemos en especial a Joseba García Martín, Ivana Ruíz Estamil, Ander Mendiguren, Iñaki Robles, Carlos García Grados y Benjamin Tejerina. En ambos lugares, su ayuda y su apoyo fue inestimable, sea en la forma del intercambio de ideas, tomando café o yendo

a comer, y la inspiración que nos dieron fue tremenda, mucho más allá de este libro y de los tópicos que estudia. Creemos que Ying-Ying Law, de Salford, merece mención aparte: los dos tuvimos la suerte (junto con Victoria Gosling) de trabajar con ella como becaria doctoral, y de ella aprendimos mucho más de lo que seguramente ella misma imaginaría o admitiría. También tenemos un grato recuerdo de las charlas muy fructíferas que tuvimos con Iñaki Martínez de Albeniz y Diego Carbajo (País Vasco), charlas llenas de videojuegos, brownies, golosinas, mediaciones y *agencements*.

Además del financiamiento y el apoyo material, la investigación social sería imposible sin el acuerdo de quienes gentilmente participan en ella. En nuestro caso, la generosidad con la que nos ayudaron a entender mejor las vicisitudes de la cultura de los videojuegos desde una miríada de puntos de vista distintos fue sorprendente. Los participantes nos comunicaron conocimientos muy ricos, variados, profundos. Esperamos haberles hecho justicia (a ellos y a sus conocimientos). Por razones metodológicas y éticas obvias, no podemos agradecerles con nombre y apellido, pero no queríamos dejar pasar la oportunidad de reconocer su contribución fundamental con nuestra investigación. Es muchísimo lo que les debemos a ustedes. Sí podemos mencionar y agradecer a Karla Zimonja, Pawel, Miechowski y Víctor Somoza, quienes también participaron de la investigación y tuvieron la valentía necesaria para dejarnos citarlos por nombre y apellido, de modo que pueda facilitarse en el libro la conexión entre ellos y sus trabajos. Gracias de verdad por haber sido tan generosos y accesibles con nosotros.

Y si la investigación necesita fondos y participantes, lo que necesita un libro es una editorial que lo publique. Por eso nos gustaría agradecerle a Routledge por confiar en nuestro trabajo. Especialmente le agradecemos a Emily Briggs, editora de sociología, que mostró interés en nuestra investigación desde el principio, y cuya ayuda fue fundamental para que nuestro trabajo viera la luz por esta editorial en su edición original. Le agradecemos igualmente a Elena Chiu, asistente editorial del área de sociología, que nos acompañó en una buena parte de este trayecto, siempre ofreciéndose para ayudar. Tanto Emily como Elena fueron pilares determinantes en todo este proyecto, del que esperamos que estén tan orgullosas como lo estamos nosotros.

Un agradecimiento también a las compañías de videojuegos que fueron receptivas a nuestras preguntas y nos dieron permiso para utilizar la imagen de sus productos, sea que citáramos sus juegos en el libro o no. Gracias a Sony PlayStation (especialmente a Cameron Wood e Ignacio Rodrigo), Square Enix (Ian Dickinson), Bethesda (Alistair Hatch), Fulbright (Karla Zimonja), 11 bit studios (Pawel Miechowski), Lucas Pope, Campo Santo (Erin Yvette), Robert Yang, EA Maxis (Nicole Rauschnot), Nordic Games (Reinhard Pollice), Frictional Games, Funcom (Tor Egil Andersen), Red Thread Games, Bloober Team (Rafał Basaj), Failbetter Games (Hannah Flynn), IMG.N.PRO (Jakub Ryłko), Tale of Tales (Michael Samyn), Giant Sparrow (Ian Dallas, Janelle Grai) y Everything Unlimited (Davey Wreden).

Por otro lado, cualquier investigación o libro en curso de escribirse necesita que se lo discuta, que se lo conozca y juzgue en público a fin de probar sus límites y detectar cualquier deficiencia. Por esa razón, hemos expuesto nuestras hipótesis y desarrollos en diferentes espacios académicos, incluyendo aquí seminarios, conferencias, cursos y simposios. Entre otros espacios en los que presentamos nuestro trabajo, vale mencionar la Conferencia Anual de la Asociación Británica de Sociología en Glasgow (Escocia), la conferencia conjunta DiGRA-FDG en Dundee (Escocia), el programa del seminario de investigación de la Dirección de Ciencias Sociales de la Universidad de Salford, los seminarios de investigación tanto de grado como de maestría en la Universidad del País Vasco, la Conferencia Internacional de la Juventud en Gijón, el Taller Identidad y Video Juegos en la Universidad Carlos III en Madrid, el 2do Foro de Cambio Social en Santander (España). Va un agradecimiento también a los organizadores de todos estos eventos, en los que pudimos encontrarnos con una multitud de investigadores e individuos interesados en nuestro trabajo, que no llegaremos a mencionar. Igualmente, van las gracias a todos, pero en particular (a riesgo de olvidarnos de muchos) a Carlos Gurpegui, Chuso Montero, Antonio Planells, Daniel Escandell, Justyna Janik, Alexander Muscat, Daniel Vella, Óliver Pérez-Latorre, César Díaz, Jorge González, Ruth García, Josué Monchán, Claire Dormann, Iris Rodríguez Alcaide, Adam Duell, Karl Spracklen, Elena Casado, Amparo Lasén, Antonio García, Rubén Blanco, Pablo Santoro, Luca Carrubba y Miguel Sicart.

Gracias también a Alberto Murcia por sus inteligentes comentarios y gran sentido del humor (¡el ladrón de cuerpos ha llegado!); a Jon López Dicastillo por la oportunidad de debatir estos temas en un contexto político; a Héctor Punte por su incesante energía, su pasión por los videojuegos y su capacidad a la hora de abrir el mundillo académico a otras áreas sociales (y aquí incluimos al colectivo Enjuegarte y otros amigos, un peculiar grupo de jóvenes que tienen muchas cosas que decir: Costan Sequeiros, Mélida López, Marta F. Ruíz, Sheila Moreno, Erika García). Gracias a Steve Conway por su tremenda habilidad para leer el entre líneas de nuestro trabajo y por sus más que útiles comentarios sobre algunos de nuestros borradores; a Borja R. Surís, que no es académico, pero cuya sabiduría y amistad tuvimos el placer de compartir junto a una pinta (¡jo dos!) y una buena partida de ajedrez; a Paul Joyce, un sociólogo que trabaja fuera de la academia y que siempre estuvo dispuesto a escuchar nuestras divagaciones y ofrecer ideas; y finalmente a Richard Montgomery y Daniel Hancock por sus conocimientos y puntos de vista sobre deportes electrónicos y *cosplay*, respectivamente.

Hubo también foros y medios donde pudimos probar el impacto de nuestro trabajo frente a una audiencia más amplia, en la forma de publicaciones no académicas. Nos gustaría agradecer a Guillermo G. M. (un auténtico curador de videojuegos y defensor de los videojuegos como cultura) por la oportunidad que nos brindó de compartir algunas de nuestras ideas en uno de los espacios *online* más estimulantes para los videojuegos entendidos como cultura (*Deus Ex Machina*, donde también nos

encontramos con gente interesante y simpática como Nacho Bartolomé, Fran G. Matas, Carmen Suárez, Marçal Mora, Ricardo Lázaro, Jenn Scarlett, Fu Olmos y Ricardo Suárez). Gracias a Alberto Venegas y a su revista *Presura*, una de las personas de talento más generoso que hayamos conocido, y que siempre tendrá algo de relevancia para decirte; a Víctor Martínez de *AnaitGames*, cuya apertura para pensar con nuevos enfoques sobre los videojuegos, tanto como su erudición y capacidad para analizarlos de forma inesperada (y siempre brillante) parecen infinitas (¡como su barba!); a Raúl García de *Zehngames*, a Antonio Santo de *FSGamer*, a Javier Alemán y Juanma de *Nivel Oculto*, a Koldo Gutiérrez de *Cactus* y a John Tones de *Canino* por permitirnos disponer de sus espacios en línea para algunas de nuestras diatribas.

Pero este libro (y todo lo demás, para ser sinceros) no existiría sin el apoyo y cariño de quienes nos rodean, nos apoyan (nos aguantan, habría que decir más bien) pase lo que pase y llenan nuestra vida de amor, serenidad y felicidad. Les debemos más de lo que se puede expresar aquí. Durante el transcurso de este viaje algunos miembros nuevos se han unido a nuestras familias, mientras que otros nos han dejado tristemente. (A mí, Daniel, me gustaría agradecerle especialmente a mi mamá, que no pudo ver el final de este recorrido y muchas otras cosas más importantes: *un beso muy grande, ama*). Entonces este “muchísimas gracias” es para nuestras familias y amigxs, y en particular para nuestras maravillosas esposas, Nuria Fernández y Victoria Gosling, y nuestros hijos hermosos y llenos de vida (cansadoramente llenos de vida a menudo): Nico, Grace y Joseph. ¡Gracias!

1. INTRODUCCIÓN

LA CULTURA CONTEMPORÁNEA A LA LUZ DE LOS VIDEOJUEGOS

Introducción

En su prefacio a la reedición de 2010 del primer volumen de *La era de la información*, Manuel Castells (2010: xvii) afirma que “vivimos en tiempos confusos, como suele ser el caso en los periodos de transición entre diferentes formas de sociedad”. Es difícil no estar de acuerdo con esta afirmación, pero eso probablemente se deba a que *siempre* vivimos en tiempos confusos: estamos perpetuamente en una transición entre diferentes formas de sociedad. A casi dos décadas de iniciado el siglo XXI, el diagnóstico no ha cambiado. La realidad social es el resultado de transformaciones complejas y determinantes, que afectan la forma en que experimentamos, pensamos y actuamos dentro de la sociedad contemporánea.

La tarea principal de los sociólogos es la comprensión de la realidad social que nos rodea. Las ciencias sociales en general, y la sociología en particular, se ocupan de un área de estudio particularmente sensible, porque afecta a una zona de la realidad (el ser social) que influye fuertemente sobre nuestra manera de ser como individuos y grupos, sociedades y comunidades, ciudadanos y seres humanos. La sociología participa peligrosamente de la construcción de regímenes de conocimiento, inclusive de regímenes de *verdad* que determinan la vida social y su estructura. En este sentido, Bourdieu, Chamboredon y Passeron (1991: 69) afirman que “la frontera entre el conocimiento común y la ciencia [en el caso de la sociología] es más borrosa que en otros ámbitos”. Esta *proximidad* entre el sociólogo y su objeto de estudio conlleva varios riesgos y (algo igualmente importante) una fusión entre el conocimiento generado por el académico y el producido por los actores sociales que estudia.

Sin embargo, precisamente porque la sociedad y la sociología están tan entrelazadas, hay espacio para utilizar esta proximidad como una ventaja epistemológica; es decir, se trata de una posición o de un lente que podemos utilizar para tratar de comprender mejor la realidad social contemporánea. Como propuso Georg Simmel (2004: 53) hace más de un siglo, la sociedad puede encontrarse incluso en las interacciones aparentemente más insignificantes: el trabajo de la investigación radica así

en la posibilidad de “encontrar, en cada uno de los detalles de la vida, la totalidad de su significado” (Simmel, 2004: 53). No afirmamos que en este libro hayamos podido captar la totalidad de la vida social contemporánea, pero sí que podemos arrojar nueva luz sobre aspectos importantes de la sociedad contemporánea a través del estudio de la cultura de los videojuegos. (1)

Por supuesto, se podría argumentar (con buen criterio) que no se puede discutir una “cultura” de los videojuegos única y coherente. Se ha dicho en varias oportunidades, y con razón, que no podemos definir los videojuegos, los videojugadores o su cultura en términos homogéneos. Por supuesto que es obvio para cualquiera que tenga un conocimiento casual de los videojuegos que jugar un juego como *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004) en una PC no tiene nada que ver con jugar *Call of Duty* (Activision, Infinity Ward, 2003 hasta la fecha) en una consola de juegos, ni eso con jugar *Candy Crush* (King, 2012) en un celular. Del mismo modo es muy diferente cómo se juegan, experimentan y ubican socialmente los videojuegos, digamos, en el Reino Unido y en India (ver Chhina, 2016). Este es un hecho que reconocemos y sobre el que buscamos explicarnos en este libro. La cultura de los videojuegos es diversa y compleja, y se encuentra en constante evolución. Por lo tanto, somos conscientes de que es problemático hablar sobre una cultura de los videojuegos en singular. Todas las culturas son complejas, nunca son estáticas, y eso ocurre también, inevitablemente, con la cultura de los videojuegos. No obstante, al igual que en un cierto nivel podemos discutir la naturaleza contemporánea de la “cultura británica” o de la “cultura española”, se puede articular un área de estudio, inclusive situándola al nivel de la imaginación, como “cultura de los videojuegos”. Como sostiene Simmel (1964), es obvio que de la misma manera que podemos hablar del comportamiento de los griegos y los persas en la batalla de Maratón sin conocer el comportamiento de todas y cada una de las personas involucradas, es posible separar, aunque solo sea analíticamente, la forma (cultura de los videojuegos en general) de su contenido (los casos concretos: los diferentes tipos de videojuegos, estilos de juego, jugadores, plataformas, contextos sociales, etc.).

La premisa fundamental de este libro es que la cultura de los videojuegos se encuentra en una fase de crecimiento y consolidación, (entendida como la fase de institucionalización de las prácticas, experiencias y significados relacionados con los videojuegos), que impregna nuestras sociedades contemporáneas y proporciona una lente con cuya ayuda podemos analizar cuestiones sociales más amplias de la actualidad. Los videojuegos, entonces, son entendidos como una expresión de la vida y la cultura de la modernidad tardía. Por eso, este libro proporciona una perspectiva importante para la comprensión de los videojuegos como experiencia, cultura y ensamblaje sociotécnico, pero también proporciona un análisis profundo de cómo los videojuegos y su cultura pueden ayudarnos a comprender aspectos de la vida social general tales como el trabajo, la educación, la cultura, la agencia, el poder, la experiencia, la empatía y la identidad en el mundo actual. En particular, este libro presenta

nociones complejas que afectan a la sociedad contemporánea a través de la cultura de los videojuegos, pero de forma tal que estas ideas sean tangibles y accesibles.

El libro, entonces, realiza una contribución intelectual original y novedosa particularmente en los campos de la sociología, los estudios culturales y de los medios, y los estudios de juegos (*game studies*). En este sentido, el libro emplea perspectivas e ideas de una variedad de actores sociales que tienen influencia sobre diversas áreas de la cultura de los videojuegos. A diferencia de la mayoría de las investigaciones en este campo, que tienden a centrarse en un aspecto particular de los juegos o en un tipo particular de actor (como, por ejemplo, ciertos tipos de videojugadores, desarrolladores u otros profesionales de la industria), esta investigación considera los roles y actitudes de quienes ocupan distintas posiciones, desde jugadores (en el espectro del jugador casual al jugador ávido) hasta diseñadores de juegos, periodistas y también aquellos que a menudo faltan en la investigación en este campo como los académicos de juegos, y aquellos involucrados en la interpretación cultural más amplia de los juegos, como los directores de museos. El texto también integra una serie de conceptos e ideas clave que se emplean con frecuencia en los estudios de juegos, pero cuyo significado, valor o uso rara vez están completamente elaborados. De esta forma, el libro lleva los estudios de juegos a una serie de áreas apenas exploradas y establece nuevos marcos teóricos y metodológicos para el análisis de los videojuegos, los jugadores y su cultura.

¿Por qué los videojuegos?

Entonces, ¿por qué y cómo los videojuegos y su cultura nos permiten comprender un amplio abanico de problemas sociales? Principalmente, la decisión de estudiar los videojuegos para comprender la sociedad contemporánea y las transformaciones que la definen se basa en cuatro supuestos:

1. Los videojuegos son una realidad indudablemente contemporánea;
2. Los videojuegos encarnan algunos de los aspectos más importantes de la sociedad contemporánea;
3. Los videojuegos son productos culturales establecidos;
4. Existe actualmente una cultura de los videojuegos en fase de crecimiento y consolidación.

Primero, los videojuegos son, sin duda, una realidad contemporánea. Si el objetivo de este libro es arrojar luz sobre aspectos clave de la contemporaneidad desde una perspectiva sociológica y cultural tanto como desde el punto de vista de los estudios de medios, el universo de los videojuegos es entonces un excelente campo para ayudarnos a ilustrar esos aspectos. El fenómeno de los videojuegos ha sido relevante, al menos desde un punto de vista social, recién desde la década de 1980 (Kirkpatrick, 2015). Desde entonces, los videojuegos han crecido de manera exponencial, especialmente en la última década, con la llamada “revolución casual” (Juul, 2010) y la expansión de los videojuegos hacia los dispositivos móviles y las redes sociales en línea, sobre todo Facebook. Los videojuegos son posmodernos y, como tales, contienen la promesa de una nueva realidad por venir:

Los juegos digitales aparecieron en una era en la que los discursos acerca de la edad post industrial y la posmodernidad predominaban y en la que la regulación pública de los medios y las comunicaciones estaba siendo dismantelada [...] Por eso tal vez no debería sorprender que los videojuegos mantengan la promesa de generar nuevos espacios de sociabilidad, virtualidad e identidad mientras al mismo tiempo encarnan temores relacionados con los crecientes niveles de violencia, la individualización y el consumo en la sociedad. (Kerr, 2006: 2)

Esto nos lleva a nuestra segunda razón: la idea de que los videojuegos son un punto de vista clave desde el que acercarse a las transformaciones más importantes de la sociedad contemporánea. En este sentido los videojuegos encarnan algunos de los aspectos más determinantes de la sociedad en general como la omnipresencia de la cultura digital, la hegemonía de las racionalidades políticas neoliberales, el surgimiento de la cultura participativa y de nuevos modos de construir significados, por nombrar solo algunos temas. Nos enfrentamos a un mundo que ha sido completamente inundado por la tecnología digital (Castells, 2010), lo que afecta nuestra vida social en formas múltiples y significativas (Gere, 2008) y también establece una mediación en la forma en que interactuamos con nuestro entorno. Los videojuegos, objetos digitales por definición, seguramente serán uno de los más importantes productos culturales de esta era digital (Kirby, 2009) y eso los convierte en uno de los mejores puntos de acceso para comprender la cultura digital. Del mismo modo, los videojuegos reflejan y reproducen la racionalidad política hegemónica de la sociedad contemporánea, la del neoliberalismo, una racionalidad en la que la gobernanza social se centra en la libertad individual de elección y en la responsabilidad otorgada al individuo (Rose, 1999). El papel central del jugador de videojuegos como “demiurgo” de lo que le sucede en la pantalla refuerza esta posición. Sin embargo, la cultura de los videojuegos también implica racionalidades y culturas más colaborativas y participativas: en sí misma la cultura de los

videojuegos puede definirse como una “cultura participativa” (Jenkins, 2006), que les permite a los consumidores participar activamente en la construcción y modificación del contenido de los medios que consumen. La cultura de los videojuegos está llena de potencial participativo, por ejemplo a través de la producción o el uso de wikis, recorridos de demostración (*walkthroughs*), y de prácticas como la *fan fiction*, el *cosplay*, el *modding* y muchas otras (Newman, 2008). Finalmente, los videojuegos también ejemplifican el modo como se forman hoy las identidades; el tipo de “jugador” y las comunidades que se construyen en torno a un videojuego particular son claros ejemplos de identidades fluidas, múltiples y fragmentadas (Bauman, 2004; Giddens 1991), hasta el punto de que anticipan escenarios de post identidad (Agamben, 1993).

En tercer lugar, los videojuegos aparecen como uno de los productos y objetos culturales más relevantes de nuestro tiempo. Si, como sugiere Kirby (2009), el “digimodernismo” es la lógica cultural hegemónica de la sociedad contemporánea, una lógica en la que el videojuego y el videojugador constituyen respectivamente las posiciones de objeto y sujeto, entonces el estudio de la cultura de los videojuegos puede proporcionarnos herramientas clave para comprender nuestro paisaje cultural. La industria de los videojuegos es una industria cultural próspera, que va volviéndose predominante en el campo de las industrias culturales. Los ingresos de las empresas de videojuegos son mayores cada año (Chatfield, 2011; ESA, 2016) y parecen lejos de haber alcanzado su techo. Las estadísticas nos dicen que crece el número de personas que juegan videojuegos, independientemente de la demografía (ESA, 2017; Ukie, 2017). De manera similar, proliferan los museos y las exhibiciones de videojuegos (Antonelli, 2013), junto con conferencias, festivales, torneos y todo tipo de eventos (Taylor, 2012; Law, 2016). Además, no solo ha aumentado enormemente el número de publicaciones web especializadas en videojuegos; aumentó también la cobertura de los medios tradicionales, que han comenzado a incluir regularmente secciones dedicadas a los videojuegos. Además, han aparecido multitud de trabajos, cursos y carreras que se centran en el desarrollo, el diseño y el estudio de los videojuegos, de forma que su impacto en el mercado de trabajo y en la educación es también mayor (Kerr, 2017). En relación al mundo académico, el surgimiento de la disciplina de los estudios de juegos (Aarseth, 2001; Wolf y Perron, 2015), junto con el creciente interés en los videojuegos de parte de una amplia gama de disciplinas (ciencias sociales, humanidades, artes, ciencias naturales y técnicas) corroboran la relevancia de los videojuegos en nuestra sociedad contemporánea.

Finalmente, se puede argumentar que existe una cultura de los videojuegos en una fase de crecimiento y consolidación (Mäyrä, 2008; Crawford, 2012), entendiendo esta fase como la institucionalización de las prácticas, las experiencias y los significados relacionados con los videojuegos en la sociedad contemporánea. Este es un proceso que impregna casi todos los rincones del tejido social, y permite que muchos aspectos de nuestra sociedad puedan entenderse cada vez más en términos de videojuegos, es decir que estamos en un proceso creciente de *videoludificación* de la sociedad (Raessens, 2010; Walz y Deter-

ding, 2014; Zimmerman, 2014; Mäyrä, 2017). No solo ocurre que los juegos reflejan problemas sociales más amplios, también dan forma a esos asuntos sociales e impulsan su transformación. Este proceso se puede corroborar en el modo en que ciertas áreas de la realidad social se ludifican, es decir, se impregnan del uso de elementos lúdicos, especialmente de videojuegos, en campos como la educación, el trabajo, la clínica médica, los negocios, la guerra, la academia, las relaciones sociales, etcétera. La realidad social se convierte en un (video) juego y, al hacerlo, la cultura de los videojuegos empieza a afectar significativamente a la sociedad en su conjunto. Por lo tanto, aunque haya actores sociales que todavía ignoren a los videojuegos como cultura, la cultura de los videojuegos los está afectando a ellos también. Nos está afectando a todos, en realidad, querámoslo o no.

Por todas estas razones, este libro promueve y se centra en el valor de los videojuegos como foco y herramienta para comprender cambios y procesos sociales y culturales más amplios. Puede decirse, por lo tanto, que el libro es una exploración de la *cultura de los videojuegos*, de los *videojuegos en la cultura*, y también de los *videojuegos como cultura*.

Métodos

Desde un punto de vista metodológico, la investigación en la que se basa este libro parte de un enfoque de teoría actor-red, siguiendo los trabajos de Latour (2007) o Law (2004), y centrándonos especialmente en los aspectos innovadores de una etnografía digital (Hine, 2000) y en el modo como se entrelaza con métodos más tradicionales (Thornham, 2011). Este enfoque busca centrarse no solo en los agentes o actores sociales y sus discursos, sino también en sus formas de hacer y proceder. Por ejemplo, esta es la razón por la que las entrevistas incluyeron preguntas sobre las actividades, objetivos y sentimientos comunes de los entrevistados, junto con indagaciones más teóricas sobre sus opiniones respecto de determinados temas relacionados con la cultura de los videojuegos.

Por lo tanto, el libro se basa en datos recopilados a través de una investigación etnográfica de la cultura de los videojuegos, realizada entre enero de 2014 y junio de 2017. Este trabajo requirió de una combinación de herramientas de investigación, incluido el uso de entrevistas formales semi estructuradas, observaciones, entrevistas informales, un compromiso centrado en la cultura de los videojuegos *online* tanto como *offline*, y el uso del juego como método de investigación. Todos los datos recopilados se utilizaron para ilustrar y dar voz y peso a los argumentos e ideas que planteamos en el libro.

Con el fin de recoger una amplia gama de opiniones de diversos actores sociales, la investigación incluyó entrevistas semi estructuradas con veintiocho participantes en Alemania, Suecia, Luxemburgo y Estados Unidos, pero principalmente en el Reino Unido y España: algunas entrevistas fueron cara a cara, pero en su mayoría se realizaron a través de Skype. Los entrevistados fueron categorizados con vistas a incluir a personas que desempeñan una variedad de roles relacionados con los videojuegos. Esto incluye, entre otros, a los videojugadores, a los desarrolladores (diseñadores, programadores y artistas), a los académicos, a los periodistas y blogueros especializados, y a los representantes del sector de las artes y la cultura. Es importante observar que estas categorías son solo herramientas analíticas que simplemente se usaron para reunir a una amplia variedad de actores implicados en la cultura de los videojuegos. Estas categorías no son mutuamente excluyentes ni están claramente delimitadas. Por lo tanto, mientras la mayoría de los estudios empíricos de la cultura de los videojuegos se enfocan solo en un tipo particular de actor o rol, por ejemplo en los videojugadores, o en los desarrolladores, o en los periodistas, etcétera, este libro explora la naturaleza de esta cultura y sus redes desde múltiples perspectivas.

El objetivo de generar datos a través de este variado *pool* de participantes es comprender, en la escala pequeña pero detallada que nos permite nuestro enfoque cualitativo y etnográfico, la diversidad de actores que participan de la cultura de los videojuegos. Nuestro propósito no es establecer diferencias entre los profesionales de la industria de los videojuegos y los videojugadores, o entre personas de diferentes nacionalidades o antecedentes (factores que se toman en cuenta, no obstante), sino estudiar la cultura de los videojuegos en su conjunto, así como su impacto en la sociedad. Todos los participantes citados en la investigación aparecen con seudónimo excepto tres entrevistados que aparecen con sus nombres reales, con su consentimiento explícito, para que podamos referirnos a sus obras con más libertad. Es el caso de Pawel Miechowski, redactor senior de 11 bit studios (desarrolladores de *This War of Mine*, 2014), de Karla Zimonja, cofundadora de Fullbright (desarrolladores de *Gone Home*, 2013), y de Víctor Somoza, director del documental sobre videojuegos *Memorias: más allá del juego*. [\(2\)](#)

Con respecto a los videojugadores, los entrevistados fueron seleccionados deliberadamente según su (autopercebido) nivel de participación en la cultura de los videojuegos y su propia autodefinición, o no, como “jugador”. Algunos participantes están muy involucrados en distintos aspectos de la cultura de los videojuegos y se identifican a sí mismos como jugadores, mientras que otros son menos activos y no necesariamente se etiquetan a sí mismos como jugadores. Los entrevistados que se desempeñan profesionalmente en la industria de los videojuegos también fueron elegidos con el fin de proporcionar al estudio una buena gama de participantes de acuerdo con variables como su función dentro de la industria (gerentes, programadores, diseñadores, artistas, ejecutivos de marketing, etc.), tipo de empresa (tamaño, función: desarrolladores y/o editores) y el tipo de videojuegos en el que trabajaron (categorías AAA, indie, juegos gratuitos). Los entrevistados categorizados como pertene-

cientes a “los medios” fueron seleccionados en relación con el tipo de medio (impreso o en línea) y el papel que desempeñan en ese medio en particular. Por último, entrevistamos a personas que trabajan en el ámbito cultural con foco en los videojuegos, como directores de museos de videojuegos.

También se tuvieron en cuenta el género y la edad, una vez más para darle suficiente variedad a la muestra de participantes. Eso nos proporcionó un rango de edad de 24-54 y una división de género de 7 mujeres-21 hombres. (Entre los videojugadores la división fue cincuenta y cincuenta). Las entrevistas se grabaron, transcribieron y analizaron temáticamente. También se tomaron notas de las conversaciones y comunicaciones más informales con los entrevistados y se incorporaron a la investigación; por ejemplo, información sobre su trabajo, experiencias, etc. (Ver Tabla 1.1, que presenta la lista de entrevistados y alguna información básica). En cada capítulo se proporcionan los seudónimos de los entrevistados y alguna información básica de cada uno la primera vez que se mencionan; en lo siguiente, nos referimos a ellos usando su seudónimo.

En buena medida esta investigación también es auto etnográfica. Los autores nos identificamos, ambos, como jugadores; ambos hemos jugado videojuegos desde la primera infancia. Por lo tanto, la investigación se basa también en nuestro conocimiento y experiencias de juego; durante el proceso de investigación tomamos la decisión de comprometernos más profundamente con la cultura de los videojuegos y jugar con mucha más regularidad y vocación de análisis. Durante todo el período del proyecto, mantuvimos diarios de investigación detallados, que documentan este proceso (auto)etnográfico, incluyendo reflexiones, observaciones, sesiones de juego y conversaciones informales.

Tabla 1.1. Lista de entrevistados

Nombre	Descripción	Edad	Género
Albert	desarrollador, artista	25	varón
Alfred	se identifica fuertemente como jugador, muy involucrado	26	varón
Ander	no se identifica como jugador, poco involucrado	33	varón
Carl	se identifica fuertemente como jugador, muy involucrado	28	varón
Conan	youtuber, crítico de juegos y cine	23	varón
Dante	director de una web sobre videojuegos	31	varón



LOS VIDEOJUEGOS COMO CULTURA: IDENTIDAD Y EXPERIENCIA EN EL MUNDO ACTU...

Darius	desarrollador, diseñador, indie	28	varón
Edward	director de una maestría en videojuegos	54	varón
Elisabeth	no se identifica como jugadora, poco involucrada	25	mujer
Emmett	director de una web cultural sobre videojuegos	48	varón
Federico	director de <i>community management</i> , juegos <i>online</i>	31	varón
George	desarrollador, diseñador de niveles, juegos AAA	42	varón
Iker	no se identifica como jugador, poco involucrado	43	varón
Jack	coordinador de dos maestrías en desarrollo de videojuegos	46	varón
Javier	desarrollador, diseñador, compañía grande	32	varón
Jill	se identifica levemente como jugadora, poco involucrada	26	mujer
John	ex jugador profesional, director de un equipo de jugadores profesionales	32	varón
Karla			
Zimonja	cofundadora de Fullbright, artista, <i>Gone Home</i>	37	mujer
Laura	desarrolladora, artista, juegos indie	26	mujer
María	traductora con experiencia como jugadora de juegos online	39	mujer
Marta	se identifica levemente como jugadora, muy involucrada	25	mujer
Noel	desarrollador, programador, diseñador	24	varón
Pablo	desarrollador, programador, juegos AAA	35	varón
Patxi	desarrollador, programador, diseñador, juegos indie y AAA	38	varón
Pawel			
Miechowski	cofundador 11 bit studios, escritor senior, <i>This War of Mine</i>	40	varón
Robert	director de sitio <i>online</i> sobre videojuegos	47	varón
Víctor			
Somoza	director del <i>film</i> sobre videojuegos <i>Memorias: Más allá del juego</i>	27	varón



Zelda

se identifica levemente como jugadora, muy involucrada

25

mujer



En esta investigación, la práctica del juego como método de producción de datos tuvo un rol importante (ver Mäyrä, 2008; Bizzocchi y Tanenbaum, 2011; Karppi y Sotamaa, 2012; van Vught y Glas, 2017). Siguiendo los planteos de la teoría actor-red, los videojuegos mismos son también “participantes” activos en esta investigación. Frans Mäyrä (2008: 165) sostiene que jugar es el “elemento crucial en cualquier metodología del estudio de juegos”. De ahí que varios autores argumenten que para comprender plenamente los videojuegos es fundamental que el investigador los juegue. Ahora bien, la forma en que un investigador juega y analiza un juego puede variar mucho. No es nuestra intención aquí exponer una consideración completa del valor, las limitaciones y el uso del juego como herramienta de investigación, ya que otros autores como Jasper van Vught y René Glas (2017) ofrecen una excelente visión general de este método; no obstante, nos parece importante destacar al menos brevemente algunas de las características principales de lo que todavía es un método de investigación en gran parte nuevo e innovador, así como dejar establecido nuestro propio enfoque.

En particular, Van Vught y Glas (2017) proponen una clasificación de las distintas formas de utilizar el juego como método de investigación, organizadas en torno a dos ejes: enfoque y estilo. En términos de enfoque, Van Vught y Glas sugieren que los investigadores pueden adoptar lo que denominan un enfoque de “objeto” o “proceso”. Definen el “enfoque de objeto” como la inclinación del investigador a centrarse en los juegos como un objeto o “texto” específico, que se analiza para comprender su estructura o contenido. Este enfoque ciertamente puede basarse en una tradición más bien literaria, y considerar, por ejemplo, la narrativa o iconografía de un juego, o en un abordaje más bien inspirado en la ludología y concentrarse en aspectos del juego como su estructura y reglas. Un “enfoque de proceso” implica en cambio “empujar el análisis más allá del enfoque en el jugador o en el juego hacia las diversas fuerzas y conexiones que sostienen el ensamblaje de los juegos como procesos” (Van Vught y Glas, 2017: 3). Se trata de un enfoque más contextual, que ubica a los juegos, a los jugadores y al investigador dentro de un marco de comprensión sociocultural más amplio.

Van Vught y Glas (2017) destacan también que es importante el modo como el investigador elige jugar el juego. Aquí contrastan los estilos de juego “instrumental” y “libre”. En el juego instrumental, el investigador busca examinar la gama completa de posibilidades en el juego, como explorar todas las áreas o modos de juego. En el juego libre, en cambio, lo que busca el investigador es subvertir la lectura “preferida” del juego y se involucra en un “juego transgresor” (Karppi y Sotamaa, 2012), por ejemplo, al intentar hacer trampa o simplemente empujar los límites del juego para ver qué es posible.

Por supuesto, el modelo establecido por Van Vught y Glas (2017) es en gran parte una herramienta analítica. Son muchos los investigadores que combinan o difuminan las líneas entre los diferentes estilos de juego y, como ocurre con la mayoría de los estudiosos de los juegos, tampoco nuestro propio enfoque encaja cómodamente en un tipo en particular. Dado que somos sociólogos, y dado el enfoque teórico particular de este libro, podemos decir que en general adoptamos un enfoque orientado al proceso, que busca analizar los juegos como actores dentro de un marco social más amplio. Pero al hacerlo a menudo también tenemos que centrarnos en la narrativa, la estructura o el contenido de ciertos juegos, si estos niveles son relevantes. Del mismo modo, nuestros estilos de juego variaron enormemente. Algunas veces nos aproximamos a lo que Aarseth (2003) denomina “juego superficial”, en el que simplemente nos sumergimos en un juego durante unos minutos. Otras veces, practicamos un juego mucho más detallado y sistemático para explorar tantas avenidas y posibilidades de juego como pudiéramos; mientras que en otros casos tratamos de desviarnos de nuestro propio estilo de juego y del de otros para experimentar y ver lo que era posible hacer con un juego.

Por lo tanto, todos los juegos enumerados en este libro han sido jugados por al menos uno de nosotros dos, y la mayoría por ambos, durante el curso de la investigación y la escritura de este libro. A veces los jugamos de forma extensa y completa, a veces de forma superficial y por poco tiempo. Al comienzo del proyecto comenzamos con una lista de diferentes tipos y géneros de juegos, en varias plataformas, que teníamos la intención de jugar, y durante el transcurso del proyecto agregamos muchos más títulos a medida que iban estando disponibles o que nos enterábamos de ellos. Jugamos de todo: juegos AAA, juegos independientes, juegos para PC, para varias consolas antiguas y nuevas, juegos para dispositivos móviles, para navegadores web, en línea, fuera de línea, juegos individuales, multijugador, etcétera. Algunos eran los tipos de juego que normalmente jugamos, y esos a menudo los jugábamos hasta el final, como *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt RED, 2015); algunos no los habíamos jugado en bastante tiempo y los revisamos de una manera más enfocada y analítica, como *Assassin's Creed* (Ubisoft, 2007); y algunos los jugamos con otros, como con nuestros hijos, como la aplicación *CBeebies Playtime* (BBC Media, 2015); mientras que algunos los jugamos simplemente para ampliar los límites de los tipos de juego que normalmente encontraríamos, como probar suerte en Pokémon GO (Niantic Labs, 2012). Esto nos permitió operar con una amplia gama de juegos, muy diversa: a muchos de ellos nos referimos explícitamente en el libro, pero la lista de los que jugamos se extiende mucho más allá de los que se mencionan aquí. Y si los juegos analizados para esta investigación superan en gran número a los referidos en el texto (que tienden a ser en su mayoría juegos muy contemporáneos), el acumulado de los juegos que analizamos y referimos explícitamente en el libro de por sí es mucho más extenso y diverso que lo que uno puede encontrar normalmente en un estudio de videojuegos.

Además de jugar muchos más juegos de los que normalmente jugaríamos y de hacerlo de una manera mucho más centrada y analítica, también decidimos intentar involucrarnos con una cultura de los videojuegos de una manera profunda y significativa. En gran medida esto nos llevó a practicar un tipo de observación no participante más regular y enfocada en la cultura del juego (*online* tanto como *offline*) de lo que en otras circunstancias habría sido normal, por ejemplo, a leer con regularidad revistas de videojuegos, blogs, reseñas, foros de mensajes, a seguir canales de YouTube y Twitch, revistas, sitios web y blogs como *Rock, Paper, Shotgun*, (3) *Polygon*, (4) *Kotaku*, (5) *GiantBomb*, (6) *Gamasutra*, (7) *Edge*, (8) *Waypoint*, (9) *PC Gamer*, (10) *Eurogamer*, (11) *Kill Screen*, (12) *AnaitGames*, (13) *Zehngames*, (14) *Deus Ex Machina*, (15) *AntiHype*, (16) *Presura*, (17) y *FS Gamer*, (18) por nombrar solo algunos ejemplos. En relación con YouTube y Twitch, seguimos regularmente canales como *PewDiePie*, (19) *Feminist Frequency*, (20) *TotalBiscuit - The Cynical Brit*, (21) *The Syndicate Project*, (22) *Pushing Up Roses*, (23) *PBS Game Show*, (24) *Markiplier*, (25) *Jim Sterling*, (26) *Scanliner*, (27) *DayoScript*, (28) *Bukku qui*, (29) *SonyaTheEvil*, (30) *Fremily*, (31) *Littlemisspiss*, (32) y *Silentsentry*. (33) También analizamos los comentarios hechos en sitios de redes sociales como Twitter, Facebook y Reddit. Daniel Muriel también decidió que sería útil participar en esta cultura de una manera más activa y empezó un blog (*The Three-Headed Monkey* (34)) para involucrarse con una comunidad de jugadores en línea, probar ideas y explorar su validez. Con el mismo objeto, colaboró con medios de comunicación especializados en videojuegos. (35) Y también llevamos a cabo estudios de casos específicos en los que se realizaron observaciones respecto de varios títulos de videojuegos (incluidos *Gone Home*, *This War of Mine*, *Titan Souls*, *Papers, Please*, *Gods Will Be Watching*, *Watch Dogs*, *Life is Strange*, *Skyrim*, y *Bloodborne*) y de lo que se comentaba de ellos en las comunidades de videojugadores en foros *online* y redes sociales, entre los profesionales de los medios en sitios web especializados y entre los desarrolladores. En un contexto social atravesado por una cultura digital preeminente, lo que sucede en Internet es crucial para comprender las realidades sociales que se forman a su alrededor. Entre otras cosas, Twitter, Facebook, Reddit, Instagram, YouTube, sitios web y blogs conforman un espacio social donde se establecen las relaciones sociales y se gesta la realidad social. Esto es particularmente importante para la cultura de los videojuegos.

Estructura del libro: “X marca el lugar”

Al comienzo de *The Secret of Monkey Island* (LucasArts, 1990), el protagonista Guybrush Threepwood tiene que comparecer ante los tres líderes piratas de la Isla Mêlée para cumplir su deseo de convertirse en pirata. Para que demuestre su valía, los

líderes piratas le plantean tres pruebas: debe sobresalir en la lucha con espada, debe demostrar que es hábil como ladrón y debe encontrar un tesoro. En relación con la última prueba, el osado pero no tan brillante Guybrush (su única habilidad, notable no obstante, consiste en poder contener la respiración durante diez minutos) pregunta a los líderes piratas si necesita un mapa para encontrar el tesoro. “¡Difícilmente puedas encontrar un tesoro sin un mapa!”, le responde uno de los líderes piratas con visible desdén. Y agregan: “¡La X marca el lugar!”.

Si el objetivo de este libro es trazar un mapa de las diferentes formas en que la cultura de los videojuegos se entrelaza con aspectos importantes de la vida social y la cultura contemporánea, entonces antes de avanzar es necesario hacer una pausa para exponer las líneas latitudinales y longitudinales que seguirá este libro; y donde sea necesario, a lo largo del libro, volver a señalarlas.

El libro está destinado a una amplia gama de lectores potenciales; desde investigadores en áreas como el estudio de juegos, las ciencias sociales, los estudios culturales y de medios, hasta estudiantes de grado y posgrado y en general cualquier persona interesada en el estudio de los videojuegos, su cultura y en los temas más amplios que afectan a la sociedad contemporánea. *Los videojuegos como cultura* es un libro que ofrece ideas originales, novedosas y significativas sobre diferentes áreas, temas y nociones relevantes para la sociedad contemporánea, tales como la cultura de los videojuegos y los videojugadores, las experiencias de jugar videojuegos, la identidad, la agencia, la empatía, las culturas digitales y participativas, y el neoliberalismo, para nombrar solo unos pocos.

El Capítulo 2 considera algunos ejemplos clave del proceso por el que los videojuegos se están convirtiendo en un fenómeno cultural creciente que está contribuyendo con transformaciones sociales más amplias. Tras proponer una definición de la cultura de los videojuegos en pleno siglo (video) lúdico, en un momento de auge de la cultura digital, el capítulo explora diferentes temas que nos ayudan a comprender el surgimiento y consolidación de la cultura de los videojuegos. Entre ellos, la ludificación de la realidad, el creciente interés por los videojuegos entre el público general, el florecimiento de la industria de los videojuegos, la intervencionalidad entre los videojuegos, la educación y el trabajo, la diversificación de los públicos de los videojuegos y los usos de los videojuegos en la academia y como producción cultural.

El capítulo 3 aborda la naturaleza contemporánea de la agencia, sus limitaciones y posibilidades sociopolíticas en el contexto de los videojuegos. Partiendo principalmente de la teoría actor-red y del trabajo de Michel Foucault, el capítulo entiende la noción de agencia como una producción múltiple, distribuida y dislocada de transformaciones que pueden tomar una multitud de formas. Así, la agencia se define como aquello que transforma la realidad de una forma u otra dentro del marco perfilado por las racionalidades políticas vinculadas a los dispositivos y ensamblajes neoliberales. Aunque la noción de agencia

en los videojuegos parece estar dominada por los referentes del neoliberalismo, todavía es posible imaginar formas de redirigirla hacia resultados más prometedores.

El capítulo 4 sostiene que los videojuegos pueden entenderse como experiencias post fenomenológicas. Los videojuegos nos ayudan a canalizar diferentes experiencias para conectarnos con otras realidades. Las experiencias de juego a menudo se relatan como cualquier experiencia vivida: los videojuegos constituyen un fenómeno necesariamente actualizado y encarnado, vinculado a una tendencia social más amplia, que ve la realidad como un conjunto de experiencias. Pero no se trata solamente de que los videojuegos puedan entenderse *como* experiencias: también son útiles para arrojar nueva luz sobre nuestra comprensión de la naturaleza contemporánea de la experiencia en general. Por tanto, la experiencia puede describirse como individual, única y contingente, y al mismo tiempo como colectiva, compartida y estable.

El capítulo 5 explora más a fondo el modo en que los videojuegos pueden crear diferentes experiencias de juego, y nos centramos aquí específicamente en aquellas que promueven la empatía social y los procesos de identificación y que desafían la idea de los videojuegos como una actividad exclusivamente escapista. Los videojuegos no solo son universos autónomos diseñados para que escapemos hacia ellos: también son un medio para que podamos conectarnos con diferentes aspectos de la realidad. La clave para comprender los mecanismos fundamentales e interrelacionados de la empatía y la identificación como formas de conectarnos con otras realidades sociales radica en la noción de que las experiencias de los videojuegos no sustituyen necesariamente a las experiencias del mundo real en las que se basan, sino que, más bien, median entre ellas y los jugadores de videojuegos.

El capítulo 6 se centra en la naturaleza contemporánea de la identidad en relación con los videojuegos. En este punto particular, nuestra hipótesis es que los videojuegos brindan un punto de vista útil desde el cual observar el proceso de construcción de identidad en la sociedad contemporánea. En particular afirmamos que la cultura de los videojuegos se anticipa y nos ayuda a comprender los nuevos modos de construcción de sentido e identidad. Este capítulo revisa algunas de las discusiones teóricas respecto de la identidad que han tenido lugar en los últimos años, y analiza las diferentes conceptualizaciones del videojugador y sus comunidades que hemos logrado reconocer en nuestra investigación. Finalmente, aquí contemplamos el surgimiento de un escenario post identitario, en el que los procesos de construcción de identidad cambian radicalmente, comprometiendo a la noción misma de identidad.

El capítulo 7 expone las conclusiones del libro, resume sus principales hallazgos y recapitula los debates teóricos discutidos a lo largo del libro. Principalmente esto supone dar un repaso a la idea principal del libro: que los aspectos clave de la sociedad contemporánea pueden entenderse a través del lente de la cultura de los videojuegos, que no solo refleja estos aspectos funda-

mentales de la realidad social, sino que también, dentro de sus límites, participa en ellas. Tras esta conclusión, y para ratificar su alcance, el capítulo navega por las muchas formas en que la cultura de los videojuegos representa y afecta a la sociedad: los videojuegos y su cultura aparecen como la versión *beta* de una sociedad por venir y nos ayudan a visualizar las articulaciones ontológicas y sociopolíticas de la agencia en la contemporaneidad. Así los fundamentos de los videojuegos anticipan una sociedad que progresivamente se convierte en un ensamblaje de experiencias mediatizadas tecnológicamente, que conecta diferentes realidades, situaciones y culturas. La identidad del videojugador es entonces el epítome de la construcción identitaria en la sociedad contemporánea.

Por lo tanto, la X que buscamos colocar en el mapa es un aporte al conocimiento y a una comprensión más profunda de una cultura extremadamente significativa, aunque aún poco investigada. Pero no podemos olvidar que en la investigación, al igual que en *Monkey Island*, nos encontramos con una gran X ya inscrita en la tierra frente a nosotros, lo que siempre plantea las mismas preguntas: ¿Qué X se escribió primero? ¿La gran X en el suelo, o esta gran X trazada en la arena simplemente replica la que ya estaba escrita en el mapa primero? ¿O se crearon simultáneamente? ¿Y puede existir una sin la otra? En cualquier caso, la X siempre marca el lugar, porque el verdadero tesoro es esa X y no lo que está enterrado debajo. Esperamos que este libro te oriente, lector, hacia las X relevantes de la cultura de los videojuegos y su relación con la sociedad y la cultura contemporáneas.

1- “Videojuegos” [*video games*] es el término que utilizamos para referirnos a todos los juegos que se juegan en dispositivos electrónicos, tales como consolas, PCs, teléfonos, tablets, etc.

2- https://www.youtube.com/playlist?list=PL6th9XqkD_C19K_eSPbcVvV4VL9fTa-TH [última consulta: 14/04/2023].

3- <https://www.rockpapershotgun.com/>

4- <https://www.polygon.com/>

5- <http://kotaku.com/>

6- <https://www.giantbomb.com/>

7- <http://www.gamasutra.com/>

8- <http://www.gamesradar.com/edge/>

- 9- https://waypoint.vice.com/en_us
- 10- <http://www.pcgamer.com/>
- 11- <http://www.eurogamer.net/>
- 12- <https://killscreen.com/>
- 13- <http://www.anaitgames.com/>
- 14- <http://www.zehngames.com/>
- 15- <http://deusexmachina.es/>
- 16- <http://antihype.es/>
- 17- <http://www.presura.es/>
- 18- <http://www.fsgamer.com/>
- 19- <https://www.youtube.com/user/PewDiePie>
- 20- <https://www.youtube.com/user/feministfrequency>
- 21- <https://www.youtube.com/user/TotalHalibut>
- 22- <https://www.youtube.com/user/TheSyndicateProject>
- 23- <https://www.youtube.com/user/pushinguproses>
- 24- <https://www.youtube.com/user/pbsgameshow>
- 25- <https://www.youtube.com/user/markiplierGAME>
- 26- <https://www.youtube.com/user/JimSterling>
- 27- https://www.youtube.com/channel/UCWz51s7gd-p55UXY_xm69FQ

[28- https://www.youtube.com/user/DayoScript](https://www.youtube.com/user/DayoScript)

[29- https://www.youtube.com/channel/UCGO1Jl3yFtHJbTnoZgeoKZg](https://www.youtube.com/channel/UCGO1Jl3yFtHJbTnoZgeoKZg)

[30- https://www.twitch.tv/sonyatheevil](https://www.twitch.tv/sonyatheevil)

[31- https://www.twitch.tv/fremily](https://www.twitch.tv/fremily)

[32- https://www.twitch.tv/littlemisspiss](https://www.twitch.tv/littlemisspiss)

[33- https://www.twitch.tv/silentsentry](https://www.twitch.tv/silentsentry)

[34- http://the3headedmonkey](http://the3headedmonkey)

[35- Ver una lista completa de contribuciones en https://danielmuriel.com/other-contributions/ \[Última consulta: 14/04/2023\].](https://danielmuriel.com/other-contributions/)

2. EMERGENCIA Y CONSOLIDACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS COMO CULTURA

Introducción

La premisa que fundamenta este libro es que existe una cultura de los videojuegos en crecimiento y consolidación que impregna la sociedad contemporánea. Podemos pensar este proceso en términos de (lo que llamamos) la *videoludificación* de la sociedad. (1) Evidentemente, la cultura de los videojuegos también forma parte de fenómenos y transformaciones sociales más amplios, con los que se entrelaza de formas complejas, como el surgimiento y auge de la cultura digital (Castells, 2010), las racionalidades políticas neoliberales (Rose, 1999), la cultura participativa (Jenkins, 2006), la sociedad del riesgo (Beck, 1992), la cultura experta (Giddens, 1991; Knorr Cetina, 1999), las nuevas lógicas culturales (Gere, 2008), la modernidad líquida (Bauman, 2000), el post humanismo (Haraway, 1991), la edad de los simulacros (Baudrillard, 1994), la autenticidad escenificada (MacCannell, 2011), y muchas otras facetas de la naturaleza cambiante de la realidad social del capitalismo tardío. Por lo tanto, nuestra hipótesis central es que la cultura de los videojuegos es tanto una consecuencia como un factor central de las complejas transformaciones sociales y culturales contemporáneas, que exploraremos con más detalle a lo largo de este libro.

En este capítulo, consideramos algunos ejemplos que nos permiten entender cómo y por qué los videojuegos se están convirtiendo en un fenómeno cultural consolidado y creciente, que está contribuyendo con transformaciones sociales más amplias. Primero, establecemos el marco de estos procesos, proponiendo una definición de la cultura de los videojuegos en el contexto del auge de la cultura digital (video)lúdica del siglo. Después, consideramos diferentes casos que nos ayudan a explorar el surgimiento y consolidación de la cultura de los videojuegos, como la ludificación de la realidad (incluyendo las ideas de ludificación, juegos serios y realidad aumentada), la creciente importancia de los videojuegos en el público en general, el desarrollo de una pujante industria de los videojuegos, los vínculos entre los videojuegos, la educación y el trabajo, la construcción del público de los videojuegos, la creciente importancia de los videojuegos en la academia y la consolidación de los videojuegos como producto cultural.

Hacia una definición de la cultura de los videojuegos

El auge de la cultura digital

Recorriendo el Museo de Ciencia e Industria en Manchester, (2) el espectador tiene la posibilidad de admirar algunas de las magníficas pero terribles y monstruosas máquinas industriales que estuvieron detrás de los orígenes de la Revolución Industrial. Esta fue una revolución que, de hecho, cambió el mundo. En el mismo museo, también hay un área dedicada a los antepasados de nuestra actual computadora. Uno de ellos es una réplica de la famosa Máquina Experimental a Pequeña Escala (SSEM, por sus siglas en inglés), apodada “Baby”, que fue construida en la Universidad de Manchester en 1948. A “Baby” se le atribuye el logro de almacenar y ejecutar un programa por primera vez y, si bien tiene un aspecto mucho más analógico que digital, sigue siendo una de las primeras expresiones del tsunami digital que estaba por llegar. A diferencia de lo que ocurre al ver los formidables motores que impulsaron la revolución industrial, parece difícil entender cómo esa computadora rudimentaria también pudo dar lugar a una nueva revolución que transformó el mundo. No obstante, se avecinaba una gran transformación. Había nacido la era digital.

En la introducción de su libro *Digital Culture*, Charlie Gere (2008) recuerda la paranoia generalizada que se adueñó del mundo durante los últimos meses de 1999, debido a la posible ocurrencia del Y2K, el “error del Milenio” del que se decía podía dejar fuera de línea a todas nuestras computadoras tan solo debido al paso del año 1999 al 2000. Aunque sabemos que no sucedió nada de particular importancia con nuestros sistemas computarizados y electrónicos, el infame error Y2K tuvo la consecuencia (involuntaria) de hacernos mucho más conscientes de que ahora vivimos en un mundo completamente digitalizado:

Como un relámpago sobre una escena a oscuras, el Y2K hizo visible brevemente lo que hasta entonces había estado en las sombras: la transformación casi total del mundo por la tecnología digital. (Gere, 2008: 13)

La tecnología digital ha transformado la realidad en todos los niveles. Hay pocas áreas que no hayan cambiado con la digitalización. Esta vasta transformación incluye los campos de los medios (nuevos y antiguos), el mercado laboral, el gobierno y la

administración pública, la economía, la seguridad social, la educación, el derecho y las leyes, el ocio y casi todos los aspectos de nuestras actividades cotidianas:

Es difícil comprender el alcance total de esta transformación, que, en el mundo desarrollado al menos, se puede observar en casi todos los aspectos de la vida moderna. Cada vez más, la mayoría de los medios de comunicación, la televisión, la música grabada y el cine se producen y distribuyen digitalmente. Estos medios están comenzando a converger en formas digitales como Internet, la World Wide Web y los videojuegos para producir un paisaje mediático digital continuo, sin fisuras. En el trabajo también estamos rodeados de tecnología, en las oficinas, donde las computadoras se han convertido en herramientas indispensables para el procesamiento de textos y la gestión de datos, tanto como en supermercados o fábricas, donde todos los aspectos del marketing y la producción se monitorean y controlan digitalmente. Muchos de los instrumentos mediante los que los gobiernos y otras organizaciones complejas persiguen sus fines dependen de la tecnología digital. El dinero físico, las monedas y billetes, no son más que datos digitales condensados en materia. Por extensión la información de todo tipo y orientada a cualquier clase de finalidad ahora se encuentra principalmente en forma digital, incluidos los datos relacionados con los seguros, los servicios sociales, los servicios públicos, los bienes raíces, el ocio y viajes, los acuerdos de crédito, el empleo, la educación, el derecho, así como la información personal de cada individuo que se utiliza para el registro e identificación de las personas: las partidas de nacimiento y matrimonio, las licencias de conducir, los pasaportes, etc. (Gere, 2008: 13-14)

Cada aspecto de nuestra vida social y personal está comenzando a estar mediado digitalmente, y aunque todavía es posible escapar parcialmente del mundo digital, "es cada vez más difícil hacerlo todos los días" (Tredinnick, 2008: 22).

Sin embargo, si bien la cultura digital se ha convertido en general en la lógica cultural dominante de las sociedades contemporáneas, se podría decir, siguiendo a Kirby (2009: 168), que los videojuegos son específicamente el producto cultural central de esta época:

La figura del jugador de juegos de PC, los dedos y pulgares que presionan frenéticamente en un teclado para mover a una persona a través de un paisaje narrativo en desarrollo y continua mutación, involucrándose con una textualidad que él/ella hace existir físicamente hasta cierto punto, envolviéndolo/a en un universo ficticio azaroso,

siempre hacia adelante, un mundo que existe únicamente a través de esa inmersión: esta es en gran medida la figura del digimodernismo mismo. Y a medida que los juegos de computadora extienden su atractivo a rangos más amplios de edad, clase y género, se van convirtiendo en la sinécdoque de una forma cultural dominante que resulta completamente nueva.

El videojuego es por lo tanto la forma cultural prototípica de la cultura digital; es, por así decirlo, su forma más pura. En esta guisa, los videojuegos tanto como los videojugadores son considerados uno de los principales productos y motores de nuestra sociedad contemporánea. Aunque no vayamos tan lejos como Kirby es obvio que, incluso si los videojuegos no son *el* producto más importante de la cultura digital, ciertamente siguen siendo uno esencial, y en esa medida traen aparejada una cultura de los videojuegos.

Una definición de la cultura de los videojuegos

Antes de entrar en una discusión más detallada de lo que significa la cultura de los videojuegos en toda su extensión y de las razones por las cuales se está convirtiendo en una parte importante, si no esencial, de nuestro panorama social y cultural, ofrezcamos una definición práctica de la cultura de los videojuegos como *la institucionalización de prácticas, experiencias y significados asociados con los videojuegos en la sociedad contemporánea que coloca a los videojuegos como una parte importante de nuestro imaginario social*.

En primer lugar, entonces, esta definición incorpora el argumento de Crawford (2012: 143) de que los videojuegos deben entenderse, no como una actividad aislada, sino como una “cultura que se extiende mucho más allá del visor o la pantalla de una máquina de videojuegos”. Basándose en autores como Newman (2004) y Burn (2006), Crawford (2012: 143) sostiene que “los videojuegos no representan solamente el acto de jugar un juego sino también una fuente de recuerdos, sueños, conversaciones, identidades, amistades, obras de arte, relatos y mucho más”. Sin duda, los videojuegos “van más allá del acto y el momento del juego en sí” (Newman, 2004: 153). Esta es, entonces, una primera forma de comprender la cultura de los videojuegos que nos gustaría aplicar aquí; como “un sistema de significado” (Mäyrä, 2008: 13) y como un conjunto de prácticas sociales ubicadas en un contexto más amplio.

En este sentido, la definición de “cultura” que estamos utilizando puede situarse entre el enfoque antropológico holístico tradicional (“casi todo lo que es producido por la humanidad”) y un criterio humanista, más restrictivo (“un aspecto particular de una sociedad, que generalmente se entiende como ‘alta cultura’, dentro del campo de las artes”). Es decir, nuestra intención

es considerar tanto las prácticas específicas de la cultura de los videojuegos como la forma en que la cultura de los videojuegos se inserta en un panorama cultural más amplio.

Si nos centramos en su etimología, la “cultura” siempre ha estado ligada a las formas y prácticas de cuidado y de crianza; en definitiva, la “cultura” es producto de lo que se “cultiva”. Entonces, en su sentido humanista más restrictivo, la cultura puede entenderse como aquello que se posee en base al esfuerzo invertido en su creación. Además, en esta definición, la cultura misma distingue entre quienes son considerados sus poseedores y quienes no. Esta conceptualización de la cultura no nos es particularmente útil porque es demasiado restrictiva y discriminatoria; sin embargo, la revisaremos al menos brevemente cuando toque analizar algunas formulaciones elitistas o fuertemente demarcadas de la cultura de los videojuegos y la identidad de los videojuegos (ver capítulo 6).

El otro uso, el uso antropológico y más inclusivo del término “cultura”, lo define Edward B. Tylor (1973: 4-5) en los siguientes términos:

La cultura o civilización, tomada en un amplio sentido etnográfico, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las costumbres y cualquier otra clase de capacidades o hábitos adquiridos por el ser humano en tanto miembro de la sociedad.

El problema del enfoque de la cultura de Tylor lo destaca Clifford Geertz (1973: 4-5): se trata de una definición tan amplia que nos obliga a mirar en todas las direcciones al mismo tiempo y hace que el concepto sea impracticable desde un punto de vista teórico tanto como práctico. Aunque nos sintiéramos inclinados a teorizar la cultura de los videojuegos en un sentido amplio, estaríamos de acuerdo con Frans Mäyrä en que probablemente no podamos equiparar a esta cultura con las típicamente estudiadas por la antropología tradicional. Como escribe Mäyrä (2008: 23):

Si el concepto de cultura se toma en este sentido amplio y general y se aplica como tal directamente en los estudios de juegos, puede que caigamos en una forma bastante torpe de conceptualizar la “cultura de los juegos”. [...] También se podría argumentar que los juegos no definen nuestra existencia o nuestro lugar en una sociedad de una manera comparable con el modo en que la pertenencia a una cultura étnica tradicional, digamos la cultura bantú o inuit, define la forma de vida y la identidad de una persona. Pero los juegos y las prácticas de juego tienen cierta importancia para aquellas personas que participan activamente en ellos.

Desde este punto Mäyrä avanza en un deslinde de la noción de cultura que nos resulta significativo a la hora de adjudicarla a los videojuegos y al grupo de personas que los juegan. La cultura de los videojuegos es para nosotros, al igual que para Mäyrä, el fenómeno que se “construye mediante capas sobre capas de aprendizaje y experiencia entre todos los juegos anteriores con los que el grupo particular de individuos que comparten esta cultura ha interactuado antes” (Mäyrä, 2008: 19). En resumen, Mäyrä define la cultura como un conjunto de experiencias compartidas, y en particular se enfoca en esta noción de “experiencia” que buscamos explícitamente explorar con más detalle en el capítulo 3. En una vena similar pero ligeramente diferente, y basándose en el trabajo de una variedad de antropólogos y teóricos sociales, Celia Pearce (2009: 51-54) aborda la idea de cultura como una red de significados compartidos, esencialmente empleando la definición weberiana de cultura dada por Geertz (1973: 5):

Creyendo, con Max Weber, que el hombre [sic] es un animal suspendido en redes de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura está hecha de esas redes y por lo tanto, que su análisis no es una ciencia experimental en busca de leyes sino una ciencia interpretativa en busca de sentidos.

Si combinamos estas descripciones de la cultura como experiencias y significados compartidos con las ideas destacadas anteriormente de otros estudiosos de los de juegos como Crawford (2012), quien enfatiza la importancia de ciertas prácticas, entonces llegamos a la definición de la cultura de los videojuegos que planteamos al comienzo de este capítulo: esta cultura consiste en una colección de prácticas, experiencias y significados que se ubica dentro de un paisaje cultural más amplio.

Una exploración de la (video)ludificación

Los videojuegos han sido retratados como el medio del siglo XXI (Pearce, 2009: 51), una “forma cultural prototípica de la cultura digital” (Kirby, 2009: 167) que se ha vuelto hegemónica y culturalmente dominante (Pearce, 2009: 168). No iríamos tan lejos como para afirmar que la cultura de los videojuegos es *el* medio cultural más importante del presente siglo, pero consideramos que sería difícil entender la sociedad contemporánea sin ellos. Sobre todo, nuestra hipótesis principal es que la cultura de los videojuegos nos brinda la oportunidad de estudiar temas sociales de gran importancia tales como la agencia (capítulo 3), la cultura (capítulo 2), la identidad (capítulo 6), la experiencia (capítulo 4), la política (capítulo 3), las prácticas sociales (capítulo 2), el proceso de identificación y empatía (capítulo 5) y los procesos de formación comunitaria (capítulo 6).

En particular, la cultura de los videojuegos nos permite explorar estos asuntos de una manera perfectamente enmarcada y delimitada, casi como si fuera un laboratorio sociológico ideal.

En este sentido, la evidencia definitiva de que la cultura de los videojuegos está impregnando (casi) todos los ámbitos de nuestra sociedad se puede encontrar en aquellos aspectos de los videojuegos que van más allá de los límites de su propia cultura. Es lo que sucede cuando la vida cotidiana comienza a verse colonizada por la lógica y la mecánica de los videojuegos; cuando diferentes contextos sociales como los de la economía, el trabajo, el ocio, la educación, la salud y el consumo se vuelven permeables a la lógica que rige los videojuegos. La expansión de la cultura de los videojuegos, como mostraremos en este capítulo, produce inexorablemente la videoludificación de la cultura en general.

En particular, nuestro propósito es afirmar que este proceso de videoludificación de la realidad social es visible en ámbitos como la juegoificación (es decir, el uso de elementos de juego, particularmente tomados de los videojuegos, para aplicarlos a la educación, el trabajo, la terapia, los negocios, las relaciones sociales, etc.), la realidad virtual (la proliferación de dispositivos domésticos de realidad virtual debido a los videojuegos), la realidad aumentada (con casos paradigmáticos como *Pokémon GO*, donde los espacios públicos se convierten en patios de recreo), las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram o Tinder, que transforman las relaciones sociales en una actividad semejante a los videojuegos en términos del recuento de logros y puntuaciones, “me gusta”, “seguidores”, “alcance”, “hitos”, etc.), la producción de conocimiento (la existencia de wikis y plataformas de acceso abierto como parte de una cultura participativa propia de las prácticas de los videojuegos, pero también a través de la evaluación de las publicaciones e investigaciones que utilizan la lógica del “factor de impacto”, las “acreditaciones”, la financiación basada en una base competitiva y el puntaje, las redes sociales ludificadas como Academia.edu o ResearchGate), las relaciones comerciales (programas de fidelidad y control de patrones de consumo a través de un sistema de puntos, descuentos, obsequios, medallas, etc.), los medios (su evaluación a través del número de clics, visitantes y rankings; su inclinación a fomentar la interactividad con la audiencia), la política (las encuestas como tablas de puntaje; la democracia participativa que recurre a aplicaciones y sitios web, el trabajo de afiliación como la construcción de clanes en un MMOG, el activismo en redes sociales, etc.), la guerra (el uso de tecnología de juegos aplicada a las fuerzas armadas como drones y robots que utilizan interfaces y controladores de videojuegos) y muchas otras áreas.

Esta es una tendencia que algunos estudiosos del juego han etiquetado como el “mundo jugueterón” (Walz y Deterding, 2014), “el siglo lúdico” (Zimmerman, 2014), como la “ludificación de la cultura” (Raessens, 2006; Raessens, 2010) o como el advenimiento de una “sociedad lúdica” (Mäyrä, 2017). En particular, en el *Manifiesto por un siglo lúdico*, Eric Zimmerman (2014: 20) sostiene que el siglo XXI es una era en la que las personas “emplean su tiempo libre y consumen arte, diseño

y entretenimiento a través de los juegos, o de experiencias cada vez más parecidas a ellos". La tecnología digital, afirma Zimmerman (2014: 19), es lo que ha dado a los juegos una nueva relevancia. Por tanto, los juegos mediados digitalmente se convertirán en el modo principal de diseño y consumo de las experiencias sociales (véanse los capítulos 4 y 5). Según continúa su razonamiento (2014: 21-22), la *alfabetización videolúdica*, i.e. la capacidad de crear y comprender significados en (y a través de) los videojuegos, será fundamental en este siglo lúdico. El dominio de los lenguajes, procedimientos y sistemas de juego será gradualmente más importante para aquellas personas que buscan navegar las nuevas corrientes del empleo, el desarrollo personal, la formación, las relaciones sociales y la convivencia. Se trata de pensar y actuar en términos videolúdicos. Por eso no es sorprendente que Zimmerman (2014: 22) sugiera que "en el futuro todos van a ser diseñadores de videojuegos" en el sentido de que se requerirá que los individuos "jueguen" el juego de lo social de una manera profundamente activa, utilizando las posibilidades del diseño de juegos, que implican "la lógica de sistemas, la psicología social y la piratería cultural".

Del mismo modo, Joost Raessens (2010: 6) sostiene que estamos inmersos en un implacable proceso de ludificación de la cultura en el que el juego "no solo es característico del ocio, sino que también aparece en aquellos dominios que alguna vez fueron considerados lo contrario de cualquier juego" como la educación, la política y la guerra. Mäyrä (2017) propone que estamos entrando en una "sociedad lúdica", en una "era de los juegos" definida por un proceso de ludificación de la cultura y la sociedad que "se relaciona con el juego y los elementos lúdicos que emergen en diferentes áreas de la cultura y la sociedad" y "donde los juegos y las alfabetizaciones videolúdicas asociadas con ellos se vuelven culturalmente dominantes". O como sostienen Steffen Walz y Sebastian Deterding (2014: 7), vivimos en un "mundo lúdico", donde "las prácticas y la actitud, los patrones y tropos, los materiales y herramientas, los lenguajes y conceptos de los juegos (digitales) impregnan cada vez más todos los aspectos de la vida". Esta *ludificación de la cultura* está indefectiblemente ligada a un mayor *cultivo del ludus*, un proceso por el que "artistas y empresas, académicos y tecnólogos, instituciones y subculturas intentan cada uno a su manera aprovechar el juego y jugar para sus propios fines". Sobre la base de Caillois (2001), Walz y Deterding (2014: 7) describen un mundo lúdico que incluye "juegos serios" (juegos diseñados para propósitos que no son de entretenimiento), "juguetes serios" (juguetes diseñados para propósitos que no son de entretenimiento), diseño lúdico (objetos que no son juguetes, pero están diseñados para asumir carácter lúdico) y procesos de ludificación (experiencias que no son juegos, pero están diseñadas para asumir carácter lúdico).

Estos autores se refieren mayoritariamente a los juegos y al orden de lo lúdico en general, no necesaria ni específicamente a los videojuegos. Pero es obvio que en sus análisis y ejemplos los videojuegos poseen un papel muy significativo, si no central. Por ejemplo, como dijimos anteriormente, Zimmerman (2014: 19) sostiene que son las tecnologías digitales las que han dado a

los juegos una relevancia social y cultural nueva y creciente. Por esa razón, nuestro propósito es afirmar que los videojuegos y su cultura son lo que, *de facto*, impregna a la sociedad y que, por lo tanto, estamos experimentando principalmente un proceso específico de *video*-ludificación de la sociedad, más que un proceso de ludificación o jueguificación de lo real a secas. Se trata, sin duda, de los juegos y lo lúdico, pero la traducción de este orden lúdico a nuestras prácticas cotidianas concretas proviene principal y esencialmente de los videojuegos; de sus lógicas, sus estéticas, sus lenguajes, sus prácticas y sus relaciones. El siglo lúdico será, más específicamente, un siglo *videolúdico*.

Por esa razón, también, es que la videoludificación de la sociedad sería la prueba definitiva de la emergencia y consolidación de una cultura de los videojuegos con un rol dominante, que está impregnando muchos aspectos de nuestra sociedad y la cultura en general. En las siguientes secciones de este capítulo exploraremos esta videoludificación de la realidad como expresión de una cultura de los videojuegos que refleja e impulsa cambios sociales más amplios, mediante una serie de ejemplos. Los ejemplos no agotan todo el rango de posibilidades con que la cultura del videojuego puede atacar o reflejar la sociedad contemporánea, pero sí introducen e ilustran algunos puntos clave de este proceso. Entre otras cosas, veremos cómo se ludifica la realidad, cómo se difuminan los espacios de trabajo, de educación y de juego, cómo los videojuegos impregnan toda la demografía, y cómo se convirtieron en un tremendo producto cultural y objeto de estudio y consumo.

Ludificar la realidad: ludificación, juegos serios y realidad aumentada

Ludificación

Como afirman Fuchs *et al.* (2014), la ludificación puede tener al menos dos significados. Por un lado, la ludificación puede comprenderse como la pieza central de un proceso social general. En este caso, la ludificación sería el “proceso general por el que los juegos y las experiencias lúdicas se convierten en los componentes esenciales de la sociedad y la cultura” (Fuchs *et al.*, 2014: 7). Por otro lado, la ludificación se puede definir como una práctica más limitada, típicamente “presentada por gurús y diseñadores del marketing” (Fuchs *et al.*, 2014: 8). En esta segunda definición, entonces, la ludificación puede verse como una herramienta para obtener resultados específicos en los campos, por ejemplo, de la educación (Markopoulos *et al.*, 2015), el trabajo (Dale, 2014), la salud (Maturo y Setiffi, 2016) o el ocio (Xu *et al.*, 2016). Dado que consideramos a continuación algunos de los cambios sociales más amplios implicados en la creciente importancia y centralidad de la cultura de los videojuegos dentro

de nuestra sociedad, aquí nos centraremos en esta última definición que identifican Fuchs *et al.*: el uso concreto de elementos lúdicos en el diseño de las experiencias en varios entornos sociales.

Simplificando los diferentes enfoques de la ludificación, encontramos dos líneas de pensamiento principales: la crítica y la celebratoria. Es decir, la ludificación es definida como una herramienta perversa utilizada para dominar a los individuos, típica de las racionalidades neoliberales (ver capítulo 3) o como un instrumento creativo, capaz de empoderar a las personas, enraizado en las ideas de una cultura participativa (ver también capítulo 3). Para los interesados, un panorama de estos puntos de vista opuestos se puede encontrar en Deterding (2014b).

Por un lado, entre los críticos de la ludificación se cuenta Ian Bogost (2014: 67). En su tesis (cuya idea general es que “la ludificación es una mierda”) Bogost compara la ludificación con los “trucos de fiesta”, en general pequeños actos sorprendentes que ayudan a animar una celebración o reunión social. Para Bogost, se trata de un truco que consta de dos partes: el “juego” propiamente, como una forma de atraer a los clientes potenciales, y el “sufijo *-ificación*”, para que el proceso parezca algo “fácil y alcanzable”. Por lo tanto, la ludificación no es un estilo de diseño de juegos, sino más bien “un estilo de consultoría empresarial que toma los juegos como su solución” (Bogost, 2014: 68). Y sugiere sustituir el término ludificación por *software de explotación*; dado que el objetivo final de la ludificación no es producir experiencias lúdicas, sino sometimiento social (2014: 72).

Esta representación de la ludificación como explotación está en línea con algunos enfoques críticos de las racionalidades políticas (neo)liberales (Rose, 1999). Por ejemplo, basándose en Thaler y Sunstein (2008), Niklas Schrape (2014: 35) considera la ludificación como parte de los métodos destinados a regular las sociedades en el mundo actual, que sigue una versión extrema del liberalismo, el *paternalismo libertario*:

El paternalismo libertario implica que, por ejemplo, el estado otorga a sus súbditos la libertad de elección, pero diseña todas las opciones posibles de tal manera que ellos decidirán de la manera prevista. Los sujetos deben sentirse libres pero su comportamiento está regulado. Este principio es familiar para todos los jugadores de juegos de computadora.

Schrape afirma que las prácticas de ludificación pertenecen a una nueva forma de gobernanza (Foucault, 2003) que busca el “sometimiento al liberalismo” a través de “la motivación eficaz del comportamiento pretendido, de una manera agradable, sin necesidad de apelar al juicio o la razón” (Schrape, 2014: 43). Este argumento representa probablemente el justificativo más sólido de la generalización de la cultura de los videojuegos y, junto con él, del éxito de las racionalidades neoliberales. En el

capítulo 3 exploramos este tema en detalle. En esta descripción, la finalidad última de la ludificación es la maximización de beneficios, que solo favorecen a unos pocos, pero los individuos sin embargo participan activa y voluntariamente en ella, aceptando su propia explotación. Es la mentalidad neoliberal en su máxima expresión.

Claro que también hay una perspectiva contraria a la de este argumento, de alabar el uso y el valor de la ludificación. Uno de los relatos más celebradores de la ludificación se puede encontrar en las obras de Gabe Zichermann y Joselin Linder (2010; 2013) quienes definen la ludificación como el proceso de implementación de elementos de diseño de juegos, programas de lealtad y economía del comportamiento, con el fin de involucrar a los empleados y clientes de las empresas. Zichermann y Linder (2013: 18) creen que cuando los gobiernos, las empresas y las organizaciones adoptan “el pensamiento y la mecánica de los juegos, despliegan mejores condiciones para atraer a sus audiencias, eliminar el ruido, impulsar la innovación y, en última instancia, aumentar sus ingresos”. Según ellos, la ludificación consiste en encontrar y ofrecer “diversión” en una amplia gama de contextos y circunstancias a través de la mecánica típica de los juegos: puntos, insignias y medallas (“logros”), niveles a superar, tablas de puntaje, recompensas, bonos “especiales”, etc. (Zichermann y Linder, 2013: 18-22). Estos autores proponen la ludificación como una herramienta adecuada para aumentar el “compromiso, la satisfacción, el desempeño y la permanencia de los empleados” (Zichermann y Linder, 2013: 70), junto con un aumento del “compromiso del cliente” (Zichermann y Linder, 2013: 156). En resumen, Zichermann y Linder (2013: 216) abrazan abierta y descaradamente los mismos mecanismos que los críticos de la ludificación definen como el recurso definitivo para la (auto)explotación en el contexto del neoliberalismo:

Avanzamos rápidamente hacia un futuro en el que la “diversión” es el nuevo “trabajo”. La diversión también es la nueva compra, la nueva venta, la nueva publicidad, la nueva forma de vida saludable. [...] La ludificación lidera la ofensiva que busca cambiar radicalmente todas las industrias para hacerlas más divertidas y en última instancia más eficaces en la tarea de construir una comunidad fuerte, feliz y comprometida.

Esta valoración de la ludificación busca promoverla como un instrumento para maximizar beneficios aumentando la productividad no solo de los empleados sino también de los clientes y ciudadanos, al convertir el trabajo, el consumo y el confort en un juego donde los individuos son responsables de sus propios logros, cuidados y regulación. Sin embargo, existen otros enfoques “positivos” de la ludificación que se distancian de este marco imbuido de racionalidades neoliberales. Por ejemplo, Linehan, Kirman y Roche (2014: 101) buscan distanciarse de aquellos emprendedores y negocios que se han aferrado a la ludificación “como una forma de incrementar el compromiso con los productos” pero también de los académicos y diseñadores

de juegos que la perciben “como una profanación de su oficio”. En particular, Linehan *et al.* proponen el uso del “análisis de comportamiento aplicado” como una forma de obtener una mejor comprensión de los procesos que operan cuando un jugador participa en un escenario ludificado. En este sentido, afirman que los diseñadores y profesionales implicados en este proceso “tienen la capacidad de crear una mejor ludificación de las experiencias, en beneficio de sus jugadores” (Linehan *et al.*, 2014: 101). Pero el uso de este análisis dependerá de los fines que persigan los creadores de la experiencia ludificada, ya sea extraer más recursos (dinero, fuerza de trabajo, obediencia) de los individuos para beneficio propio de los creadores o beneficiar al grupo de individuos que “juegan” en la experiencia. Por tanto, para Linehan *et al.* la ludificación en sí misma no es necesariamente un proceso negativo o explotativo, sino que es necesario analizarlo para comprender sus diferentes usos y valores.

También se ha sugerido que la ludificación puede ser una herramienta educativa y comunitaria útil para la intervención social, la colaboración (Williams, 2014) y la mejora de la vida de las personas. En este sentido, la ludificación debería pasar de un “cambio en el sistema” a un “cambio del sistema”, es decir, “de diseñar juegos como intervenciones desplegadas dentro de ciertos contextos a diseñar los contextos enteros como intervenciones informadas por el diseño de juegos” (Deterding, 2014a: 325). Por lo tanto, la ludificación es algo que “pone en práctica, promueve o al menos es congruente con la idea de vivir una buena vida con los demás” (Deterding, 2014a: 321). En esta línea del debate, el objetivo es el crecimiento de la comunidad; los individuos solo son recompensados si el grupo se beneficia de sus acciones.

Independientemente de la posición adoptada sobre la ludificación y sus méritos o perjuicios, la ludificación como práctica generalizada dentro de las empresas, los entornos laborales y otras organizaciones está impregnando rápidamente el tejido vivo de la sociedad contemporánea. Como afirma Miguel Sicart (2014b: 239), “la ludificación es solo el síntoma de una tendencia cultural: la reivindicación del juego como una forma legítima de vivir, crear y expresarse”.

Juegos serios

Otro ejemplo de la colonización de la cultura en general de parte de los videojuegos se puede encontrar en los llamados “juegos serios”. El mismo sintagma “juegos serios” describe una tensión entre los términos que forman parte de él; la noción de “juego”, que generalmente se asocia con las ideas de diversión, ocio, trivialidad y superficialidad, se concatena con “serio”, una palabra típicamente vinculada a las ideas de aburrimiento, importancia, trabajo y solemnidad. “Juegos serios” es de alguna manera un oxímoron y, sin embargo, el concepto ha ganado fuerza en los últimos años.

El término incluye los videojuegos y las simulaciones digitales que se utilizan en una “amplia gama de entornos educativos y de formación” (Sanford *et al.*, 2015: 91) para abordar cuestiones educativas, sociales, médicas, laborales y políticas. Entre

otros, los juegos serios incluyen ejemplos como: *Immune Attack* (Federación de Científicos Estadounidenses y Escape Hatch Entertainment, 2008), (3) un juego que enseña inmunología a estudiantes de biología en la secundaria; *PeaceMaker* (Impact Games, 2007), (4) inspirado en el conflicto israelí-palestino, que permite a los jugadores asumir el papel de líder político en ambos lados; *Re-Mission* (Realtime Associates y HopeLab, 2006) y *Re-Mission 2* (HopeLab, 2013), (5) juegos destinados a fomentar el seguimiento del tratamiento entre niños y adultos jóvenes con cáncer; y *Dragon Box* (2012-2016), (6) una serie de juegos orientados a la enseñanza de las matemáticas a los niños. Por supuesto, estos son solo algunos de los muchos ejemplos posibles. Se puede encontrar una lista más larga de juegos serios en diferentes sectores (militar, gubernamental, educativo, corporativo, sanitario, político, religioso y artístico) en el trabajo de David Michael y Sande Chen (2006: 45-228).

Por lo tanto, los juegos serios son “juegos que no tienen el entretenimiento, el disfrute o la diversión como su propósito principal”, aunque por supuesto pueden y suelen ser “entretenidos, agradables o divertidos” (Michael y Chen, 2006: 21). Este tipo de juegos podría verse como parte de un proceso más amplio de ludificación, pero la distinción entre la proliferación de juegos serios y la ludificación es que los juegos serios tienden a ser de uso muy específico, como un tipo particular de herramienta en un cierto contexto, en lugar de aplicar aspectos de los juegos a otro contexto. Aunque la noción de “juegos serios” se remonta a la década de 1970, cuando se usaba en referencia a ciertos juegos de mesa (Abt, 2002), es un término que se ha desarrollado más plenamente en relación con el uso de los videojuegos para propósitos “serios”. Así, cuando los videojuegos comienzan a colonizar otros ámbitos de la cultura, haciendo del juego algo serio y convirtiendo lo serio en juego, la creciente *videoludificación de la sociedad* se hace aún más evidente.

Realidad aumentada

La realidad aumentada (AR, por sus siglas en inglés) nos da otro ejemplo de ludificación. Según Azuma *et al.* (2001: 34), la realidad aumentada es un sistema que “complementa el mundo real con objetos virtuales (generados por computadora) que parecen coexistir en el mismo espacio”, y se puede definir por tres propiedades principales: “combina objetos reales y virtuales en un entorno real; se ejecuta de forma interactiva y en tiempo real; y registra (alinea) objetos reales y virtuales entre sí”. Así, la realidad aumentada es el resultado de un proceso de hibridación entre objetos virtuales y reales; una articulación de humanos, tecnologías digitales y espacios. Si bien la tecnología AR ha estado en desarrollo durante décadas, y ya en la década de 1980 existía la capacidad de ofrecer experiencias AR (Hofmann y Mosemghvdlishvili, 2014: 266), es la proliferación y amplia adopción de teléfonos inteligentes entre el público general lo que ha hecho de la realidad aumentada algo mucho más extendido.

Algunas de las aplicaciones y juegos para teléfonos inteligentes de realidad aumentada más populares incluyen: *Layar* (Lens-FitzGerald *et al.*, 2009), una aplicación para ver videos, reseñas e información adicional en las páginas de revistas y carteles; el catálogo de IKEA (IKEA, 2013), que permite a los usuarios colocar muebles en sus habitaciones utilizando funcionalidad AR; *Invizimals* (Novarama, 2009), desarrollado para PlayStation Portable (PSP), que requiere que los jugadores capturen criaturas usando un accesorio de cámara para PSP y usarlas más adelante en batallas contra otros jugadores; *Ingress* (Niantic, 2013), un juego de AR que requiere que los jugadores estén físicamente cerca de los objetos representados en el mapa para interactuar con ellos; y probablemente hasta la fecha el más famoso: *Pokémon GO* (Niantic, 2016), la versión AR del popular videojuego de Nintendo, donde los jugadores persiguen y capturan criaturas (“Pokemones”) y elementos para batallas contra otros jugadores.

En particular nos gustaría explorar *Pokémon GO* con más detalle, ya que representa un ejemplo de cómo los videojuegos están liderando el proceso de videoludificación de la cultura. *Pokémon GO*, lanzado en julio de 2016, provocó una reacción sin precedentes para un videojuego en los medios y entre el público en general. Se convirtió en noticia en todo el mundo y, en los meses posteriores a su lanzamiento, en uno de los videojuegos más descargados de todos los tiempos. Junto con esto, miles de personas comenzaron a vagar por calles, plazas, parques y muchos otros espacios públicos en busca de Pokemones. Se formaron grupos de personas alrededor de ciertos lugares: las *PokeParadas* [PokeStops], lugares especiales para adquirir elementos del juego, y los *Gimnasios* [Gyms], lugares para entrenar Pokemones o participar en batallas con otros jugadores. El uso de una franquicia famosa entre los jugadores y las capacidades de los teléfonos inteligentes, incluidas las funciones de realidad aumentada, recontextualizó el modo en que las personas “pueden interactuar con medios de tipos diferentes” (Keogh, 2017: 40) y, en particular, con los videojuegos. Esta recontextualización transformó, según Keogh (2017: 40-41), “una franquicia clásica de la cultura de los videojuegos en un icono omnipresente de la cultura pop, y una experiencia de juego de nicho en una experiencia casual accesible y atractiva para una base de jugadores mucho más amplia”. *Pokémon GO*, por lo tanto, puede leerse como un ensamblaje de software, tecnología, individualidad, espacio y agencia distribuida. Como argumenta Giddings (2017: 61), el juego “se desarrolla en su distribución entre los teléfonos inteligentes como dispositivos móviles, las imágenes, la acción mediada, los algoritmos de software, los cuerpos y los espacios reales”.

De este modo, *Pokémon GO* pudo articular y movilizar con éxito a actores diversos como la aplicación, la cámara, el GPS, los jugadores, las ubicaciones, los edificios, los mapas, etcétera. Esta articulación de software y hardware, de humanos y no humanos, de real y virtual, convierte la realidad en un campo de juego (que ya no queda restringido

al espacio limitado de un “círculo mágico”: ver capítulo 5). *Pokémon GO* generó además un estrato de interacción social mediada por la tecnología, incluidos los ejes local–global y *offline–online*, algo apenas visto hasta entonces. La atención masiva de los medios de comunicación que el juego atrajo es una prueba del shock cultural y social que conllevó. Cuando miles, sino millones, de individuos (más diversos y mayores de lo que se esperaba) ocupaban espacios públicos para jugar *Pokémon GO*, estaban ayudando a hacer visible algo que ya estaba sucediendo, pero probablemente no de una manera tan explícita: a saber, que la cultura de los juegos está ahora muy extendida en toda la sociedad. Como afirma Sicart (2017: 32), la realidad “siempre ha estado aumentada”; lo que hizo *Pokémon GO* fue brindarnos, dice, “un nuevo lenguaje y una nueva tecnología para acceder, experimentar, y lo más importante de todo: jugar en (y con) este mundo aumentado”. Por eso, estamos de acuerdo con Mäyrä (2017: 49) cuando propone que, si “nos tomamos en serio la hipótesis de que estamos entrando en la ‘Sociedad Lúdica’, o en una ‘Era de los Juegos’”, entonces, “es exactamente a los fenómenos como *Pokémon GO* a los que deberíamos prestar mucha atención”.

La creciente importancia de los videojuegos entre el público en general

Uno de los indicios notables de que la cultura de los videojuegos ya no es una subcultura limitada, si es que alguna vez lo fue, es el creciente número de personas que juegan videojuegos. Parece que cada vez más personas de distinto origen, edad y género se están convirtiendo en *videojugadores*; o al menos ocasionalmente juegan videojuegos. Por ejemplo, Egenfeldt-Nielsen *et al.* proponen que el número de “quienes nunca han jugado un videojuego, desde los estudiantes de primer grado hasta los jubilados, parece estar disminuyendo inexorablemente” (2008: 134). Los autores ilustran esta afirmación con un artículo de *The New York Times* en el que el autor (Schiesel, 2007) explica cómo se juega habitualmente a los videojuegos en las residencias de ancianos. Una generación de personas que no creció en un mundo donde existían los videojuegos, al menos no como un fenómeno culturalmente relevante, ahora es parte de la población general de jugadores de videojuegos.

Como señalan Egenfeldt-Nielsen *et al.* (2008: 139), “el movimiento de la subcultura al mercado de masas” ya estaba muy avanzado en 2001, cuando las tres principales empresas de consolas de videojuegos lanzaron sus consolas de nueva generación (PlayStation 2 de Sony, Xbox de Microsoft y GameCube de Nintendo), “dirigidas directamente, por primera vez, al hasta entonces reacio ‘público en general’”. Ya habían quedado muy atrás aquellos días en que “la subcultura de los videojugadores”

estaba naciendo, allá por la década de 1980 (Egenfeldt-Nielsen *et al.*, 2008: 52). Del mismo modo, a partir de datos de varias empresas de investigación de mercado y asociaciones de la industria de los videojuegos, Pierce concluye que “a la luz de los datos disponibles, el hecho de que los videojuegos forman parte cabalmente del panorama de los medios de comunicación de masas está fuera de discusión” (2009: 51). Entre las estadísticas mencionadas por Pierce, algunos datos sorprenden, como que dos tercios de todos los estadounidenses juegan videojuegos o que casi la mitad de los hogares estadounidenses tienen al menos una consola de juegos.

La entrada de los videojuegos en un número cada vez mayor de hogares parece confirmarse año a año en diversas encuestas de la industria. Por ejemplo, el informe anual *Essential Facts about the Computer and Video Game Industry*, elaborado por la Entertainment Software Association (ESA), la asociación de la industria de los videojuegos más importante de Estados Unidos, (7) dice que en el 65% de los hogares estadounidenses hay al menos una persona que juega videojuegos con regularidad (tres horas por semana o más) (ESA, 2017). En este informe también se dice que el 67% de los hogares estadounidenses posee al menos un dispositivo para jugar videojuegos y que el 48% posee una consola de juegos (ESA, 2017: 6). Otros datos de interés indican que el jugador promedio de videojuegos tiene 35 años, con un 45% de los videojugadores mayores a esa edad, y un 42% de mujeres (ESA, 2017: 7).

Asimismo, los datos recopilados por la Association for UK Interactive Entertainment (Ukie), la principal organización de la industria de los videojuegos en el Reino Unido, muestran cifras similares para los hogares británicos. En su informe titulado “Hoja de datos de los videojuegos en el Reino Unido” (Ukie, 2017), Ukie estima que el 57% de la población del Reino Unido juega videojuegos y que el desglose por género de los jugadores es: 58% hombres y 42% mujeres. Estos hallazgos también se reflejan en la investigación publicada por Karol Borowiecki y Hasan Bahkshi (2017), basada en datos recopilados de la encuesta *Taking Part* del gobierno británico. En su informe, Borowiecki y Bahkshi (2017: 12) afirman que la edad promedio de un jugador de videojuegos es de 43,2 años y que “es más probable que sea una mujer” aunque, entre los jugadores, las mujeres tienden a jugar con menos frecuencia.

En la misma línea van los datos publicados por la Federación de Software Interactivo de Europa (ISFE), un cuerpo colegiado que contiene a los editores de videojuegos y a las principales asociaciones del sector para el ámbito de la Unión Europea. Según su encuesta de 2012 *Videojuegos en Europa: un estudio del consumidor* (ISFE, 2012), en la que participantes de dieciséis países europeos respondieron a cuestionarios en línea y fuera de línea, el 48% de los europeos jugó videojuegos al menos una vez durante dicho año. Los suecos parecían ser la población que más jugaba (62%); los británicos, españoles y portugueses, los que menos jugaban (40%). Si se tiene en cuenta la frecuencia de juego, los datos muestran que, en promedio, una cuarta parte de

los europeos juega videojuegos al menos una vez a la semana. En relación con el género y la edad, el informe indica que el 55% de los jugadores europeos son hombres y el 45% mujeres, mientras que un 27,5% de las personas de entre 55 y 64 años juegan videojuegos. Además, la encuesta *ISFE GameTrack* (ISFE, 2016) realizada en el Reino Unido, Francia, Alemania y España (junto con Estados Unidos y Rusia, aunque la información no está incluida en su resumen) muestra resultados similares en el último trimestre de 2016: el 47,5% de la población entre 6 y 64 años jugó videojuegos al menos una vez en 2015, y el 53% de los jugadores son hombres y el 47% mujeres.

Todos los datos parecen apuntar en la misma dirección: alrededor de la mitad de la población de los países occidentales juega videojuegos, el número de mujeres que juegan videojuegos ha aumentado a niveles similares al de los hombres, y ya es común jugar a los videojuegos incluso entre quienes nacieron antes de que la cultura de los videojuegos estuviera consolidada. Este sería entonces el retrato general del videojugador contemporáneo, un retrato que corrobora cuantitativamente la hipótesis de una cultura de los videojuegos amplia y creciente. Sin embargo, estas pinceladas son tan gruesas que todavía se pierden muchos detalles en los datos. No tenemos hasta aquí información sobre, por ejemplo, quién juega qué videojuegos en qué dispositivos o con qué frecuencia. Además, en varios casos, estas encuestas definen al videojugador como la persona que ha jugado cualquier juego con cualquier frecuencia, incluso una vez, en los últimos seis meses o el año anterior. Este enfoque da por hecho que cualquiera que haya jugado cualquier tipo de videojuego hace relativamente poco tiempo, así sea solo una vez, es un jugador. Esto nos plantea, por supuesto, preguntas importantes sobre quién y qué es un jugador: volveremos al tema en el capítulo 6, pero es importante destacar aquí que la forma en que estas encuestas suelen categorizar a los jugadores no equivale al modo como la mayor parte del público normalmente definiría lo que significa ser un videojugador o jugar videojuegos.

En cualquier caso, no son estas las únicas preocupaciones que podemos plantear en relación con estos datos. El hecho de que, en ocasiones, en estos informes, las “fuentes originales suelen estar mal referenciadas” (Crawford, 2012: 51), y que parezcan mezclar información de diferentes fuentes sin tener en cuenta las diferencias metodológicas, socava su fiabilidad. Además, dado que este tipo de informes suele proceder de agrupaciones o instituciones con claros intereses al interior de la industria de los videojuegos, es de sospechar que tengan cierta propensión a “transmitir una imagen muy particular de los videojuegos como una actividad normal, social y saludable” (Crawford, 2012: 51).

Sin embargo, aunque la información seleccionada esté efectivamente sesgada para dar una cierta impresión, sigue siendo válida al menos como apunte del modo en que la cultura de los videojuegos ha irrumpido en la sociedad contemporánea. Si esto se debe al surgimiento de nuevos tipos de videojuegos y plataformas (los llamados “juegos casuales”, como los que se juegan en navegadores web, teléfonos inteligentes y tabletas), como han sugerido autores como Jesper Juul (2010), o a procesos

sociales más amplios, lo cierto es que la normalización de los videojuegos y del videojugador en nuestra sociedad ya es una realidad ineludible:

Los videojuegos se están volviendo normales [...]. El auge de los juegos casuales señala que ha llegado a su fin el tiempo de esa pequeña anomalía histórica de las décadas de 1980 y 1990, cuando los videojuegos eran jugados solo por una pequeña parte de la población. (Juul, 2010: 20)

Esto es lo que Juul llama una *revolución casual* en los videojuegos, que desde unos años a esta parte vienen alcanzando a una audiencia cada vez más amplia. Categorías como las de *jugador incondicional* y *jugador casual* se tratarán con más detalle en el capítulo 6, donde exploramos cómo se construyen y mantienen las identidades de los videojugadores, pero es importante reconocer en este punto que la expansión del universo de los jugadores es fundamental para comprender la constitución de la cultura de los videojuegos: “Los videojuegos se están convirtiendo rápidamente en juegos para todos” (Juul, 2010: 152).

En resumen, el surgimiento y la consolidación de la cultura de los videojuegos en la sociedad contemporánea puede reflejarse mejor, aunque por supuesto que no exclusivamente, en el aumento significativo del número y la ampliación de los tipos de persona que juegan videojuegos. Esta es una de las características más notables de la cultura de los videojuegos contemporánea, signo de su normalización en el mundo actual.

Una industria pujante

Teniendo en cuenta el rápido aumento de la cantidad de personas que juegan videojuegos en los últimos años, el espectacular crecimiento de la industria no debería sorprender. Un proceso no podría existir sin el otro. En este sentido, Jon Dovey y Helen Kennedy (2006: 2) argumentan que la “industria de los juegos de computadora es el más establecido de los segmentos del panorama emergente de los nuevos medios”, en posición de predominio sobre un “amplísimo mercado masivo”. Por su parte Egenfeldt-Nielsen *et al.* (2008: 88) afirman que “el negocio de los videojuegos está en auge”. Calculan que “en Estados Unidos las ventas se han más que duplicado en menos de una década, pasando de 3.2 mil millones de dólares en 1995 a 7 mil millones en 2005”. De manera similar, Tom Chatfield (2011: 27) considera que “en un momento en el que la mayoría de los medios globales se están achicando o están estáticos, quizás el hecho más notable de la industria de los videojuegos sea su crecimiento”.

Chatfield también describe el rápido crecimiento de las ventas de videojuegos a nivel global, de unos pocos miles de millones de dólares al año a fines de la década de 1970 a más de 40 mil millones anuales a fines de 2008, y afirma que “ya es hora de llamar a los videojuegos el entretenimiento pago con mayor valor del mundo”.

Todos estos datos son seguramente impresionantes, pero es importante observar estadísticas más recientes. Por eso, a pesar de sus posibles desventajas, debemos volver a los datos proporcionados por la industria de los videojuegos, que probablemente posee la información más completa y actualizada disponible.

En Estados Unidos, la ESA plantea que los consumidores gastaron 30.4 mil millones de dólares en productos relacionados con los videojuegos (8) en 2016 (ESA, 2017: 15). En el período 2006-2009, y en datos que solo tienen en cuenta la venta de copias físicas de videojuegos en comercios minoristas, el monto total de las ventas aumentó de 7 mil millones de dólares en 2006 a más de 10 mil millones en 2009 (ESA, 2016: 12). Las cifras para el período 2010-2016, que también incluyeron aquellos videojuegos que se distribuyen y venden *online*, marcan un aumento del gasto total de 17.5 mil millones de dólares en 2010 a 24.5 mil millones en 2016 (ESA, 2017: 15). En pocas palabras, entre 2006 y 2016 las ventas de videojuegos en Estados Unidos se triplicaron.

Ukie (2017: 2) plantea que los ingresos de la industria en el mundo entero fueron de 91 mil millones de dólares en 2016, y alcanzaron los 118.6 mil millones en 2019. Según un informe de Newzoo (9) (Ukie, 2017: 3), el mercado más grande en 2016 fue la región de Asia-Pacífico, que representa el 47% del mercado mundial con 46.6 mil millones de dólares. Los seis mercados más grandes en 2015, en términos de gasto total, fueron China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, Alemania y el Reino Unido, en ese orden (Ukie, 2017: 16). En 2016, según la Entertainment Retailers Association [Asociación de vendedores de productos de entretenimiento y juegos], (10) las ventas de videojuegos en el Reino Unido generaron un ingreso de 2.96 mil novecientos sesenta millones de libras (3.81 mil millones de dólares) (ERA, 2017).

Que los ingresos mundiales del mercado de videojuegos en 2016 fueran de 91 mil millones de dólares significa, por ejemplo, que los videojuegos superan el Producto Bruto Interno de numerosos países importantes como Bolivia (32.9 mil millones), Croacia (48.7 mil millones), Uruguay (53.4 mil millones) y Ucrania (90.6 mil millones). (11) Si la industria de los videojuegos fuera una nación, tendría la 59ª economía más grande del mundo.

Es difícil predecir si los videojuegos están cerca de alcanzar su punto máximo, en términos económicos o culturales, o si recién han despegado. Pero está claro que la industria de los videojuegos se está volviendo hegemónica. Ya existen varias franquicias de videojuegos muy conocidas como *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 2001-2013), *Call of Duty* (Activision, Infinity Ward, 2003 hasta la fecha), *The Sims* (Maxis, 2000 hasta la fecha), *Assassin's Creed* (Ubisoft, 2007 hasta la fecha), *World of*

Warcraft (Blizzard Entertainment, 2004 hasta la fecha) y muchos otros títulos a los que juegan millones de personas en todo el mundo. Probablemente un ejemplo reciente y destacado del estatus cultural global de los videojuegos fue el lanzamiento de *Destiny* (Activision Blizzard, 2014). Según Bobby Kotick, director ejecutivo de Activision, el desarrollo y la comercialización de *Destiny* costó 500 millones de dólares (Webster, 2014). Esta inversión incluso supera a las ya impresionantes cifras de *Grand Theft Auto V* de Rockstar (2013), que costó alrededor de 267 millones de dólares (McLaughlin, 2013) y ganó 800 millones en las primeras veinticuatro horas (Webster, 2013). Solo para comparar, la producción cinematográfica de mayor presupuesto hasta la fecha supuestamente, la cuarta entrega de *Piratas del Caribe*, titulada *Navegando aguas misteriosas* (Marshall, 2011), costó apenas alrededor de 410 millones (Sylt, 2014).

Incluso muchos juegos que se consideran parte de la escena *indie*, bien lejos de los juegos categoría AAA mencionados anteriormente, han tenido un rotundo éxito financiero y cultural en los últimos años. Un ejemplo notable desde luego es *Minecraft* (Mojang, 2011). En septiembre de 2014, Microsoft compró Mojang por 2,5 mil millones de dólares (Stuart y Hern, 2014). Según Mojang, *Minecraft* ya había vendido 122 millones de copias en todas las plataformas para febrero de 2017 (Sarkar, 2017a). Pero existen otros títulos independientes que también han vendido millones de copias en los últimos años, como *Fez* (Fish, 2012), *Don't Starve* (Klei Entertainment, 2013), *Limbo* (Carlsen, 2010), *The Stanley Parable* (Wreden, 2013), *No Man's Sky* (Hello Games, 2016), *Bastion* (Supergiant Games, 2011), *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010), *Braid* (Blow, 2010), *Hotline Miami* (Dennaton Games, 2012) y *The Binding of Isaac* (McMillen y Himsel, 2011), por nombrar solo algunos ejemplos destacados.

Más allá del universo de las videoconsolas y las PC, existe un inmenso campo de plataformas móviles en el que la industria de los videojuegos también ha crecido rápidamente en los últimos años. Los ejemplos populares aquí incluyen títulos como *Candy Crush Saga* (King, 2012) y *Angry Birds* (Rovio Entertainment, 2009), que para 2013 habían acumulado 500 millones y 2 mil millones de descargas, respectivamente (Dredge, 2013). También fue el caso de *Pokémon GO* (Niantic Labs, 2016), que según sus desarrolladores se descargó más de 650 millones de veces en los primeros siete meses desde su lanzamiento (Sarkar, 2017b). Y aunque los juegos de este tipo a menudo se basan en el modelo *free-to-play*, en el que la rentabilidad proviene de las microtransacciones y la publicidad, igualmente se encuentran entre los juegos más rentables del mundo. Por ejemplo, los jugadores de *Candy Crush Saga* gastaron 2.37 mil millones de dólares entre junio de 2013 y diciembre de 2014 (Dredge, 2015) y King, la compañía que desarrolló el juego, fue adquirida por Activision-Blizzard por 5.9 mil millones de dólares en 2016 (Rundle, 2016).

Independientemente de la plataforma (computadora personal, consola de videojuegos, dispositivo móvil, etc.), más allá del tipo de producción (AAA, mediana, *indie*) o del modelo de negocio (*retail*, compra digital, microtransacción), es evidente que

los videojuegos son parte de una industria grande y en auge. Esto ayuda a corroborar nuestro argumento sobre la importancia de una cultura de videojuegos en rápido crecimiento. De todos modos, y por más significativo que sea, no es el impacto económico de los videojuegos lo más importante para esta investigación, sino su importancia social y cultural.

Videojuegos: difuminando los límites entre el juego, la educación y el trabajo

Tradicionalmente, los videojuegos han sido considerados como un mero entretenimiento, dirigido principalmente a niños o en el mejor de los casos a adolescentes (Kowert *et al.*, 2012; Kirkpatrick, 2015; Bergstrom *et al.*, 2016). Pero las cosas han cambiado y, como vimos anteriormente, los videojuegos son elegidos por una gama cada vez más diversa de personas, forman parte de una industria cultural pujante, y más allá de esto, su peso al interior de la cultura contemporánea en general ha aumentado muchísimo. Los videojuegos ya no son, si es que alguna vez lo fueron, una mera forma de entretenimiento. En particular, hay dos áreas que queremos destacar, donde estamos comenzando a ver la influencia de los videojuegos: el trabajo y la educación.

Al momento de considerar la importancia y el papel del videojuego en la educación y el trabajo, existen al menos dos enfoques. El primero consiste en mostrar el impacto que los videojuegos han tenido en las estructuras tradicionales del trabajo y la educación. Este enfoque tiene en cuenta la cantidad de trabajos relacionados con los videojuegos que se han creado en los últimos años y la cantidad de diferentes cursos, diplomas, o cualquier otra actividad de capacitación enfocada en el desarrollo de videojuegos. El segundo enfoque consiste en evaluar el alcance y las formas en que la cultura y las prácticas de los videojuegos se han mezclado al punto de difuminar los límites entre el trabajo, la educación y el juego. Exploraremos brevemente ambos enfoques en esta sección.

El trabajo del juego

Es evidente que la industria de los videojuegos es un sector grande y en crecimiento. Se sugirió que en 2013 “el sector de los videojuegos en el Reino Unido [...] albergó el equivalente a unos 23.900 puestos de trabajo de tiempo completo” (Ukie, 2017), mientras que la ESA afirma que actualmente se cuentan 65.678 trabajadores empleados en el desarrollo y publicación de

software de juegos en Estados Unidos (ESA, 2017). Además de estos puestos de trabajo formales, por supuesto que hay miles de programadores aficionados que producen modificaciones y *hacks* de juegos, probadores beta (ver Bulut, 2014), que son las personas que trabajan probando los juegos antes de su lanzamiento, y muchos otros trabajadores no remunerados que contribuyen a mantener y profundizar el éxito y la rentabilidad de esta industria. Para un debate más completo de la naturaleza de la industria de los videojuegos, nos remitimos a los trabajos de Kerr (2006, 2017), Weststar y Legault (2014, 2016), Prescott y Bogg (2014), Zackariasson y Wilson (2014), y Weststar (2015).

Aunque ha habido un aumento significativo en la cantidad de personas empleadas directamente en la creación y venta de videojuegos, es importante señalar que en los últimos años la creciente popularidad de los videojuegos ha facilitado el potencial de las personas para hacer una carrera también como *jugadores* de videojuegos. El trabajo del jugador profesional es, justamente, jugar videojuegos, lo que puede implicar jugar de manera competitiva como en los torneos y ligas de deportes electrónicos, o bien trabajar como revisor de juegos, o bien simplemente entretener a la audiencia a través de videos del jugador jugando subidos en YouTube o transmitidos en directo en sitios de transmisión como Twitch.

En relación con el juego competitivo, el número de torneos y ligas de deportes electrónicos ha aumentado significativamente en los últimos años. Por ejemplo, el documental de Valve, *Free to Play* (2014), describe la escena de los deportes electrónicos a través de la narración de las aventuras y desgracias de algunos de los concursantes en un torneo de *Dota 2* (Valve, 2013), torneo conocido como “The International”, en 2011. En su momento, se trataba del premio más grande de la historia, con un total de 1.6 millones de dólares, del que 1 millón estaba destinado al equipo ganador. Solo cinco años después, en 2016, el total en premios del mismo torneo había superado la marca de los 20 millones de dólares, con un primer premio de más de 9 millones para el ganador (Van Allen, 2016). Uno de nuestros entrevistados, John, exjugador profesional de 32 años y ahora gerente de un equipo de juego profesional, explicó así el rápido ascenso, parcialmente inesperado, de los juegos profesionales:

Sabíamos que íbamos a llegar a este punto en el que estamos ahora, llenando estadios y reuniendo a millones de espectadores en línea. Lo sabíamos bien; lo que nunca pensamos es que llegaríamos tan rápido. Que llegaríamos a este punto en medio de la recesión.

Los videojuegos están comenzando a parecer una opción de carrera viable para muchas personas, ya se trate de desarrollarlos o de jugarlos profesionalmente. Es posible que no compartamos la predicción entusiasta de Valve, en *Free to Play*, de que los deportes electrónicos pronto superarán a los deportes establecidos, como el fútbol y el básquet, en términos de popularidad

generalizada. Pero hay indicios, sin embargo, que nos hacen pensar que la popularidad de los deportes electrónicos está aumentando. Se ha dicho, por ejemplo, que los deportes electrónicos ya se consideran el “entretenimiento nacional” en Corea del Sur (Mozur, 2014), donde, según fuentes del Instituto Federal de Juegos de Corea del Sur, 10 millones de surcoreanos siguen las ligas de deportes electrónicos regularmente. Taylor (2012: 17) dice que en Corea del Sur “el total de personas que van a ver partidos de básquet, béisbol y/o fútbol es la misma que el de quienes siguen ligas profesionales de deportes electrónicos”. Ciertamente, la audiencia de los deportes electrónicos está creciendo en todo el mundo: el público a nivel global sumaba 323 millones de personas; se estima que a fines de 2020 el número ascienda al de casi 600 millones de personas (BBC, 2017). Los deportes electrónicos ya son parte fundamental de la cultura de los videojuegos y tienen el potencial de llegar a una audiencia mucho más amplia y posiblemente algún día disputen la hegemonía de deportes como el fútbol en la cúspide de los juegos favoritos del mundo. No tenemos ni el tiempo ni el espacio aquí para considerar el fenómeno y la escena de los deportes electrónicos en detalle. En este sentido le indicamos al lector el trabajo de otros autores, como T. L. Taylor (2012), que se detienen en una consideración más profunda de esta actividad y su cultura.

Pero no todos los que juegan videojuegos profesionalmente lo hacen de forma competitiva. Como se destacó anteriormente, los servicios de video en línea como YouTube y Twitch brindan la oportunidad a los jugadores de subir a internet videos de ellos mismos jugando o revisando juegos, o directamente de jugarlos y compartir la pantalla del juego en línea, algo que en algunos casos puede atraer a millones de espectadores y seguidores. En términos económicos, esta actividad produce ingresos basados en la publicidad, las suscripciones y las donaciones, que en algunos casos pueden ser muy grandes. Parece haber una economía completa y creciente basada en este modelo conocido como “play and pay” [juega y paga], que convierte el juego individual en trabajo, (Postigo, 2016). Aunque las cifras de los ingresos personales de los jugadores profesionales de YouTube y Twitch son muy difíciles de conseguir, es probable que algunos de los que más seguidores tienen, como *PewDiePie* o *Markiplier*, obtengan ingresos considerables de esta actividad. (12) De todas formas, para la mayoría de los streamers posiblemente se trata de obtener, en el mejor de los casos, un ingreso secundario, que complementa el de sus trabajos regulares. Por ejemplo, un youtuber profesional que entrevistamos, Conan (23, varón, crítico de videojuegos), destacó que él y muchos de sus conocidos youtubers obtienen muy pocos ingresos de sus transmisiones (*videocasts*) relacionadas con videojuegos: “Mi contenido es lo que es, y sobreviví gracias a cosas como Patreon, o porque alguien se fija en mí y decide contratarme para otra cosa”.

Como en cualquier otro ámbito de la vida social, existen diferentes niveles en las carreras profesionales vinculadas a los videojuegos. Lejos del sistema estelar de los jugadores profesionales de deportes electrónicos de alto nivel y de los presentadores de videos más famosos, tenemos a los jornaleros que luchan por su carrera como jugadores profesionales, a los explotados

“granjeros de oro”; (13) empleados en equipos de jugadores, a menudo en condiciones de trabajo terribles por muy poco salario, cuya única función es generar artículos en el juego y venderlos a través del *money trade* (ver Castronova, 2005; Dibbell, 2007; Lee y Lin, 2011).

La educación en (y a través de) los videojuegos

En estrecha relación con el auge de los videojuegos como camino profesional legítimo, encontramos un aumento, en los últimos años, en el número de carreras y maestrías dedicadas al estudio, la creación, el diseño y la producción de videojuegos. Jack, de 46 años, es coordinador de dos carreras de grado en desarrollo de videojuegos, e imagina que en un futuro cercano se crearán miles de nuevos empleos solo en Europa en la industria de los videojuegos. Por esa razón no cree que la explosión de cursos, carreras y maestrías sea “una moda”, que “la gente haga estas carreras porque es *cool*”, sino “porque es una necesidad”. Edward, de 54 años, es director de un programa de maestría en videojuegos, y va más allá del simple argumento de que *la industria de los videojuegos está creciendo*. Para él existe “una aceptación cada vez mayor de los videojuegos como medio cultural”. Los videojuegos están pasando de ser simplemente “un producto de software para volverse una parte de las industrias culturales”. Por lo tanto, el rápido aumento de los cursos relacionados con los videojuegos está vinculado a una mayor aceptación de los videojuegos como parte de nuestro panorama cultural contemporáneo, al tiempo que la proliferación de los videojuegos en el campo de la educación también ayuda a legitimarlos como parte de nuestra cultura en sentido amplio.

Sin embargo, más sorprendente es la introducción en las escuelas de actividades específicamente orientadas a animar a los niños y adolescentes a jugar más videojuegos. Y no solo estamos aludiendo al uso de los *juegos serios* (discutidos anteriormente) en las aulas. También estamos viendo cada vez más juegos “regulares” (es decir, juegos comerciales no creados con fines educativos) que son utilizados con fines educativos. Por ejemplo, en lugares como GlassLab (14) (conocido como el “Instituto del Juego”) se utilizan videojuegos como *Minecraft* para enseñar matemáticas. Según Jessica Lindl, gerente general de GlassLab, al jugar este juego los niños “están ejercitando funciones matemáticas, resolviendo problemas y colaborando entre ellos, conceptos que los maestros han estado luchando para que aprendan en el aula” (Pitts, 2014: en línea). Pero Lindl va incluso más allá al afirmar que el principal problema en la educación hoy en día es la evaluación formal (que es en gran parte de naturaleza aditiva) y que el uso de videojuegos podría ayudar a cambiar la forma en que evaluamos a los niños en las aulas. Como dice, con los videojuegos “no hay casi ningún desfase, o muy poco, entre la instrucción (enseñar a los niños a hacer algo)

y la evaluación (determinar qué tan bien aprendieron la lección)” (Pitts, 2014: en línea). Por eso los videojuegos parecen ser una forma más eficaz de cubrir todo el proceso educativo de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Esto es lo que parece creer también Paul Darvasi, profesor de secundaria de inglés y estudios de medios, diseñador de juegos serios/educativos y consultor. Darvasi desarrolló un método para utilizar *Gone Home* (Fullbright, 2013) en el aula con una extensa lista de actividades para los estudiantes. (15) Este videojuego se utilizó en el contexto del aula para enseñar diferentes temas, como los modos de crear relatos, cómo llevar a cabo una arqueología de objetos cotidianos de la década de 1990, cómo recolectar datos de manera sistemática, cómo rastrear signos de determinadas subculturas musicales, artísticas y literarias vinculadas al feminismo y los movimientos *queer*, entre otros temas.

Por otra parte, la integración de los videojuegos en cada paso de la educación es cada vez más profunda. Algunas empresas que desarrollaron videojuegos que se utilizan como plataforma de deportes electrónicos, como Riot Games (desarrolladores y promotores de *League of Legends*), están ofreciendo becas universitarias para aquellos estudiantes que se desempeñan bien en las ligas de secundaria (Warr, 2014). De manera similar a las becas deportivas universitarias tradicionales, las personas responsables de estos videojuegos dentro de la escena competitiva están seleccionando a las futuras estrellas de los deportes electrónicos, dentro del sistema educativo, para ayudarlos a iniciar una carrera profesional en los videojuegos.

Desdibujando los límites entre juego, trabajo y educación

En una secuencia en la película de Valve, *Free to Play* (2014), una de las madres de los jugadores profesionales comienza diciendo “Yo era la típica mamá”, seguido de un “Pasas demasiado tiempo jugando juegos de computadora” (Valve, 2014). Como madre trataba de alentar a su hijo, Clinton, a invertir más tiempo en su educación para hacer una carrera en una profesión viable. Para ella, jugar videojuegos era una distracción de asuntos más importantes como la educación y el trabajo. De ninguna manera previó que los videojuegos conducirían a su hijo a tener una carrera válida y rentable. Otra participante de la película, en cambio, suscribe la principal hipótesis articulada aquí: que los videojuegos, incluido el juego profesional, se convertirán cada vez más en algo normal, una parte más de nuestra cultura aceptada: “pasará de ser un nicho a ser algo socialmente aceptado” (Valve, 2014). Esta participante cierra el dilema establecido por la madre de Clinton, porque para ella el punto de inflexión definitivo se logrará cuando los jugadores mismos se conviertan en padres y comiencen a alentar a sus hijos a jugar

videojuegos: “Cuando los videojugadores se conviertan en padres, vamos a apoyar a nuestros hijos que quieran jugar videojuegos” (Valve, 2014).

Los videojuegos han sido considerados tradicionalmente como una vía de escape de las cosas importantes de la vida, como la educación y el trabajo. Pero ahora, en cambio, se están convirtiendo en un área de interés profesional, así como en herramientas educativas. Los videojuegos se integran cada vez más en los aspectos centrales de nuestra sociedad, hasta el punto de que distinguir entre los “aspectos juego/trabajo” de una actividad determinada se vuelve cada vez más difícil. Como sostiene Kerr (2006: 7): “Parecería que distinguir entre producción y consumo y entre trabajo y juego en las sociedades occidentales contemporáneas es cada vez más problemático”. La invasión de los videojuegos a los espacios de trabajo y educación está ayudando a derretir dicotomías bien establecidas en las (ya) antiguas sociedades industriales. La aparición de fenómenos como el “playbour” [“trabajuego”] (Kücklich, 2009; Frelík, 2016; Hjorth, 2017) o el “edutainment” [“entreteducación”] (Charsky, 2010; Egenfeldt-Nielsen, 2011; Ma, Oikonomou, y Jain, 2011; Katsaliaki y Mustafee, 2015), donde los límites entre el juego, el trabajo y la educación se difuminan, es una evidencia de un mundo en el que todo se está convirtiendo en “tan solo un juego” (Taylor *et al.*, 2015: 383).

El trabajo clásico de Max Weber (2001) sobre el papel clave que la ética del trabajo protestante desempeñó en los orígenes del capitalismo moderno (entendiendo la acumulación individual de capital como un fin en sí mismo) enfatiza la importancia de la “separación entre los negocios y el hogar” (Weber, 2001: xxxv); es decir, la diferenciación entre el ámbito doméstico y el profesional. Según Boltanski y Chiapello (2005: 155), esto ha cambiado radicalmente en el nuevo espíritu del capitalismo: ahora “se hace difícil hacer una distinción entre el tiempo de la vida privada y el tiempo de la vida profesional”. Como afirman Boltanski y Chiapello, la “ética del trabajo” que había impregnado el espíritu original del capitalismo se ha visto afectada por un nuevo espíritu: ya no hay una “distinción clara entre la actividad personal o incluso la de ocio y la actividad profesional”. Esto lleva, como consecuencia, a que el tiempo dedicado al trabajo y al ocio sea cada vez más difícil de distinguir: se trata de “difuminar los límites entre estos diferentes estados, que hasta ahora estaban claramente separados” (Boltanski y Chiapello, 2005: 456). Todo esto está en línea con lo que buscan las racionalidades políticas neoliberales (como veremos en el capítulo 3), que fomentan la construcción de individuos dispuestos a gobernarse a sí mismos de manera que la disciplina y la responsabilidad autoimpuestas sean activamente perseguidas por los ciudadanos; en esa medida, el “programa neoliberal penetra no solo en los ámbitos político y económico, sino también en nuestras vidas íntimas” (Winch y Hakim, 2017: 40).

Nuestras vidas se han convertido en un conjunto de tareas abiertas que suceden al mismo tiempo. Continuamente saltamos de una tarea a la otra de la misma manera que lo hacemos entre las pestañas abiertas en la pantalla de la computadora.

No necesitamos terminar una para iniciar otra o continuar con otras que ya están en progreso, ya sea que hablemos del tiempo libre, del trabajo o del estudio. El tiempo mismo parece haber perdido su linealidad y utilidad como herramienta para organizar la vida de las personas. Incluso nuestro tiempo muerto está ludificado: cuando los usuarios pierden su conexión a Internet mientras usan Chrome (Google, 2008), pueden jugar un minijuego hasta que vuelva la señal. Como señala Maffesoli (2001: 68), el presentismo en la sociedad contemporánea significa que no es posible considerar “que hay cosas que son más importantes que otras”. En la vida cotidiana, si todo es igualmente importante, entonces nada es importante. Los individuos ya no pueden diferenciar entre espacios, tiempos y actividades. Juegan mientras trabajan, trabajan mientras juegan. Incluso es difícil discernir qué pertenece a los campos del trabajo y la educación y qué se supone que es lúdico. Como escribe Maffesoli (2001: 20), se ha generalizado una concepción lúdica de la sociedad: “el juego del mundo, o el mundo como juego. La vida como juego es la aceptación del mundo tal como es”. La educación y el trabajo se están abriendo camino en el mundo de los videojuegos, pero la cultura de los videojuegos también está penetrando y transformando cada vez más esas áreas. Estamos más cerca que nunca de una sociedad videolúdica.

La construcción del público de los videojuegos

Otro signo de la creciente importancia cultural de los videojuegos es su creciente presencia en otros medios. Este proceso no es notable solamente en los nuevos medios, por ejemplo en la enorme cantidad de sitios web especializados en videojuegos. También los medios más tradicionales, desde hace algún tiempo, han empezado a cubrir los videojuegos al igual que lo hacen con otros productos culturales como películas, música, programas de televisión, etcétera. En este sentido, periódicos de prestigio como *The Guardian* y *The New York Times* son pioneros, ya que vienen poniendo el foco en los videojuegos desde principios de la década de 2000. Como escribe Keith Stuart (2017: en línea), ex editor de juegos de *The Guardian*: “Publicamos reseñas, analizamos la industria, consideramos tendencias y controversias; en otras palabras, tratamos los juegos de la misma manera que las películas y la música”. Stuart sostiene que ha habido un cambio en la crítica de juegos: los videojuegos se analizan ahora como una “forma de arte y no ya como un producto”. Los reseñistas buscan “examinar y transmitir la experiencia de jugar, la sensación del mundo, la atracción del relato, la conexión emocional con los personajes o la inteligencia de la mecánica [...] en lugar de proporcionar una mera recomendación sobre si se debe comprar o no un artículo de consumo”.

Históricamente, las revistas han tenido un papel importante en la formación de la cultura de los videojuegos, como sostiene Kirkpatrick (2015) en su análisis (basado en Bourdieu) de las revistas de videojuegos del Reino Unido en las décadas de 1980 y 1990. Aunque la muerte de los medios impresos ha sido anunciada hace ya algún tiempo, es evidente que las revistas de videojuegos siguen siendo numerosas y populares, incluidas aquellas que se centran de manera más general en todos los aspectos de la cultura de los videojuegos como *EDGE* (1993 hasta la fecha), las que se concentran en empresas o consolas específicas como *Official Xbox Magazine* (2001 a la fecha) y las que cubren géneros o entusiasmos particulares como *Retro Gamer* (2004 a la fecha). Además, como se destacó anteriormente, es notable que las reseñas y los artículos sobre videojuegos ya sean una página común en la mayoría de los periódicos impresos en muchos países. También hay una historia bastante larga de programas de televisión que giran en torno los jugadores de videojuegos. Uno de los primeros ejemplos fue *TV Powwww* que debutó en los Estados Unidos en 1978, y uno de los más exitosos fue *GamesMaster*, que se transmitió en el Reino Unido entre 1992 y 1998 por el Canal 4, y a partir de 2017 la *BBC* comenzó a mostrar regularmente deportes electrónicos en su canal en línea *BBC3*.

Como veremos en el capítulo 6 en relación con la representación prototípica del jugador, es a través del desarrollo y la puesta en común de un discurso centrado en la evaluación de los juegos que el acto de jugar videojuegos adquiere el estatus de práctica cultural. Cuando este discurso se amplía y se inserta en periódicos, revistas y otros medios de interés general es cuando una cultura otrora específica comienza a difuminar sus límites y a afectar a sectores más amplios de la sociedad, generando una multitud de prácticas culturales relacionadas con los videojuegos. Sin embargo, si hay un medio en el que los videojuegos han proliferado de forma natural, es, sin duda, Internet.

En gran medida, Internet y los videojuegos crecieron juntos como nuevos medios, y son en gran parte simbióticos: cada uno apoya y ayuda al otro a crecer (Crawford *et al.*, 2011). Esta fuerte relación permanece intacta hasta hoy. YouTube, por ejemplo, está repleto de canales de videojugadores. De hecho, el canal de YouTube con más suscriptores es el del usuario PewDiePie, (16) el nombre de guerra del Youtuber sueco Felix Arvid Ulf Kjellberg. En agosto de 2017, su canal tenía más de 56 millones de suscriptores. Según Google Trends, “las búsquedas de PewDiePie en YouTube están a la par con estrellas como Eminem y Katy Perry” (Ramdurai, 2014). Entre los 100 principales canales de YouTube de todo el mundo, más de 20 están relacionados con los videojuegos, y “los datos de YouTube muestran que seis de los diez canales más vistos en Estados Unidos son canales sobre videojuegos” (Ramdurai, 2014: en línea). Al respecto Conan, crítico de juegos y youtuber masculino de 23 años, cree que en el campo de los videojuegos “hay youtubers que tienen mayor audiencia que la mayoría de los medios tra-

dicionales sobre videojuegos”. “Y no solo tienen una mayor audiencia, sino que tienen una audiencia mucho más fiel”. Por lo tanto, parece que los videojuegos son una parte central de la generación actual de youtubers (Google, 2013).

Quizás igualmente relevante sea la creación, bastante reciente, de Twitch, una plataforma de transmisión por Internet específicamente orientada a contenido de videojuegos. Twitch se lanzó en junio de 2011 y en agosto de 2014 Amazon la compró por \$970 millones (Gittleson, 2014). Según Twitch, (17) la plataforma tiene una media de 10 millones de usuarios activos al día. En Twitch los usuarios pueden ver a otros usuarios jugando. Un usuario crea un canal, comienza a jugar un videojuego y a transmitirlo en vivo. Otras personas pueden unirse al canal y verlo jugar, mientras intercambian comentarios con otros espectadores. A su vez, la persona que juega puede responder a estos comentarios en el momento. Los espectadores tienen la posibilidad de seguir, suscribirse o hacerle una donación a la persona que está transmitiendo.

Todos estos ejemplos nos dicen que existe una audiencia que disfruta de ver jugar a otras personas. Claro que existen razones para considerar a los jugadores de videojuegos, ellos mismos, como miembros del público. Cuando Eskelinen y Tronsd (2003: 196) afirman que los videojuegos no tienen público, lo dicen explícitamente en tren de argumentar que los videojuegos “no necesitan de la audiencia como una parte integral de su estructura de comunicación”. Esta renuencia a admitir la existencia de una audiencia de los videojuegos se basa en un enfoque ludológico demasiado estrecho, que se niega a concebir los videojuegos como medios de comunicación o a admitir que puedan tener incluso alguna característica relacionada con los medios más antiguos como la televisión, el cine, la música, la literatura. Este enfoque ignora características comunes que no son ergódicas o puramente interactivas, como “pantallas de mapas, pantallas de puntuación, pantallas de tiempo de vuelta, etc.” (Newman, 2002). Además, Crawford (2012: 34) amplía el argumento de Newman para proponer que, en el modo normal de juego, los videojugadores son principalmente espectadores de los “paisajes visuales y de sonido que se pueden apreciar en el juego estándar”. Los jugadores miran al menos tanto como dirigen el juego, pero probablemente más.

También hay una larga historia de videojuegos que ha tocado, o incluso difuminado, el límite entre juego, ficción interactiva y cine. Por ejemplo los juegos de aventuras basados en texto, como el clásico *Adventure* (1976) de William Crowther, difuminan los límites entre el juego y la literatura, mientras que hay otros, como los desarrollados por Quantic Dream, como por ejemplo *Heavy Rain* (2010) y *Beyond: Two Souls* (2013), que son muy cinematográficos. Por otra parte, ha habido un aumento notable de la popularidad, en los últimos años, de un género de juegos a los que con frecuencia se hace referencia como videojuegos de exploración, o “simuladores de caminata”.

En un simulador de caminata, el jugador suele pasar mucho tiempo caminando, conversando, buscando pistas y siguiendo una narrativa predeterminada. Los títulos que normalmente se incluyen en este género incluyen *Proteus* (Key y Kanaga, 2013),

Dear Esther (The Chinese Room, 2012), *Gone Home* (Fullbright, 2013), *Everybody's Gone to the Rapture* (The Chinese Room, 2015) y *What Remains of Edith Finch* (Giant Sparrow, 2017). Inicialmente, "simulador de caminata" era un término peyorativo utilizado para desacreditar ciertos tipos de videojuegos con el fin de resaltar el hecho de que no tenían los elementos y mecánicas típicas que suelen definir un videojuego. En este sentido, estos juegos también se etiquetaron a menudo como "no juegos".



Fig. 1. El auge de los simuladores de caminata: captura de pantalla de *Firewatch* (Campo Santo, 2016).

Estos trabajos plantean preguntas importantes sobre el carácter lúdico de ciertos juegos, las ideas de interactividad y la narración de historias, y el papel de la contemplación, la exploración y la observación en los videojuegos. Los títulos mencionados ponen las cartas sobre la mesa sobre el acto de ver y mirar dentro de un videojuego. Se trata de videojuegos diseñados específicamente para ser vistos y escuchados, experimentando sus paisajes audiovisuales. Algo que incorpora una práctica cultural común en los videojuegos: el jugador como turista, observador, testigo. Esta idea nos lleva más allá de la etiqueta de los “simuladores de caminata” y se extiende a juegos como *The Elder Scrolls* (Bethesda, 1994-hasta la fecha), *Grand Theft Auto* (Rockstar Games, 2001-2013) o *Assassin's Creed* (Ubisoft, 2007-hasta la fecha), casos en que los jugadores pueden olvidarse de las misiones y comenzar a explorar y observar el universo del juego: el videojuego convertido en espectáculo, donde sin duda el jugador es también público.

Por supuesto que los videojuegos también han tenido, desde siempre, una audiencia en el sentido más tradicional de esta palabra. Siempre que hubo gente jugando videojuegos, desde los primeros días de los laboratorios de computación y las salas de juegos, hubo también gente interesada (otros jugadores, amigos, colegas e incluso extraños) mirando por encima del hombro del jugador para ver la acción de juego desplegándose en pantalla. Algunos autores han destacado el papel importante e interactivo que los espectadores pueden tener en el juego y la cultura, particularmente en relación con ciertos géneros de juegos o escenarios específicos. Por ejemplo, Lin y Sun (2008) destacan el papel que desempeñan los espectadores en la cultura de *Dance Dance Revolution* en las salas de juegos, mientras que Conway (2010) analiza cómo los jugadores de *Pro Evolution Soccer*, junto con los que miran, trabajan de manera comunitaria para ayudar a mantener “el *flow* del juego” (Csikszentmihalyi, 1988) y los ritmos de la experiencia.

Sin embargo, hay pocas dudas de que Internet, los canales de juegos de YouTube y las plataformas de video como Twitch han aumentado enormemente la oportunidad de ver a otras personas jugando videojuegos. Esto nos lo transmite Ander (hombre, 33 años, no se identifica como jugador, poco involucrado) cuando recuerda que solía ver fútbol en la televisión, actividad en la que fue perdiendo interés, y que ahora prefiere ver a alguien jugando *Starcraft II* (Blizzard Entertainment, 2010): “Ahora solo sigo un canal de deportes electrónicos en YouTube, solo veo *Starcraft II*”. Por supuesto que se trata de un ejemplo de un solo individuo que pasó de un espectáculo tradicional y bien establecido (el fútbol) a un interés emergente (los videojuegos), pero lo que vuelve este caso interesante es que este individuo no se identifica particularmente con la cultura del juego. Ander no se ve a sí mismo como un jugador, ni siquiera como un gran fanático de los jugadores, pero aun así mira con avidez a otros jugar videojuegos en línea. En particular, esta parece ser una tendencia creciente, ya que, por ejemplo, una encuesta de consumidores de Google en 2014 sugirió que solo el 37% de un grupo de personas que ven videos de juegos en YouTube se

consideran jugadores (Ramdurai, 2014). Este y otros ejemplos se suman a nuestro argumento central sobre la creciente importancia social y cultural de la cultura de los videojuegos; ya que incluso aquellos que no están directamente involucrados como participantes en esta cultura, también pueden estar cada vez más implicados en ella como miembros de la audiencia. La cultura de los videojuegos está comenzando a llegar a un público mucho más amplio.

Videojuegos y academia

En julio de 2001, Espen Aarseth (2001) publicó el primer número de la primera revista con referato dedicada a lo que él definía como la disciplina recién creada de los “estudios de juegos de computadora”. Así nació la revista *Game Studies*, que según Aarseth marcó la apertura de un nuevo campo de estudio académico dedicado a los videojuegos. Aarseth (2001) afirmó que 2001 podría considerarse “como el Año Uno de los estudios sobre juegos de computadora como un campo académico internacional emergente y viable”. Dos años después, Mark Wolf y Bernard Perron (2003), en la introducción de la primera antología de estudios de juegos, afirmaron que la idea de teoría de los videojuegos comenzaba a ser aceptada en la academia. Un año más tarde, Aarseth (2004: 45) insistía en que la idea de estudiar académicamente los videojuegos había pasado de “ser una idea *non grata* a convertirse en un campo reconocido de gran potencial académico, un lugar para el crecimiento y el reconocimiento académico”. Los videojuegos ya eran un área de estudio emergente a fines del siglo XX, pero fue a principios de la década de 2000 cuando el estudio de juegos comenzó a convertirse de manera más notable en un campo reconocido.

En 2009 ,Wolf y Perron (2009: 1) publicaron el segundo volumen de su compilado de teoría de los videojuegos. Esta nueva antología comienza categóricamente con la siguiente afirmación:

No hace falta decir que el campo de los estudios de videojuegos es ahora saludable y floreciente. Una explosión de nuevos libros, publicaciones periódicas, sitios en internet y conferencias ha confirmado la popularidad, viabilidad y vitalidad que el campo tuvo durante la última década, de una manera que quizás pocos fuera de él esperaban. Ha llegado el momento de preguntarnos no solo a qué ritmo está creciendo el campo sino también en qué direcciones podría o debería ir.

Según estos autores, la relevancia de un campo dedicado al estudio de los videojuegos, a finales de la década de 2000, ya no estaba en duda. Rara vez es posible presenciar la aparición de un área en el mundo académico a un ritmo tan rápido como lo hicieron los estudios de videojuegos en esos primeros años. En los años siguientes, comenzamos a ver una explosión de publicaciones y la creación de varios centros de investigación especializados en su estudio. En 2015 Wolf y Perron publicaron el *Routledge Companion to Video Game Studies*. Para este momento los editores ya no necesitaban justificar y legitimar este campo. En cambio, lo que afirman en este caso es la evolución de la disciplina:

Naturalmente nos damos cuenta de que un solo volumen, por sustancial que sea, solo puede dar una muestra de los muchos temas y enfoques a través de los que pueden estudiarse los videojuegos; y a medida que pase el tiempo, el campo de los estudios de juegos se hará más amplio y profundo, a medida que su objeto de estudio continúa expandiéndose y evolucionando.

(Wolf y Perron, 2015: xxiv)

Los estudios de videojuegos (o, como a veces se lo conoce, “estudios de juegos digitales”, “estudios de juegos de computadora”, más comúnmente “estudios de juegos”) abarcan una amplia gama de influencias y se basan en muchas otras disciplinas, como la antropología, la inteligencia artificial, la teoría de la comunicación, la economía, las ciencias de la computación, los estudios culturales, la teoría de juegos, la historia, los estudios de género, la educación, el derecho, la literatura, la medicina, la filosofía, las ciencias políticas, la psicología, la semiótica, la sociología y muchas otras.

Cabe señalar que ya se han realizado algunos esfuerzos para deslindar y dar a conocer este campo de estudios emergente. Junto a los textos de Perron y Wolf (2003, 2009, 2015) destacados anteriormente incluimos los trabajos de Newman (2004), Juul (2005), Raessens y Goldstein (2005), Egenfeldt-Nielsen, Smith y Pajares Tosca (2008), Mäyrä (2008), Taylor (2009), Hjorth (2011), Crawford (2012), Sicart (2014a), Goldberg y Larsson (2015), Bogost (2015) y Kowert y Quandt (2016). Se trata apenas de una pequeña muestra de la gran cantidad de obras publicadas sobre el tema. Una búsqueda del término “Videojuegos” en Google Books (a mediados de 2017) encuentra 445.000 obras, y 329.000 si se busca “Juegos de computadora”, lo que proporciona un resultado combinado de más de 744.000 libros, cifra comparable al número de volúmenes que abordan otros temas mucho más establecidos como, por ejemplo, el “patrimonio cultural” (729.000 libros).

El creciente número de revistas internacionales con referato que se dedican a esta área de estudios también da testimonio de la creciente importancia del campo. La lista actualmente incluye, pero no se limita a estas, a las revistas *Game Studies* (desde

2001), *Games and Culture* (2006), *Eludamos* (2007), *Loading...* (2007), *International Journal of Computer Games Technology* (2007), *Entertainment Computing* (2009), *Journal of Gaming and Virtual Worlds* (2009) y *ToDIGRA* (2013). Por supuesto que no incluimos aquí la plétera de otras revistas menos específicas que aceptan y publican investigaciones relacionadas con los videojuegos; cuya lista sería demasiado extensa. Como escribió Pearce (2009: 51):

Juzgando solo por el hecho de que ya existe una buena cantidad de artículos académicos con referato como para justificar la publicación de una revista titulada *Games & Culture*, es atinado decir que hemos llegado al punto en que los debates previos sobre si estos dos términos pueden coexistir pierden sentido.

También han aparecido varios grupos y centros de investigación que se centran o incorporan el estudio de los videojuegos; incluyendo entre otros casos el Centro de Investigación de Juegos de Computadora (IT Universidad de Copenhague, 1999), DIGAREC - Digital Games Research Center (Universidad de Potsdam, 2008), The Singapore-MIT GAMBIT Game Lab (Massachusetts Institute of Technology, 2007), The Mobile VINN Excellence Center (Universidad de Estocolmo, 2007), Technoculture, Art and Games (Universidad de Concordia, Montreal, 2008), NYU Game Center (Universidad de Nueva York, 2008), Utrecht Center for Game Research (Universidad de Utrecht, 2014). Además, la Asociación internacional de investigación de juegos digitales (DiGRA) se estableció formalmente en 2003 y, desde entonces, varios países o regiones han establecido sus propios capítulos nacionales para el estudio de los videojuegos, incluidos los de Australia, China, los Países Bajos, Finlandia, Alemania, Israel, Italia, Japón, Turquía y Reino Unido.

Sin embargo, es importante señalar que los estudios de juegos, aunque conforman un campo de investigación en rápido desarrollo, todavía no alcanzan el estatus de otras áreas similares como pueden ser las de la literatura, el cine o incluso la televisión. Los académicos de los juegos son muy parecidos a los críticos de juegos modernos que describe Stuart (2017), que “como sus equivalentes cinematográficos en la década de 1920, todavía están luchando con este vasto medio nuevo que se encuentra experimentando cambios sísmicos en forma y significado, pero los cambios más grandes aún están por llegar” (Stuart, 2017: en línea). La lucha por posicionar los estudios de videojuegos como un ámbito académico central y plenamente aceptado continúa. Por ejemplo, el hecho de que en la actualidad solo haya un puñado de profesores titulares de cátedra trabajando en el área de estudios de juegos es una prueba de que es posible que esta área aún no haya madurado por completo. Entonces, parece que en general el estudio de los videojuegos es un área de investigación muy reciente y que, aun si no ha alcanzado todavía el mismo nivel de reconocimiento que tienen otras muchas áreas de estudio relacionadas, durante su corta vida ha

experimentado una evolución muy rápida y se ha establecido como un área válida de interés académico. Es cierto que esto se debe en más de un sentido a la creciente importancia de los videojuegos en la sociedad en general y al desarrollo de la cultura de los videojuegos en sí mismo; pero también es verdad que la legitimación de los estudios ha ayudado a posicionar la cultura de los videojuegos como un área no trivial de la vida social y cultural.

Videjuegos y cultura

En su libro *Global Games: Production, Circulation, and Policy in the Networked Era*, Aphra Kerr (2017) busca ubicar y comprender la industria de los videojuegos dentro de un panorama social, cultural y económico más amplio. En particular, Kerr adopta un enfoque de “industrias culturales” para estudiar el sector de los videojuegos. Este enfoque tiene su origen en el trabajo de Adorno y Horkheimer (1979) sobre la industria cultural. En esta tesis, las industrias que producen cultura, como el cine y la música popular, se considera que producen “bienes culturales” no en función de sus méritos artísticos sino más bien en relación con su capacidad de maximizar ganancias. Por eso la industria de la cultura genera productos anti intelectuales, estandarizados y formulaicos, basados en lo que el capitalismo sabe que venderá y en lo que puede llegar a una audiencia más grande. Se podría argumentar entonces que la industria de los videojuegos contemporánea es el pináculo de la industria de la cultura como la entienden Adorno y Horkheimer. En particular Crawford y Rutter (2006) afirman que la posición dominante de las secuelas y *remakes* en el mercado de los videojuegos podría verse como la tendencia de la industria a poner productos en oferta que no sean necesariamente innovadores u originales pero que puedan garantizar lucro a bajo riesgo.

Kerr (2017) destaca el valor de este enfoque, que nos permite comprender las relaciones de poder desiguales al interior del sector cultural y sus industrias, pero adopta una posición un poco menos crítica, utilizando el trabajo de Miége (2011), que adapta la noción de “industrias culturales” para afirmar que la mercantilización no siempre tiene consecuencias totalmente negativas. Kerr afirma que la industria de los videojuegos tiene muchas similitudes con otras industrias culturales, como el cine, la televisión y la música, ya que todas comparten riesgos similares en la producción de contenido y tienen tensiones internas similares entre las ganancias y creatividad. Sin embargo, para Kerr la industria de los videojuegos es, a la vez, diferente, o está a la vanguardia, de las otras industrias culturales, ya que supo aprovechar el potencial de las redes de Internet y “lideró la adopción de la distribución digital, los intermediarios de Internet y la creación de contenido a manos de *amateurs*” (Kerr, 2017: 6).

Los videojuegos se están convirtiendo en uno de los productos culturales y artísticos más relevantes de nuestro tiempo. No es raro encontrar videojuegos en salas de exhibición o museos, como el Museo de Arte Moderno (MoMA) de Nueva York, cuya colección permanente incluye videojuegos desde 2012, entre otras, obras como *Tetris* (Pajitnov, 1984), *Los Sims* (Maxis, 2000), *Myst* (Cyan Worlds, 1993), *Eve Online* (CCP Games, 2003), *Flow* (Thatgamecompany, 2006), *Pac-Man* (Namco Ltd., 1980) y *Street Fighter II* (Capcom, 1991). Paola Antonelli (2013: en línea), curadora *senior* de arquitectura y diseño del MoMA, responsable de la inclusión de los videojuegos en el museo, busca “preservar y mostrar artefactos que se convertirán cada vez más en parte de nuestras vidas en el futuro”. También afirma que los videojuegos son útiles para resaltar cómo la interactividad es parte de nuestra vida, ya que los videojuegos podrían describirse como “la forma más pura de interactividad”. Para Antonelli, los videojuegos “pueden ser realmente profundos incluso de una forma completamente inconsciente”, y pueden considerarse “como una experiencia” que puede “parecer extraña para muchos” pero que resulta a la vez “muy educativa”. Antonelli concluye que, hablando de videojuegos, “el diseño está realmente en todas partes” y, además, afirma que los videojuegos pueden entenderse como la quintaesencia del diseño y la interactividad, y “debido a su centralidad en nuestras vidas”, cada vez más personas consideran el diseño “como parte de su propia cultura”. Según su argumento, entonces, los videojuegos merecen estar en un museo porque se están convirtiendo en parte fundamental de nuestra cultura.

Además, los videojuegos no solo están comenzando a ser incluidos en las colecciones y exposiciones de museos y salas de exhibición ya establecidos, sino que también han surgido en los últimos años varios museos, salas de exhibición y archivos específicos de videojuegos, como el *Computerspielemuseum* en Berlín (fundado en 1997), el *Video Game Art Gallery* en Chicago (2013), el *National Videogame Arcade* en Nottingham (2015), el *National Videogame Museum* en Frisco, Texas (2016), y la *Video Game History Foundation* en Oakland, California (2017). En este sentido, Emmett, director de un museo de videojuegos de 48 años, explica por qué decidieron fundar el museo en el que actualmente trabaja: “ya en ese entonces estábamos convencidos de que los juegos de computadora son más que un juguete, que son una parte muy importante de la cultura”. Emmett agrega que el principal objetivo que les gustaría lograr con el museo es “crear conciencia de la importancia cultural de los juegos de computadora” ya que los videojuegos son, en su opinión, “una especie de indicador temprano de cosas y desarrollos que se verán en el futuro”. Este argumento es similar al de Antonelli sobre la decisión de llevar los videojuegos al MoMA. Los videojuegos son importantes y son una parte ineludible de nuestra cultura que puede ayudarnos a comprender mejor la sociedad actual (y futura). Como dice Robert, director de otro museo de videojuegos de 47 años, “creemos que los juegos y las personas que los crean son interesantes”.

En relación a esto, las Directrices para la Preservación del Patrimonio Digital que la Biblioteca Nacional de Australia (2003) preparó para la Unesco abogan por preservar los elementos digitales tanto como los equipos técnicos necesarios para su ejecución en áreas como “procesamiento de textos, correo electrónico, páginas web, bases de datos relacionales, modelos computacionales y simulaciones, audio y video digital, imágenes espaciales y juegos de computadora” (Biblioteca Nacional de Australia, 2003: 29), por nombrar solo algunas. Los videojuegos se convierten en objetos de interés para las instituciones que custodian elementos culturales y se convierten así en patrimonio cultural.

Por lo tanto, los videojuegos ya forman parte del dominio que abordan espacios culturales como los museos y las salas de exhibición que generalmente nos representamos como instituciones de “alta cultura”. Sin embargo, los videojuegos siguen siendo, principal e indudablemente, parte de la cultura popular. (18) Por ejemplo, su presencia e importancia en las series de televisión ha crecido en los últimos años. *The Big Bang Theory* (Lorre y Prady, 2007-2019) a menudo retrata a los protagonistas jugando y hablando sobre videojuegos, vinculando las prácticas de juego con una “cultura geek” estereotipada y más amplia, y algunos de sus episodios giran principalmente en torno a los videojuegos. En la versión estadounidense de *House of Cards* (Willimon, 2013-2018), el personaje principal, Francis Underwood, es un jugador habitual; el guion hace referencia a varios títulos, algo que insinúa que la política y los (video)juegos tienen mucho en común. *The Guild* (Day, 2007-2013) es una serie de comedia que sigue la vida de un grupo de jugadores que forman parte de un gremio en un (ficticio) juego en línea multijugador masivo (MMOG) llamado *The Game*. También hay varias series que han dedicado episodios temáticos a ciertos videojuegos, o que presentan situaciones en las que los personajes juegan o hablan sobre videojuegos, incluidos (entre otros) títulos como *Black Mirror* (Brooker, 2011-2019), *CSI Miami* (Zuiker, Donahue y Mendelsohn, 2002-2012), *La ley y el orden* (Wolf, 1990-2010), *Seinfeld* (David y Seinfeld, 1989-1998), *Los Expedientes Secretos X* (Carter, 1995-2002, 2016), *Star Trek: The Next Generation* (Roddenberry, 1987-1994), *Breaking Bad* (Gilligan, 2008-2013), *The Walking Dead* (Darabont, 2010-2022), *Mr. Robot* (Esmail, 2015-2019) y muchos otros. Además, al momento de escribir este libro se han propuesto, o se encuentran ya en desarrollo, una cantidad de series de televisión basadas en licencias de videojuegos como *Battlefield*, *The Witcher* y *Castlevania*. También hay una historia larga y en expansión de películas que son adaptaciones de videojuegos, por ejemplo, *Super Mario Bros* (Morton y Jankel, 1993), *Street Fighter* (de Souza, 1994), *Mortal Kombat* (Anderson, 1995), *Tomb Raider* (West, 2001; de Bont, 2003; Uthaug, 2018), *Resident Evil* (Anderson, 2002; Witt, 2004; Mulcahy, 2007; Anderson, 2010; Anderson, 2012; Anderson, 2016), *Silent Hill* (Gans, 2006), *Max Payne* (Moore, 2008), *Prince of Persia: The Sands of Time* (Newell, 2010), *Doom* (Bartkowiak, 2005), *Hitman* (Gens, 2007) y *Assassin's Creed* (Kurznel, 2016), por nombrar solo algunos de los títulos más populares. Además, también hay películas que involucran, o giran en torno a videojuegos, como *Tron* (Lisberger, 1982), *WarGames* (Bad-

ham, 1983), *eXistenZ* (Cronenberg, 1999), *Avalon* (Oshii, 2001), *Wreck-It Ralph* (Moore, 2012), *Pixels* (Columbus, 2015) y *Ready Player One* (Spielberg, 2018). Este último título se basa significativamente en una novela (Cline, 2011) que representa cómo la cultura de los videojuegos es la fracción hegemónica que lidera y da impulso a la cultura popular.

No hay duda de que el cine y la televisión han influido mucho en la naturaleza y el diseño de los videojuegos a lo largo de los años. Aquí incluimos la gran cantidad de videojuegos que se basan o se desprenden directamente de una película en particular, como *Star Wars: Knights of the Old Republic* (Bioware, 2003), *Mad Max* (Avalanche Studios, 2015) y *Alien: Isolation* (The Creative Assembly, 2014). Otras influencias notables pueden rastrearse en los videojuegos que incluyen escenas de corte cinematográfico, o que son muy cinematográficos por naturaleza, como se puede ver en juegos como *Heavy Rain* (Quantic Dream, 2010), *The Order: 1886* (Ready at Dawn, 2015), *Uncharted* (Naughty Dog, 2007 hasta la fecha) y *Metal Gear* (Konami, Kojima Productions, 1987 hasta la fecha).

Sin embargo, la influencia de la televisión y el cine en los videojuegos está lejos de ser unidireccional. A medida que los videojuegos han tenido cada vez más éxito en las últimas décadas, hemos visto que medios más antiguos han comenzado a mirar en su dirección, y no solo buscando un tema nuevo sino también en términos de referenciarse en su diseño, presentación y estilo. Por ejemplo, hay muchas películas que, de manera muy notable, y a menudo con bastante conocimiento, se basan en el estilo y los tropos de los videojuegos, como *Crank* (Nevelidine y Taylor, 2006), *Speed Racer* (Wachowski y Wachowski, 2008) y *Sucker Punch* (Snyder, 2011). Algunos directores de cine reconocen abiertamente la influencia de los videojuegos en sus películas, como el director de *Drive*, Nicolas Winding Refn, quien afirmó en una entrevista la influencia clave de *Metal Gear Solid* (Konami, 1998) y de su creador, Hideo Kojima, en su película de 2013, *Solo Dios perdona* (Winding Refn, 2013). Refn también agrega que su película de 2016 *The Neon Demon* “fue diseñada como un videojuego, en el sentido de que tiene diferentes niveles. Está pensada para una audiencia futurista que potencialmente consumirá entretenimiento de diferentes maneras. Su paleta de colores tiene una artificialidad que no es muy diferente a la de un videojuego” (Golby, 2016: *online*). Los videojuegos se están convirtiendo en una parte consolidada y muy influyente de la cultura audiovisual.

También existe una relación establecida y creciente entre los videojuegos y la música popular. La música de los videojuegos se está convirtiendo en algo menos casual en los juegos, un aspecto mucho más central en la creación y el sostén de la experiencia de juego. Muchos videojuegos ahora incluyen bandas sonoras de estilo cinematográfico de composición original, como *The Witcher 3: The Wild Hunt* (CD Projekt Red, 2015), que cuenta con 35 pistas originales con un tiempo total de ejecución de más de 81 minutos. Hay artistas serios que están grabando bandas sonoras originales para juegos, como Chvrches, que compuso una canción original para el juego *Mirror's Edge Catalyst* (EA Dice, 2016). Ying-Ying Law (2016) ha escrito sobre los conciertos

en vivo de música de videojuegos, que se están volviendo cada vez más populares y ahora se llevan a cabo en lugares de música serios, como el Royal Albert Hall de Londres. También es evidente que los videojuegos están teniendo una influencia notable en la industria musical. Por ejemplo, el álbum de 1998 de The Cardigans toma su título, *Gran Turismo*, del videojuego favorito de la banda. (El álbum también incluye una pista titulada "My Favorite Game"). El cantante de R&B Gallant declaró en una entrevista que los videojuegos le habían dado forma a su música: "Los videojuegos han influido en mi música, seguro. Mi canción 'Weight in Gold' tiene algo de 8 bits. Realmente me enamoré de ese sonido cuando la compuse. Eso y las hermosas cuerdas y los cambios de acordes en clave menor que uno encuentra en la música de los juegos. Es como que el mundo está llegando a su fin, pero todos lo aceptan" (Golby, 2016).

La importancia de los videojuegos como manifestación cultural relevante de la sociedad contemporánea está sin duda ligada al auge de la cultura digital y, en particular, del *digimodernismo*. Basándose en la definición de post modernismo de Frederic Jameson (1992), Alan Kirby (2009: 1-2) caracteriza al *digimodernismo* como la lógica cultural dominante o la norma hegemónica del siglo XXI. Habiendo aparecido en la segunda mitad de la década de 1990, "el digimodernismo ha desplazado decisivamente al post modernismo para establecerse como el nuevo paradigma cultural del siglo XXI" (Kirby, 2009: 1). Según Castells (2010: 403), "toda expresión cultural, de la peor a la mejor, de la más elitista a la más popular, confluye en el universo digital". Lo digital no solo está mediando casi todos los aspectos de nuestras vidas, sino que se ha convertido en la lógica cultural hegemónica: se trata de una revolución digital que afecta la forma en que "pensamos en nosotros mismos y en el planeta" (Creeber y Martin, 2009: 5). En este sentido, la *digitalidad* –concepto utilizado por autores como Gere (2008) de manera similar al digimodernismo– "puede ser concebida como un marcador de cultura, ya que engloba los artefactos tanto como los sistemas de significación y comunicación que más claramente demarcan nuestra forma de vida contemporánea" (Gere, 2008: 16).

La digitalidad es una característica esencial de nuestra realidad y, probablemente, como afirma Gere, uno de los elementos definitorios de nuestras sociedades contemporáneas, incluidas las "formas de pensar y hacer" (Gere, 2008: 17). Esto se entrelaza con un conjunto más amplio de procesos:

Los últimos 30 años nos han dado el auge de la globalización tanto como el dominio del capitalismo de libre mercado, la creciente ubicuidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el poder e influencia florecientes de la tecnociencia. La tecnología digital es una parte importante y constitutiva de estos desarrollos y, hasta cierto punto, también ha determinado su forma. (Gere, 2008: 14)

En este mismo sentido, García Selgas enumera una serie de transformaciones histórico-materiales que explican parcialmente estos cambios en nuestra comprensión básica de la realidad: una transición ontológica. García Selgas (2003: 30-36) identifica procesos habitualmente ligados a la globalización o *glocalización* (Robertson, 1995), como la sustitución del capitalismo industrial por el posfordismo o capitalismo financiero, la revolución de las tecnologías de la información y la comunicación, y el surgimiento de una cultura de medios virtuales dominante. En todos estos procesos, la tecnología digital es un ingrediente fundamental para entender su expansión. Es en este contexto que la cultura de los videojuegos emerge como un fenómeno sociocultural que condensa y promueve todos estos cambios.

Por supuesto, existen muchas otras formas de ver el mismo fenómeno: que los videojuegos se están infiltrando y están adquiriendo una creciente influencia en nuestro paisaje cultural. Un dato acorde, en este sentido, es que el número de conferencias, festivales y otros eventos relacionados con los videojuegos ha crecido significativamente durante las décadas anteriores. Según Ying-Ying Law (2016: 5), en su estudio etnográfico de los asistentes a eventos de videojuegos en el Reino Unido, estos eventos "han aumentado enormemente en número y popularidad". Law destaca que el Tokyo Game Show tuvo alrededor de 160.000 visitantes en 1999 y casi 270.000 en 2015, mientras el primer evento LAN organizado por *Multiplay* en el Reino Unido había tenido solo 20 participantes en 1995 (pero llegó a más de 25.000 en 2013, en un evento llamado *Imsonmnia50*). Hay numerosos eventos de videojuegos en todo el mundo, como *E3* (Los Ángeles, Estados Unidos), *Gamescom* (Colonia, Alemania), *Penny Arcade Expo* (la serie PAX de eventos de videojuegos en Estados Unidos y Australia), *QuakeCon* (Dallas, Estados Unidos), *Barcelona Games World* (Barcelona, España), *Fun and Serious Festival* (Bilbao, España), *EGX* (Birmingham, Reino Unido), *Distant Worlds* (conciertos con música de *Final Fantasy* en una gira mundial), *Tokyo Game Show* (Tokio, Japón), *Paris Games Week* (París, Francia), *China Digital Entertainment Expo and Conference* (ChinaJoy, Shanghai, China) y muchos otros. También existen otras convenciones de cultura popular que incluyen videojuegos, junto con cómics, juegos de cartas coleccionables, series de televisión, películas, anime y manga, como *Comic-Con* (San Diego, Estados Unidos) y *Supanova* (en diferentes ciudades de Australia), entre otros casos. En definitiva, estos eventos de videojuegos "se han convertido en una forma popular y significativa de actividad social" (Law, 2016: 6).

Es verdad que, hasta cierto punto, estos eventos de videojuegos siguen siendo una actividad de nicho; sin embargo, son cada vez más populares. Como afirma Law (2016: 196), "ya no podemos identificar a un 'jugador promedio'" con características definidas: quienes asisten a estos eventos son cada vez más diversos. Estamos comenzando a ver la difusión de prácticas relacionadas con los videojuegos, como ir a convenciones o conciertos, más allá de su asociación tradicional con la cultura "geek"; pero, al mismo tiempo, notamos también que hay algo *cool*, una nueva popularidad, en el *geek* y sus prácticas cultura-

les: algo así como un *geek chic* tipificado en la popularidad de programas de televisión como *The Big Bang Theory* y las remeras con la leyenda *GEEK* (Harrison, 2013).

En este sentido, las prácticas relacionadas con los videojuegos se entrelazan con una cultura más amplia, como puede verse en la compra de *merchandising* de videojuegos. Este mercado ha aumentado exponencialmente en los últimos años, incluyendo remeras, pósteres, figuritas, tazas, llaveros, carteras, gorras, felpudos, cuadernos, libros, música y mucho más. Consumir estos objetos es una forma de extender la experiencia del videojuego más allá del acto de jugar, al introducirlo (más todavía) en la vida cotidiana. Zelda, una jugadora de videojuegos habitual de 26 años, cree que las personas compran *merchandising* y asisten a eventos relacionados con los videojuegos para mantener vivo el juego: “Tienen esas estatuillas para recordar lo buenos que son los videojuegos: tienes pósteres, tienes autógrafos, tienes fotografías”. Esto también afecta los procesos de formación de identidad y comunidad entre los jugadores, que exploraremos más en el capítulo 6. Lo que es importante resaltar aquí es que el *merchandising*, los íconos y los símbolos de los videojuegos están impregnando a la sociedad más allá de los límites de la cultura de los videojuegos.

Todo esto tiene como consecuencia la fusión de la cultura de los videojuegos en la cultura general; y cuando algo queda implicado en otras formas culturales más amplias, como podría decirse que han hecho los videojuegos, su importancia e influencia cultural ya no pueden quedar en duda.

Conclusiones

La sociedad contemporánea se puede definir por la asociación interrelacionada de varias lógicas, dinámicas, fuerzas, prácticas, discursos, agentes y culturas, y entre ellos encontramos la cultura de los videojuegos. La cultura de los videojuegos es el resultado de procesos sociales y culturales más amplios, pero también es un motor que participa intensamente en la (re)producción de los procesos culturales, políticos, sociales y ontológicos dominantes, que definen la realidad social.

En este capítulo hemos expuesto las razones por las que la cultura de los videojuegos es más que un proceso emergente; se trata de una realidad creciente y en vías de consolidación. La cultura de los videojuegos es importante en la sociedad actual por varios motivos. Primero, los videojuegos son parte de una floreciente industria cultural, cuyas estadísticas muestran que está llegando a más y más personas de diferentes orígenes. Segundo, los videojuegos se están convirtiendo en uno de los productos culturales y artísticos más relevantes de nuestro tiempo, como lo demuestra la proliferación de exposiciones, conferencias,

festivales, eventos y museos sobre videojuegos. Tercero, en el campo de los medios de comunicación, el número de sitios web, plataformas de video y contenido centrado en los videojuegos ha aumentado considerablemente y, de manera similar, los videojuegos se han convertido en un tema habitual para los medios de comunicación tradicionales, como la televisión y los medios impresos. En cuarto lugar, los videojuegos se están convirtiendo en un sector importante en los campos de la educación y el trabajo, como lo indica el crecimiento exponencial de cursos, licenciaturas, másteres y trabajos relacionados con los videojuegos. En quinto lugar, los estudios de videojuegos ya conforman un área establecida dentro de la academia, y el interés por estudiarlos y su cultura está creciendo también en otras disciplinas. En sexto lugar, los videojuegos son objetos digitales por nacimiento, de ahí que pueda vérselos como el producto cultural esencial de la era digital, una realidad puramente nativa de la contemporaneidad y que, desde un punto de vista sociológico, solo es relevante desde la década de 1980. Finalmente, y de manera más general, es evidente el proceso continuo de videoludificación de la sociedad, a través del cual la cultura de los videojuegos aparece como el campo de pruebas de lo que vendrá.

Hablar de “los videojuegos como cultura” significa que los videojuegos son tanto una expresión de la naturaleza contemporánea de nuestra cultura como, cada vez más, una parte establecida de ella. Los videojuegos reflejan y ayudan a impulsar cambios y procesos sociales más amplios y, por lo tanto, las facetas cruciales de nuestra cultura se entrelazan con los videojuegos y sus estructuras. Es por eso que estudiarlos puede ayudarnos a comprender algunos temas importantes en nuestra sociedad contemporánea; a medida que su presencia o influencia impregna un número creciente de áreas de nuestro mundo social y cultural.

1- El prefijo “video” para describir los juegos jugados en dispositivos electrónicos, Newman (2014) lo atribuye a su aumento de popularidad en simultáneo con la aparición de otras tecnologías relacionadas con la televisión, como la grabadora de casetes de video (VCR). Por lo tanto, estas nuevas tecnologías a menudo se clasificaron juntas como “nuevos juguetes de televisión”, que estaban “cambiando la televisión para mejor” (Newman, 2014: 29).

2- <http://www.mosi.org.uk/>

3- <http://www.sciencegamecenter.org/games/immune-attack>

4- <http://www.peacemakergame.com/>

5- <http://www.re-mission.net/>

6- <http://dragonbox.com/>

7- Entre sus miembros se encuentran empresas como Activision Blizzard, Capcom, Electronic Arts, Epic Games, Microsoft, NVIDIA, Square Enix, Ubisoft, Nintendo, Sony o SEGA.

8- Incluye contenido (videojuegos) tanto como hardware y accesorios. La fuente es NPD Group y Games Market Dynamics: Estados Unidos.

9- <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>

10- La Entertainment Retailers Association es una organización comercial del Reino Unido que representa a la mayoría de los vendedores y proveedores de servicios digitales que ofrecen música, videos y juegos. Entre sus miembros se encuentran Amazon, Spotify, Tesco, Sainsburys, Asda, Morrisons, HMV, Game, Sky, etc.

11- PBI correspondiente al año 2015. Datos extraídos del Banco Mundial: <https://www.worldbank.org/en/home> [Última consulta: 11/04/2023].

12- Tanto *PewDiePie* como *Markiplier* aparecen en la lista de *Forbes* de las estrellas de YouTube mejor pagas en 2016, ganando entre junio de 2015 y junio de 2016 unos 15 millones y 5.5 millones de dólares respectivamente. Para acceder a la lista completa, ver Berg (2016).

13- Sin embargo, Dibbell y Eikenberry, en el podcast *Geek's Guide to the Galaxy*, afirman que el declive de ciertos juegos/mundos en línea como *Second Life*, junto con la introducción de mecanismos anti-trampa en muchos juegos, hicieron que el fenómeno de la "agricultura de oro" y el *trading* dentro del juego sean fenómenos mucho menos comunes que antes (*Wired*, 2017).

14- <http://www.instituteofplay.org/>

15- Darvasi documentó todo el proceso en su blog. La primera entrada es la siguiente: <http://www.ludiclearning.org/2014/03/26/launch-codes-info-bulbs-and-inventories-prepping-to-teach-gone-home/>

16- <https://www.youtube.com/user/PewDiePie/>

17- <https://www.twitch.tv/p/about>

18- Sin embargo, divisiones como las que existen entre la alta y la baja cultura han sido ampliamente cuestionadas por muchos teóricos y profesionales (Jameson, 1991).

3. LOS VIDEOJUEGOS Y LA AGENCIA EN EL MARCO DEL NEOLIBERALISMO Y LA CULTURA PARTICIPATIVA

Introducción

“Interactividad” es un término que a menudo se asocia con los videojuegos. De hecho, el *carácter interactivo* de los videojuegos es uno de los principales argumentos que se utilizan habitualmente para diferenciarlos de otros productos o medios culturales. Con frecuencia se argumenta que, en los videojuegos, los jugadores “no solo consumen un medio preestablecido sino que son participantes activos en la creación de su experiencia” (Calleja, 2011: 56). Comúnmente esta es la prueba definitiva, que sentencia que los videojuegos deben ser considerados como la forma más pura de un nuevo paradigma de consumo cultural (Kirby, 2009: 167), un paradigma que requiere la participación explícita del jugador. A menudo este paradigma se opone a un modelo más vertical, tradicionalmente vinculado a medios “más antiguos” como la televisión, el cine o la literatura; se delinea así un movimiento desde los modelos sociales principalmente ligados al “espectador” (Debord, 1995) diferenciados de aquellos enfocados en la “participación” (Jenkins, 2006).

Por supuesto este argumento tiene sus limitaciones. En particular, se puede argumentar que una división binaria entre medios “activos” y “pasivos” es profundamente defectuosa, ya que no existe una relación con ningún producto cultural que sea unidireccional: un libro o una película pueden verse como obras cerradas, pero las múltiples formas en que se interpretan y transforman en todos los niveles –individual, social, cultural– hacen más difícil sostener la visión de un sujeto acrítico que absorbe pasivamente todo lo que recibe. Además, corremos el riesgo de pasar por alto las limitaciones que los videojuegos imponen a la interactividad y a la agencia de los jugadores (Crawford, 2012: 74). Los jugadores no manipulan libremente los videojuegos a su voluntad, sino que están limitados por las propias restricciones y el arco de posibilidades del juego. Dicho esto, nuestra intención es argumentar que los videojuegos siguen ofreciendo una posición privilegiada desde la que considerar la naturaleza contemporánea de la agencia.

Los videojuegos han sido celebrados como un medio que ofrece opciones para quienes los juegan, y nuestra hipótesis es que en los últimos años este atributo se ha vuelto aún más central y explícito en ciertos juegos y géneros. Hay varios títulos que exploran explícitamente la agencia de los jugadores. Por ejemplo, *Until Dawn* (Supermassive Games, 2015) y *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) utilizan la metáfora y las imágenes del “efecto mariposa” para transmitir al jugador que literalmente todo lo que hace puede afectar la historia y el destino de los personajes. Por su parte *Dreamfall Chapters* (Red Thread Games, 2014) advierte a los jugadores, cada vez que vienen de realizar una elección relevante, que “el equilibrio ha cambiado”. La producción reciente de Telltale Games, por ejemplo, *The Walking Dead* (temporada 1, 2012; temporada 2, 2013; temporada 3, 2016), *The Wolf Among Us* (2013), *Game of Thrones* (2014), *Tales from the Borderlands* (2014) y *Batman: The Telltale Series* (2016) le permiten al jugador saber que la historia se adaptará a sus elecciones. Otros títulos como *Heavy Rain* de Quantic Dream (2010), *Beyond: Two Souls* (2013) y *Detroit: Become Human* (2018) juegan con las mismas ideas y ofrecen múltiples finales en función de las decisiones que se tomen durante el juego. La mayoría de las veces, este tipo de juegos ofrece estadísticas sobre las decisiones tomadas al final de cada capítulo, permitiéndole a cada jugador comparar sus propias elecciones con las del resto de la población de jugadores. La cuestión de la agencia y la capacidad del jugador para realizar cambios significativos se encuentran entonces en el centro de esta tendencia.

La idea de agencia o control del jugador es, por lo tanto, central en muchos debates en el marco de los estudios de videojuegos. Pero el significado y la naturaleza del concepto a menudo se toma como un hecho: rara vez se explora y define explícitamente el término con una profundidad real. Este capítulo busca explorar aspectos clave de la agencia del jugador en los videojuegos y, al hacerlo, también argumentar que los videojuegos proporcionan una lente importante para considerar la naturaleza contemporánea de la agencia en general, en un contexto social dominado por las racionalidades políticas neoliberales y las ideas de una cultura participativa. En particular, la conclusión de este proceso de investigación es que los actores relevantes problematizan continuamente la agencia. Sostenemos que el medio de los videojuegos expone diferentes formas y ejemplos de agencia, y por eso nos brinda la oportunidad de examinar esta importante noción y su significado dentro de las prácticas relacionadas con los videojuegos y la cultura en general.

Partiendo principalmente de la teoría actor-red y del trabajo de Michel Foucault, el capítulo comienza considerando la noción de agencia como la producción múltiple, distribuida y dislocada de diferencias y transformaciones que pueden tomar una multitud de formas. Esto nos ayuda a extender la definición de agencia más allá de su propia tradición crítica, limitada al ser humano y el alcance de su acción, y considerar también de qué forma los videojuegos y los aparatos en los que se producen operan como agentes y facilitadores de la acción. En este sentido, desde un punto de vista ontológico, la agencia se define como

aquello que transforma la realidad de una forma u otra, mientras que desde un punto de vista político, por su operación al interior del marco perfilado por las racionalidades neoliberales contemporáneas.

Más adelante, el capítulo explora las tendencias retóricas y prácticas que rodean a la agencia en la cultura de los videojuegos. En particular, las ideas de “libertad”, “responsabilidad” y “control” suelen aparecer como indicadores y expresión de esta agencia. Los videojuegos se presentan llenos de oportunidades y elecciones por hacer (incluso si en realidad pueden ser bastante limitadas) y la responsabilidad de actuar siempre recae en el jugador: ¿qué camino debo tomar, quién debe sobrevivir, qué decisión es la mejor? La libertad se entiende aquí en el marco de un enfoque (neo)foucaultiano y como parte de las racionalidades políticas neoliberales contemporáneas. El discurso hegemónico en la cultura de los videojuegos prioriza la idea del control del jugador sobre sus acciones y, por lo tanto, sobre los resultados de estas acciones en el juego. Eso hace que el jugador sea responsable tanto de sus logros como de sus fracasos, aunque hay muchos otros agentes (no necesariamente humanos) involucrados en el proceso. Y aunque la noción de agencia en los videojuegos parece estar dominada por su referencia al neoliberalismo, todavía es posible vislumbrar formas en que la agencia puede “romper el envoltorio” (Jameson, 1991) y dirigirse hacia resultados más prometedores, en particular aquellos vinculados al surgimiento de una cultura participativa.

Los videojuegos y la naturaleza contemporánea de la agencia

Basándonos principalmente en la teoría actor-red y el trabajo de Michel Foucault, expondremos nuestro enfoque de la agencia. En particular, la teoría de las redes de agentes nos ayudará a arrojar luz sobre la naturaleza básica de la agencia, entendida como lo que produce el cambio y la transformación, mientras que Foucault nos ayudará a definir los parámetros de lo que cuenta como cambio y transformación y las alternativas que existen en un contexto político y cultural determinado.

Siguiendo el enfoque de redes de agentes, hay tres características fundamentales que definen la agencia (ver Muriel, 2016): primero, esa agencia produce diferencias y transformaciones; segundo, las características de la agencia son múltiples y no residen en ningún actor prototípico; tercero, la agencia se encuentra distribuida y dislocada.

En primer lugar, definimos la agencia como lo que produce diferencias y transformaciones. La agencia existe porque, de alguna manera, transforma la realidad, y por lo tanto no tiene que ver con la intención, el deseo o la voluntad de un actor sino con las transformaciones concretas, efectivamente observables y rastreables:

Sin relatos, sin juicios, sin diferencias, sin transformación en algún estado de cosas no hay ningún argumento significativo que pueda hacerse sobre una agencia determinada, ningún marco de referencia detectable. (Latour, 2007: 53)

El núcleo de toda agencia es producir algún tipo de cambio; si no, no hay agencia. La agencia de un actor específico solo se puede definir “a través de su acción” (Latour, 1999a: 122). Es por eso que los videojuegos –pero también el hardware, las conexiones y los periféricos que hacen posible la interacción– pueden considerarse actores. Sus acciones, su actividad, provoca un cambio: “el jugador no actúa por sí mismo tanto como reacciona a lo que el juego le presenta y, de manera similar, el juego reacciona al *input* del jugador” (Arsenault y Perron, 2009: 119–120). El lenguaje de nuestros entrevistados refleja la agencia de los videojuegos al reconocer su impacto en la realidad, particularmente en las personas que los juegan. Nos dicen que los videojuegos “pueden unir a las personas” (Carl, hombre, 28, jugador dedicado y que se identifica a sí mismo como tal), “proporcionan un sentido de amistad” (Zelda, mujer, 25, muy involucrada en la cultura pero solo levemente identificada como jugadora), “tienen un efecto [sobre los jugadores]” (Jack, hombre, 45, coordinador de dos programas de grado sobre desarrollo de videojuegos) o incluso “pueden abrumarte o hacerte pensar dos veces” (Laura, mujer, 26, desarrolladora/artista de juegos *indie*).

La segunda característica de la agencia es que es múltiple y no reside en un actor prototípico. Es decir, la acción puede “encarnarse” en fórmulas muy diferentes y no implica necesariamente a ningún actor estándar (Latour, 2007: 54). Al explorar qué forma asumen los actores tanto como sus acciones comenzamos a ver la multiplicidad de la agencia (Latour, 2007: 55) y así enfatizamos “el carácter abierto de la agencia, que puede encarnar en la mezcla más heterogénea de humanos y no humanos” (García Selgas, 2007: 144). Esto da como resultado una tremenda libertad para definir qué es un actor, desde entenderlo como una entidad extremadamente compleja y abstracta (instituciones, la red ferroviaria, el cuerpo humano, por ejemplo), a pensar en él como una persona u objeto concreto (como el presidente de un gobierno, Dios, los autores de este texto, un videojuego en particular). En definitiva, se trata de reconocer el heteromorfismo de la agencia y, como sostiene Millington (2009: 622), “los videojuegos son ejemplos paradigmáticos de la transgresión e hibridez humana y no humana, que desdibuja las distinciones entre personas y máquinas y exige la reconsideración del estatus ontológico otorgado a los humanos. Por eso los videojuegos han creado la necesidad de enfoques epistemológicos renovados”.

Esto se puede ver claramente en aquellos videojuegos que buscan explícitamente *desempoderar* al jugador. Por ejemplo, en *This War of Mine* (11 bit studios, 2014) el jugador interpreta el papel de un civil en una ciudad asediada por la guerra. La

falta de instrucciones deja a los jugadores a su propia suerte; el juego los desorienta, no necesariamente saben de inmediato cómo funcionan las cosas. La serie *Dark Souls* (FromSoftware, 2011-2016) castiga enormemente a los jugadores que cometen errores, obligándolos a repetir la misma acción varias veces, enfrentándose a los mismos enemigos y pasando por los mismos escenarios. Ciertos videojuegos de terror como *Outlast* (Red Barrel Studios, 2013), *Amnesia* (Frictional Games, 2010) o *Alien: Isolation* (Creative Assembly, 2014) consisten en poner al jugador en la piel de un individuo extremadamente vulnerable, que solo es capaz de huir o esconderse de sus enemigos, casi sin medios para defenderse de manera directa. Estos son ejemplos en los que se puede ver cómo los videojuegos también son actores viables porque interfieren en el curso de la acción de los jugadores.

En la misma línea, Helen Thornham (2011: 82), que llevó a cabo un estudio etnográfico sobre videojugadores en hogares en el Reino Unido, afirmó que los videojuegos, que ya tienen el poder de causar interrupciones en las conversaciones y el juego de los jugadores, deberían también tener permitida la “agencia afectiva”. Hay tantos agentes (humanos y no humanos) que pueden condicionar e interrumpir lo que hace el jugador que es difícil ignorar su influencia.

La agencia también es múltiple porque está configurada relacionamente. Para que alguien o algo se personifique y actúe como agente social, debe existir una interacción entre los agentes (García Selgas, 2007: 140). El hecho de que las agencias aparezcan en posiciones de sujeto o como personificaciones concretas –ensambladas, institucionalizadas, estabilizadas– es solo un efecto. Los videojuegos, las plataformas y redes de videojuegos, los desarrolladores, los sitios web y los canales de transmisión, las representaciones artísticas y sociales de la cultura de los videojuegos son, en definitiva, el resultado de asociaciones complejas entre diferentes actores humanos y no humanos, algo que se puede reconocer perfectamente en la idea de los videojuegos como ensamblajes (otra noción que es muy importante en la teoría actor-red, particularmente en las obras de Latour):

Los juegos, y el hecho de jugarlos, se constituyen a partir de las interrelaciones (por nombrar solo algunas) entre sistemas tecnológicos y software (incluido el “jugador imaginado” incrustado en ellos), el mundo material (incluidos nuestros cuerpos sobre el teclado), el espacio en línea (si lo hay), el género de juegos y sus historias, los mundos sociales que infunden el juego y nos sitúan fuera de él, las prácticas emergentes de las comunidades, nuestras vidas interiores, historias personales y experiencias estéticas, las estructuras institucionales que dan forma al juego y a nuestra actividad de actores, las estructuras legales y la cultura más amplia que nos rodea con sus marcos conceptuales y sus tropos. (Taylor, 2009: 332)

La tercera y última característica de la agencia que exploraremos la describe como “distribuida y dislocada”. Esta noción de agencia ignora “la alternativa entre actor y sistema” (Latour, 2007: 216) y se ocupa del dualismo acción-estructura que ha limitado a las ciencias sociales desde sus inicios. Entendiendo que la acción no nace dentro de la conciencia de un individuo, el hecho de que el individuo casi nunca pueda hacer lo que quiere no se explica atribuyéndolo a una fuerza social externa, como el habitus, la sociedad, el grupo, etc., que se apropia de la conducta (Latour, 2007: 43-46). La explicación radica en la idea de que la agencia está dislocada (Latour, 2007: 46) y no se puede reducir a categorías sociales predefinidas como las mencionadas. La agencia, por lo tanto, no es producto directo del actor pero tampoco es producto de la estructura en la que, en términos convencionales, ocurre. Latour explica el origen de su enfoque a partir de la necesidad de abordar dos problemas:

- Primero, confrontados con lo que a menudo se conoce como el nivel micro (interacción “cara a cara” o local), los científicos sociales se dan cuenta de que muchas de las cosas que necesitan para dar sentido a una situación en realidad vienen de muy lejos en el tiempo y espacio. Esto los obliga a mirar más allá (por ejemplo, la sociedad, las normas, los valores, la cultura, el contexto, la estructura); “para concentrarse en lo que no es directamente visible en la situación, pero que ha hecho que la situación sea lo que es” (Latour, 1999b: 17).
- Segundo, una vez que se alcanza este nivel macro superior, los científicos sociales notan que les falta algo, ya que abstracciones como la cultura, la sociedad, los valores y la estructura parecen demasiado grandes, por lo que vuelven a mirar las situaciones locales, de carne y hueso, que habían dejado anteriormente.

Podemos tratar de abordar estos problemas sin intentar superarlos o resolverlos. Lo social, entonces, no está hecho “de agencia y estructura en absoluto, sino que [es] más bien una entidad circulante” (Latour, 1999b: 17). Este enfoque de la agencia permite una condensación de estos caminos duales: primero localizando lo global, revelando los muchos lugares concretos donde se ensambla lo estructural; segundo redistribuyendo lo local, exponiendo la existencia distribuida de la acción y el hecho de que toda agencia está invariablemente vinculada a otras agencias distantes (en el tiempo y el espacio). En ambos casos, ni estructura ni acción existen como lugares o sustancias específicas sino solo como movimientos, conexiones, asociaciones y mediaciones que ocasionalmente pueden conducir a la existencia de entidades concretas y contingentes.

Por otra parte, afirmamos que la naturaleza distribuida de la agencia es claramente visible en los videojuegos y, como lo dice Giddings (2009: 148), nos resistimos “a concebir el videojuego como un objeto discreto y completo”. Una experiencia de

juego es, por lo tanto, un evento en el que se unen sujetos humanos, un conjunto de tecnologías y una práctica tecnocultural; un evento que “enfatisa la dinámica entre los elementos en juego: entidades que se unen, cadenas materiales y estéticas de causa y efecto o retroalimentación” (Giddings, 2009: 149) y que solo puede “ser abordado adecuadamente a través del reconocimiento de la heterogeneidad de sus partes/participantes” (Giddings, 2009: 150).

En resumen, la agencia se puede definir como lo que produce cambios y transformaciones en la realidad. Sin embargo, teniendo esta definición de agencia, ¿cómo definimos entonces lo que debería considerarse como “cambio y transformación” en un contexto social particular? Encontramos una respuesta interesante en la teoría de Foucault.

Los videojuegos como dispositivos

Los aparatos o *dispositivos* limitan lo que sucede dentro de ellos y son las principales manifestaciones, y mecanismos de puesta en vigor, de las condiciones de posibilidad de una determinada sociedad en un tiempo específico. Foucault utilizó la noción de dispositivo (o aparato en la traducción más común del término en inglés) en sus obras *Vigilar y castigar* (1995) y en el primer volumen de su *Historia de la sexualidad* (1990). En una conversación con otros intelectuales, Foucault definió el concepto en estos términos:

Lo que trato de identificar con este término es, en primer lugar, un conjunto completamente heterogéneo que consta de discursos, instituciones, formas arquitectónicas, decisiones regulatorias, leyes, medidas administrativas, declaraciones científicas, proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas; en resumen, lo dicho tanto como lo no dicho. Tales son los elementos del aparato. El propio aparato es el sistema de relaciones que se pueden establecer entre estos elementos. (Gordon, 1980: 194)

Volvemos a afrontar una conjunción de elementos heterogéneos, un ensamblaje de actores y, sobre todo, la forma en que se entrelazan. Más que definir una estructura formada por un grupo de piezas diversas que encajan en un modo particular, se trata de identificar la naturaleza de la conexión entre esos elementos. Lo importante es la posición que ocupa cada elemento en relación con el otro y la transitoriedad de ese diseño en un “interjuego de cambios de posición” (Gordon, 1980: 195). También hay que señalar que el *dispositivo produce y es producido por* determinadas relaciones poder-conocimiento, que conllevan “una

cierta manipulación de las relaciones de fuerzas, o bien desarrollándolas en una dirección determinada, o bien bloqueándolas, estabilizándolas, utilizándolas, etc.” (Gordon, 1980: 196). En este proceso siempre hay una función estratégica, es decir que el dispositivo nace para responder a “una necesidad urgente” (Gordon, 1980: 195). Sin embargo, se trata de estrategias de las que “nadie puede atribuirse la invención, y son pocos los que pueden atribuirse haberlas formulado” (Foucault, 1990: 95). Un dispositivo puede aparecer como una estrategia racional, coherente y global pero está formado por múltiples operaciones contradictorias y disímiles que se oponen entre sí; es intencional y, al mismo tiempo, no subjetivo (Foucault, 1990: 95). Como señala Latour, la intencionalidad no es propiedad de los seres humanos ni de los objetos, sino precisamente un atributo de dispositivos, aparatos, instituciones o, como nos gustaría sugerir, *ensamblajes*:

La acción intencional y la intencionalidad pueden no ser propiedades de los objetos pero tampoco son propiedades de los humanos. Son las propiedades de las instituciones, de los aparatos, de lo que Foucault llamó dispositivos. Solo los organismos corporativos pueden absorber la proliferación de mediadores, regular su expresión, redistribuir habilidades, forzar las cajas a convertirse en cajas negras y cerrarse. Los Boeing 747 no vuelan, las aerolíneas vuelan. (Latour, 1999: 192-193)

Por eso Foucault habló de un “proceso perpetuo de *elaboración estratégica*” (Gordon, 1980: 195): el dispositivo puede reajustarse ante las contradicciones y repercusiones que se derivan de los diferentes elementos heterogéneos que emergen.

En los videojuegos, la agencia de los jugadores está delimitada por el sistema (lo que pueden ver, decir y hacer) como en cualquier otra interacción social mediada por dispositivos de las que vivimos a diario. Otra cuestión, entonces, es pensar que el sistema (dispositivo, aparato o ensamblaje) tiene contornos bien definidos: los jugadores están limitados o habilitados por el videojuego pero también por la tecnología, los desarrolladores, otros jugadores y muchos más actores sociales (humanos y no humanos); algunos de ellos se encuentran cercanos temporal y espacialmente, otros actúan a distancia (Latour, 1987: 219-232). Esto se puede ver en el hecho de que otros agentes son capaces de condicionar la agencia del jugador que, en algunos casos, siente que está perdiendo la capacidad de controlar la situación. Este agente podría ser otra persona [...]:

Me gusta jugar sola y pensar sola para ver cómo voy a vencer a mi oponente. Pero tan pronto como te empieza a mirar por encima del hombro, piensas: “¡Vete!”, porque comienzas a influir en todo, lo que se vuelve bastante molesto. (Zelda)

[...] el videojuego:

De repente, algo sale mal. Entonces tienes que adaptarte, no puedes controlar todo. Tienes que tomar algunas decisiones y adaptarte a esos cambios. (Laura)

[...] o incluso la conexión a Internet:

Pero lo que realmente me molesta es cuando se corta Internet. Eso es lo peor. [...] Internet se cortó y no pude hacer nada. Después, cuando finalmente volvió, aparentemente perdí [risas]. [...] No me gusta cuando pierdo por algo que está fuera de mi control. (Zelda)

Así, los videojuegos pueden verse como dispositivos que, al mismo tiempo, habilitan y condicionan la agencia del jugador. Nos enfrentamos a una paradoja que otros teóricos han encontrado anteriormente. Por ejemplo Giddings (2009: 151) afirma que “se actúa sobre los jugadores de videojuegos, tanto como ellos actúan”, y destaca el acto de jugar “como un acto constituido por la traducción lúdica de la agencia, los circuitos excéntricos de efecto y afecto entre componentes humanos y no humanos”. También hay quienes se han acercado a esta paradoja conceptualizándola en términos de equilibrio (como Krzywinska, 2007) o incluso como una ilusión: “La ilusión de interactividad fomenta un sentido de agencia, pero esta agencia ha sido externamente predeterminada o prediseñada” (Charles, 2009: 286). Por lo tanto, los videojuegos ofrecen una “libertad dirigida” (Navarro-Remesal y García-Catalán, 2015). Tulloch resume perfectamente esta aparente contradicción:

El jugador es al mismo tiempo agente activo y prisionero del sistema, autor de lo que ocurre y esclavo de la autoridad del juego, colaborador creativo y autómatas sin sentido. Paradójicamente, se entiende que el juego depende tanto de la agencia como del sometimiento a las reglas. (Tulloch, 2014: 336)

Sin embargo, Tulloch va más allá de este enigma teórico y ofrece una solución que intenta sortear la trampa. Basándose en las nociones de poder y agencia de Foucault, para quien ambos conceptos se (re)producen uno a través del otro en lugar de estar en oposición, Tulloch (2014: 348) propone que las prácticas y expectativas de los jugadores están “moldeadas por el juego, pero al mismo tiempo, el juego solo surge porque ellos juegan”. Ambos son necesarios, junto con otros elementos, para existir; son

parte de la misma fuerza productiva. La agencia se construye así en esa circulación de entidades heterogéneas que se influyen mutuamente.

Agencia y racionalidades políticas neoliberales

Hemos visto hasta ahora lo que los videojuegos nos dicen sobre la agencia; es algo que produce transformaciones de forma múltiple, distribuida y dislocada. Los videojuegos nos ayudan a visualizar la naturaleza de la agencia en la sociedad contemporánea como un proceso post humano, ensamblado y relacional. Y lo hacen dentro de dispositivos, aparatos y ensamblajes que regulan y dan sentido a esas transformaciones. Sin embargo, queda pendiente una pregunta fundamental: ¿cuáles son las racionalidades políticas que definen los dispositivos contemporáneos y la agencia que habilitan?

Según Miller y Rose (2008: 58), las racionalidades políticas pueden entenderse como las regularidades en el discurso político destinadas a “la formulación y justificación de esquemas idealizados para representar la realidad, analizarla y rectificarla”. Hay tres características principales que definen las racionalidades políticas (Miller y Rose, 2008: 58–59). Primero, las racionalidades políticas poseen una forma moral; se basan en principios que guían las tareas del gobierno, tales como la libertad, la justicia, la igualdad, la responsabilidad mutua, la ciudadanía, el sentido común, la eficiencia económica, la prosperidad, el crecimiento, la equidad, la racionalidad, etc. En segundo lugar, las racionalidades políticas tienen un carácter epistemológico; se articulan en relación con una idea de la naturaleza de los objetos gobernados, como la sociedad, la nación, la población o la economía. En tercer lugar, las racionalidades políticas se expresan en un idioma particular, un lenguaje que funciona como una maquinaria intelectual para hacer pensable la realidad en determinadas deliberaciones políticas. En resumen, las racionalidades políticas están “teñidas de cierto color moral, están basadas en el conocimiento y están articuladas a través del lenguaje” (Miller y Rose, 2008: 59). En la sociedad contemporánea, las racionalidades políticas hegemónicas son las que se vinculan con el liberalismo avanzado o, como se lo conoce comúnmente, el neoliberalismo.

El neoliberalismo, dice McGuigan (2010: 117), “es un fenómeno verdaderamente hegemónico de nuestro tiempo, que afecta a la economía política tanto como al proceso ideológico en el sentido más amplio”. El neoliberalismo está en esencia preocupado por las políticas y relaciones económicas *del laissez-faire*, una figura que sugiere un mercado abierto y libre que fomente la competencia como el mejor modelo de éxito económico y prosperidad para todos. El neoliberalismo fue una idea y un término que se desarrolló por primera vez en las décadas de 1930 y 1940, principalmente como respuesta a las crecien-

tes preocupaciones sobre el surgimiento de Estados totalitarios y el modo en que podían coartar la expresión y la libertad individual. Sin embargo, fue después de las crisis económicas que muchas naciones occidentales atravesaron a mediados y finales de la década de 1970 que una agenda concretamente neoliberal se volvió dominante, reemplazando al modelo más “socialdemócrata” que había dominado gran parte de la política de mediados del siglo XX. Esto se vio más notablemente durante el ciclo que tuvo a Thatcher y a Reagan al mando del Reino Unido y Estados Unidos, respectivamente. Ellos dieron curso a los recortes de impuestos generalizados para los ricos, el socavamiento de los poderes y derechos sindicales, la desregulación, la privatización y la competencia en el sector público (Monbiot, 2016).

De ahí que en el neoliberalismo se resignifiquen las relaciones entre lo público y lo privado como parte de un progresivo debilitamiento del Estado; lo que Gordon (1991: 36) llama “modos de pluralización del gobierno moderno”. El poder del Estado se descentraliza. Lo social y la cuestión de la gubernamentalidad ya no descansan exclusivamente en el llamado “estado de bienestar” (Donzelot, 2007: 176), sino que se apoyan ahora en una red de agentes que lo atraviesan, lo trascienden o aparecen en su periferia, como organizaciones sub y supranacionales: ONGs, firmas de consultoría, *think tanks*, redes de medios, *lobbies* y corporaciones multinacionales. Esta es una reorientación de los medios de gobierno del Estado, que ahora utiliza la energía de los gobernados para crear una sociedad de sujetos responsables de su propio gobierno: “El neoliberalismo ve la competencia como la característica definitoria de las relaciones humanas. Redefine a los ciudadanos como consumidores, cuyas opciones democráticas se ejercen mejor comprando y vendiendo, un proceso que premia el mérito y castiga la ineficiencia” (Monbiot, 2016: en línea).

Los poderes del Estado se orientan entonces a empoderar a las personas emprendedoras y capaces de elegir por sí mismas. Se trata de “convertir la exigencia de soberanía en un mandato de autonomía” (Donzelot, 2007: 177). Esta nueva realidad post keynesiana y post fordista requiere individuos auto regulados que puedan definirse como “activos, responsables, participativos y dinámicos” (De Marinis, 2005: 25). Esta es la lógica fundamental del neoliberalismo: los ciudadanos se gobiernan a sí mismos a través de su “libertad para elegir” (Miller y Rose, 2008: 82). Por lo tanto, libertad y control, autonomía individual y gobierno, no son opuestos sino parte inseparable de una nueva fórmula de gestión y definición de la realidad. Las figuras discursivas de la libertad y el control son imprescindibles para entender la agencia en el contexto del liberalismo avanzado, que puede extenderse al universo social que emerge en torno a los videojuegos.

Control, libertad y responsabilidad

La mayoría de las representaciones de la agencia del jugador en los videojuegos giran en torno a la idea de que el protagonista es el encargado de manipular el flujo de lo que sucede en la pantalla. Eso lleva a la suposición (común en las culturas de los juegos y también entre nuestros entrevistados) de que los videojuegos representan la forma cultural (más) interactiva:

Así que leer es genial, pero al leer siempre eres un observador. Mientras que en los videojuegos, eres la misma historia, ya no eres un observador, en realidad estás dentro de esa historia. (Alfred, hombre, 26 años, fuerte identificación como jugador)

Según este discurso, los jugadores no solo observan la historia sino que están dentro de ella, son parte operativa de los procesos narrativos y mecánicos de los videojuegos. Los videojuegos obligan a los jugadores a interactuar con ellos: “piensa que eres tú quien está jugando, lo que le pasa al personaje te está pasando a ti” (Patxi, hombre de 38 años, desarrollador y programador de juegos). Este es un sentimiento generalizado entre la gran mayoría de los entrevistados, que los lleva a afirmaciones como esta: “casi sientes que eres el que está dentro de la pantalla” (Iker, hombre, 43 años, jugador infrecuente). Definitivamente, los videojuegos fomentan esta visión de manera explícita (como en la serie de títulos a los que aludimos en la introducción, que le recuerdan continuamente al jugador que sus elecciones tendrán un impacto en la historia) tanto como implícita (utilizando diferentes puntos de vista de la cámara, llenando la pantalla con docenas de misiones y elementos por descubrir, permitiendo diversas formas de personalización de personajes y universos de juego, etc.). De esta forma, el jugador es “empujado” a convertirse en el agente central del sistema (sea esto cierto o no). La agencia es una transformación múltiple y distribuida de la realidad, pero también es parte de los dispositivos políticamente mediados del neoliberalismo.

En este sentido, la retórica neoliberal de la libertad también es una piedra angular de los videojuegos. Los jugadores a menudo sienten que los videojuegos les permiten actuar e ir a donde elijan dentro del universo del juego. Como expresaron algunos de los participantes de nuestra investigación:

Shadow of the Colossus. Es un mundo enorme, pero solo necesitas ir del punto A al punto B. Sin embargo, tienes la libertad de montar a caballo. [...] Y te dices a ti mismo: “Soy libre de explorar esta tierra”. (Víctor, hombre, 27 años, director de un documental sobre videojuegos)

Grand Theft Auto. Puede ser un juego de aventuras, pero te ofrece mucha libertad. Juego algunas de sus misiones pero al final me doy cuenta de que, en lugar de hacer lo que se supone que debo hacer, simplemente agarré un auto y empiezo a deambular. (Iker)

Esta es la idea detrás de lo que se conoce en el campo de los videojuegos como “mundos abiertos”, término que no solo remite a los MMOG como *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004) o *Eve Online* (CCP Games, 2003), sino que también incluye obras de género *sandbox*, como *Grand Theft Auto* o *The Elder Scrolls V: Skyrim* (Bethesda, 2011), con vastos mapas para explorar y una jugabilidad no lineal, que permite y fomenta la emergencia de relatos no preestablecidos. Estos juegos se basan en la idea de dar libertad a los jugadores para que puedan explorar el universo del juego y actuar sin seguir un guión previo, permitiéndoles elegir qué misiones quieren cumplir, y en qué orden, e inundar la historia con tareas secundarias y minijuegos. Las series *The Elder Scrolls*, *The Witcher*, *Grand Theft Auto*, *Assassin's Creed*, *Fallout* y *Mass Effect* son algunos de los ejemplos paradigmáticos de este enfoque que articula la experiencia de juego en torno a la idea del libre albedrío, y que no es otra cosa que la maximización del principio que rige retóricamente todo videojuego: la libertad del jugador (aunque esa libertad solo consista en mover un *pad* verticalmente en una pantalla).

Cada vez que los jugadores deciden ignorar las misiones de la historia principal y caminan libremente en Liberty City o Tamriel (los ambientes en que transcurren las series *Grand Theft Auto* y *The Elders Scrolls*, respectivamente), o cuando eligen la siguiente línea de diálogo que definirá su relación con otros personajes, o cuando siguen todos esos puntos que inundan los mapas con las tareas por hacer, están reproduciendo la idea de libertad que sostiene el neoliberalismo, donde los individuos no son “simplemente libres de elegir, sino que están obligados a ser libres, a comprender y representar sus vidas en términos de elección” (Rose, 1999: 87). Siguiendo los pasos de Foucault, Nikolas Rose (1999) reformula la “libertad”, no como lo opuesto al poder, sino como su condición de posibilidad. No hay poder sin libertad (“la posibilidad de elegir”) de la misma manera que no hay libertad que no haya nacido en la tensión de complejas relaciones de poder. En palabras de Foucault (2003: 139), se necesita un “campo de posibilidades en el que estén disponibles varios tipos de conducta, varias formas de reaccionar y modos

de comportamiento". Esta obligación, afirmamos, se traduce al universo de los videojuegos en forma de la demanda de influir sobre el juego:

Mirando los juegos de computadora, se puede ver claramente, por ejemplo, nuestra pretensión, [...] la idea de que tengamos influencia, que tengamos la opción de interactuar. (Emmett, hombre, 48 años, director de un museo de videojuegos)

Los videojuegos, por lo tanto, no se alejan de las racionalidades políticas dominantes, sino que son moldeados por las fuerzas sociales existentes, tanto como contribuyen a moldearlas. La opción de interactuar, elegir y decidir es fundamental:

Es un videojuego porque puedo tomar decisiones sobre lo que está sucediendo. Quiero decir, puedo afectar este mundo o esta cosa con la que estoy interactuando. (Javier, hombre, 32, desarrollador y programador de juegos)

Esta conceptualización de los jugadores de videojuegos los coloca en el centro de la discusión sobre la agencia, algo que posibilita el reconocimiento de los jugadores como los actores sociales predominantes en el juego (algo que, como vimos anteriormente, este texto cuestiona). No es de extrañar entonces que exista un discurso dominante que toma como punto de partida la idea de que los jugadores tienen el control de la situación. Los videojuegos solo se pueden definir como tales si, como jugador, "estás al mando" y "controlas lo que está pasando" (Víctor). Al final "de lo que se trata en los videojuegos es de tomar decisiones" (Patxi, hombre, 38, desarrollador y programador de juegos) y de "elegir tu propio camino" (Karla Zimonka, mujer, 37, desarrolladora y artista de juegos). En este sentido, los videojuegos claramente buscan a personas activas, promueven la producción de agentes participativos, porque sin ellos no sería posible la articulación de los dos elementos (jugadores y videojuegos):

Esto es lo que lo convierte en algo activo en lugar de pasivo. De hecho, para que algo suceda tienes que ir y hacerlo, si nadie hace nada, no pasa nada. (Albert, hombre, 25, desarrollador y artista de juegos)

Esto es paradigmático de cómo un sujeto activo es fundamental para entender la agencia cuando se trata de videojuegos. Por ejemplo, Taylor (2006: 159) compara a los jugadores de video con trabajadores sociales que "actúan como agentes productivos

centrales en la cultura del juego". Taylor incluso va más allá al afirmar que "no hay cultura, no hay juego, sin el trabajo del jugador" (Taylor, 2006: 159). Este es un punto de vista similar al ofrecido por Egenfeldt-Nielsen *et al.* (2008: 138-139), quienes consideran que los videojuegos exigen que los jugadores interactúen explícitamente con ellos, requiriendo que "el usuario participe en el juego". Además, la implicación del jugador en el videojuego parece fundamental: "realmente eres tú quien gana y pierde" (Kirby, 2009: 169). En este contexto, los videojuegos tratan acerca de "fantasías de poder" (Peter, 54, hombre y director de un programa de maestría relacionado con los videojuegos) y de control:

La razón por la que juegos como *Candy Crush* son tan populares es porque te dan una sensación de control sobre la vida diaria que normalmente no tienes. [...] Las cosas allí son como deberían ser en tu vida real. El trabajo duro es recompensado, tú lo tienes todo bajo control. (Darius, hombre, 28, diseñador y desarrollador de videojuegos)

Esto es neoliberalismo por excelencia: bajo esta luz los jugadores parecen sujetos poderosos, capaces de controlar el resultado de sus acciones de formas que en su vida cotidiana ni siquiera podrían imaginar. Como argumentan Oliva, Pérez-Latorre y Besalú (2016: 12), los paratextos en torno a la cultura de los videojuegos (como los textos en las cajas de los videojuegos, etc.) instan al jugador "a 'elegir', 'recolectar', 'administrar' y 'ganar', definiendo lo que debemos esperar de un buen juego o una buena experiencia de jugador". Los videojuegos crean un entorno (retórico pero también material) en el que la agencia de los jugadores se infla, se promueve una sensación de logro y empoderamiento. De una manera más o menos explícita, los videojuegos facilitan la noción de que los jugadores, si logran lo suficiente o se esfuerzan lo suficiente, son capaces de tener éxito y triunfar:

Siempre tienes que ser amable con los jugadores. Quieres hacerles sentir que están ganando. (George, hombre, 42 años, desarrollador y programador de juegos)

El mensaje sobre el empoderamiento puede ser sutil o explícito, pero tiene que estar. Puedes hacerlo. Está a tu alcance hacerlo. (Robert, hombre, 47 años y director de una exposición relacionada con videojuegos)

Los videojuegos generan las oportunidades para estas narrativas (percibidas como) triunfalistas, en las que el jugador es el ganador, el que puede hacer lo que quiera hacer. Es la proyección de un individuo empoderado y decidido que puede superar

cualquier obstáculo en su camino. Esta representación de la agencia se inscribe en la identificación clásica de los seres humanos como sujetos conscientes, activos e intencionales, una identificación que celebra “la emancipación del sujeto de razón o de trabajo” (Lyotard, 1984: xxiii) de la modernidad, una noción profundamente anclada en la filosofía y el pensamiento político del neoliberalismo.

A nivel ontológico, este enfoque ignora la idea de agencia como múltiple, distribuida y dislocada que vimos anteriormente. Aquí se mantiene el dualismo que divide los tipos de entidades consideradas activas (lo humano, el sujeto, lo social) y pasivas (lo no humano, el objeto, la naturaleza), como si la agencia no estuviera, de hecho, en todas partes (Law, 2004: 131-134).

En un plano más sociopolítico, esta perspectiva refleja y refuerza las racionalidades políticas del neoliberalismo, uno de cuyos axiomas centrales es la construcción de un sujeto activo y autónomo, que se cuida a sí mismo o, a lo sumo, participa con otros similares a él para poder resolver sus propios problemas específicos (Rose, 1999: 137-166). Por lo tanto, la cultura de los videojuegos generalmente se cruza con esta idea de que los jugadores son responsables de controlar el juego y, además, están dispuestos a hacerlo:

Hablando en general, no me pondría a leer una guía o un tutorial porque me gusta poder hacerlo yo mismo.
(Alfred)

Cuando juegas solo, lo que más quieres es avanzar en la historia, completar el juego e intentar resolverlo. Pero lo que quieres es resolverlo tú misma, en lugar de depender de otras personas. (Zelda)

Si, según los aparatos en los que viven, la condición de posibilidad de la agencia de los videojugadores es su libertad para elegir, entonces tanto sus logros como sus fracasos son responsabilidad del individuo jugador. De ahí que, si bien muchos de nuestros entrevistados reconocen que hay varios momentos en los que están a merced de los videojuegos u otros factores externos, aún se tiende a pensar en la importancia del jugador como agente que es capaz de superar estos obstáculos, aunque pueda seguir fracasando:

Son muy vulnerables, ya sabes, un golpe los mata. Es como si no tuvieran poder real porque son muy frágiles. Cuando te vuelves más hábil como jugador, comprendes que tienes todo el poder porque controlas a estos titanes y puedes matarlos. (Noel, hombre, 24 años, desarrollador y programador)

Para este desarrollador, que habla de su videojuego (conocido por su alta dificultad), la pérdida de agencia, la fragilidad y la sensación de impotencia se ven como algo temporal: el jugador tiene la capacidad de triunfar, y si fracasa, es por falta de destreza o por no invertir el tiempo suficiente en perfeccionarse. Como Juul (2013: 7) ha afirmado en su ensayo sobre el fracaso en los videojuegos, los videojuegos “nos prometen una oportunidad justa de redimirnos”, algo que “distingue el fracaso del juego del fracaso en nuestra vida normal”. Sin embargo, incluso si los videojuegos son explícitos respecto de las oportunidades de redención que ofrecen, existen similitudes entre los fracasos en los videojuegos y en nuestra vida cotidiana. En una sociedad neoliberal, los individuos (o como mucho los grupos o comunidades particulares), deben ser considerados responsables de su propia situación sin tener en cuenta ningún condicionamiento estructural que pueda afectarlos. La retórica en este punto, en los videojuegos tanto como en la sociedad en general, es que si uno se esfuerza, podrá lograr sus objetivos, o al revés, que fracasará solo por sus propias deficiencias o falta de esfuerzo.

Por lo tanto, los videojuegos requieren que el jugador tome el control de lo que tiene frente a él, en general literalmente, ya que el jugador tiene que usar un controlador de juego físico, y en el juego es responsable tanto de sus logros como de sus fracasos. No importa si, como hemos mostrado, los videojuegos, los desarrolladores u otros agentes pueden condicionar gravemente la agencia de los videojuegos: está ampliamente establecido dentro de la cultura de los videojuegos que los resultados los determina principalmente el jugador. Esto es similar a lo que Shaw (2014: 13–39) encontró en las opciones que ofrecen los videojuegos en términos de representación. En principio, los videojuegos parecen proponer distintas alternativas de representación; los jugadores a menudo tienen la libertad de elegir entre varias características, incluida la raza, el género, la apariencia física y, a veces, incluso la sexualidad. Sin embargo, al final el videojuego está colocando la carga de la representación en los videojugadores: “en lugar de incluir diversidad en los personajes preestablecidos, la mayor parte de la representación de los grupos marginados e identificadores se coloca en manos de los jugadores” (Shaw, 2014: 35).

El neoliberalismo, después de todo, busca “gobernar utilizando la máxima cantidad de energía disponible de las personas que van a ser gobernadas” (De Marinis, 2005: 22). Esto es algo que vemos repetidamente en los videojuegos; el individuo se entiende como “un empresario de sí mismo” (Gordon, 1991: 44). La promoción de individuos activos, autoresponsables y participativos, entonces, no puede reducirse únicamente a una disposición en algunas formas subculturales, sino que más bien está conectada a tendencias más amplias que afectan a la sociedad en su conjunto.

Más allá de las racionalidades políticas neoliberales: cultura participativa

Hasta ahora, hemos visto cómo la agencia en los videojuegos se rige principalmente por las racionalidades políticas neoliberales. En este sentido, la libertad y la interactividad se encierran en un contexto que las promueve de una manera que no deja que la agencia rompa los discursos, prácticas y sistemas hegemónicos. Según Brookey y Booth (2006: 218), en la mayoría de los videojuegos “no se le da al jugador la agencia para cambiar la estructura y el diseño del juego” y, por lo tanto, se imponen limitaciones a las opciones en manos de los jugadores, limitaciones que “no siempre permiten aquellos cambios que podrían equipararse con una forma de resistencia ideológica”.

Sin embargo, debido a que estas racionalidades neoliberales fomentan el ideal del sujeto autónomo autogobernado, también crean la oportunidad para que la agencia produzca líneas de ruptura. El neoliberalismo ha tenido mucho éxito en la tarea de dar opciones a las personas y hacerlas responsables de las decisiones que toman. Pero, podría decirse, las fuerzas del neoliberalismo han tenido tanto éxito que han plantado la semilla de su desaparición parcial. Sus racionalidades han promovido tan febrilmente la libertad individual y la responsabilidad propia que han creado un sujeto en gran parte autónomo, y que, hasta cierto punto, es capaz de escapar de esas racionalidades. Después de todo, Deleuze (1990: 165) consideró que todo dispositivo tenía dos tipos de grupos: “líneas de estratificación o sedimentación y líneas que conducen a la actualidad o creatividad”. Esto último incluye las líneas de “división, rotura, fractura” (Deleuze, 1990: 162) que delimitan el movimiento de un dispositivo a otro (Deleuze, 1990: 161). Este pasaje apunta a la posibilidad de romper el sistema, como cuando la gente busca fallos en los videojuegos y formas de explotarlos.

También hay quienes sostienen que el auge de las nuevas tecnologías digitales, lejos de facilitar y posibilitar una sociedad cada vez más individualizada, ha aportado nuevas herramientas y formas de comunicación y colaboración. En particular, Henry Jenkins (por ejemplo en Jenkins, 2006; Jenkins *et al.*, 2005) sostiene que las nuevas tecnologías de los medios, como Internet y los videojuegos, junto con los cambios correlativos en la naturaleza de las audiencias, han llevado a una cultura más colectiva, colaborativa y participativa.

La cultura participativa se entiende como aquella que “absorbe y responde a la explosión de las nuevas tecnologías que hacen posible que los consumidores promedio archiven, anoten, se apropien y recirculen el contenido de los medios de formas nuevas y poderosas” (Jenkins *et al.*, 2005: 8). En el informe titulado *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media*

Education for the 21st Century [Frente a los desafíos de la cultura participativa: educación tecnológica para el siglo XXI], escrito para la Fundación MacArthur, Jenkins *et al.* (2005: 7) definieron la cultura participativa de la siguiente manera:

Por el momento definamos la cultura participativa como una cultura: 1, con barreras relativamente bajas para la expresión artística y el compromiso cívico; 2, con un fuerte apoyo para crear y compartir las creaciones propias con los demás; 3, con algún tipo de tutoría informal para que el conocimiento circule de los más experimentados a los novatos; 4, en la que los miembros creen que sus contribuciones son importantes; 5, en la que los miembros sienten cierto grado de conexión social entre ellos (al menos les importa lo que otras personas piensen sobre lo que han creado).

La idea clave de la cultura participativa gira en torno a la posibilidad abierta de que cualquier persona haga una contribución significativa en todo tipo de expresiones culturales colectivas. De ahí que los autores describan la cultura participativa como una cultura en la que la producción es accesible a grandes sectores de la población, y en la que la colaboración y la interdependencia entre los actores sociales son cruciales para producir resultados y generar la sostenibilidad de esa cultura. Según estos autores, todas las contribuciones son experimentadas como relevantes, permitiendo nuevas formas de colaborar y participar más allá del consumismo. Eso mismo afirma Emmet, uno de nuestros entrevistados, en relación a los videojuegos:

Vivimos en una sociedad de masas y se nos trata principalmente como consumidores pero creo que los juegos de computadora y su popularidad muestran que hay otras pertenencias y deseos en nosotros. Uno de los más fuertes que se pueden ver en los videojuegos es que también nos gusta participar y no solo consumir y convertirnos en un objeto.

Es importante resaltar que no “todos los miembros deben contribuir, pero todos deben creer que son libres para contribuir cuando estén listos y que lo que aportan será valorado adecuadamente” (Jenkins *et al.*, 2005: 7).

Para Jenkins (2006: 2) “la cultura participativa es cualquier cosa menos marginal o clandestina hoy”. Jenkins va incluso más allá, implicando que hay un cambio de paradigma dentro de las interacciones con el contenido de los medios, de forma que “[el consumo] se convierte en producción; la lectura se convierte en escritura; la cultura del espectador se convierte en cultura participativa” (Jenkins, 2006: 60). En su trabajo anterior Jenkins (principalmente en Jenkins, 1992) enfatizaba a los

fans como a la vanguardia de una cultura participativa. Mientras el público común estaba feliz de consumir pasivamente el contenido *mainstream*, los fans tomaron activamente textos y narrativas de los medios para crear sus propias historias y obras de arte. Basándose en el trabajo de Michel de Certeau (1984), Jenkins (1992) se refirió a esto como “caza furtiva textual”. Sin embargo, Jenkins en sus trabajos más recientes sugiere que ha habido una gran transformación cultural, que nos ha llevado de una cultura previamente dominada por una audiencia pasiva mayoritaria de consumidores, a una cultura actual más activa donde los límites entre producción y consumo comienzan a difuminarse. Para Jenkins, la participación activa se convierte en la forma dominante de interacción con los medios. Gere (2008: 213) propone un enfoque similar, que enfatiza el importante papel de las nuevas tecnologías en la transformación de la relación entre consumidores y productores:

Las transformaciones en los medios provocadas por las nuevas tecnologías están transformando la forma en que pensamos en nosotros mismos. Ya no somos consumidores pasivos de los medios sino también, y cada vez más, productores activos.

En este sentido, la cultura participativa y la tecnología digital también transforman las formas tradicionales de creación de contenidos culturales desde un punto de vista económico, como ocurre con el auge de las plataformas de *crowdfunding* como Kickstarter, dando a luz a figuras como la del “prosumidor-inversor” (Planells, 2015). Sin embargo, para Jenkins, este proceso no transcurre necesariamente de arriba hacia abajo. El aumento de la cultura participativa ha sido provocado por tres procesos interrelacionados. En primer lugar, tenemos el advenimiento de nuevas tecnologías y herramientas, como Internet, que “permiten a los consumidores archivar, anotar, apropiarse y recircular el contenido de los medios” (Jenkins, 2006: 135). En segundo lugar, “los conglomerados de medios integrados horizontalmente fomentan el flujo de imágenes, ideas y narrativas a través de múltiples canales de medios y exigen modos más activos de ejercer el rol de espectador” (Jenkins, 2006: 136). Aquí, Jenkins se refiere al auge de la “transmedialidad”, en la que los relatos de los medios se cruzan cada vez más con medios diferentes, a veces hasta generar una interdependencia. Para Jenkins, la transmedialidad requiere la existencia de un consumidor más activo, que buscará y se involucrará activamente con distintas narrativas a través de una variedad de textos y medios. Por lo tanto, en tercer lugar, el surgimiento de la cultura participativa es también el resultado de la naturaleza cambiante de las audiencias contemporáneas. En particular, Jenkins sugiere que se han multiplicado las subculturas que promueven la producción estilo Hágalo usted mismo (DIY), como los modders de videojuegos o los blogueros de Internet. Estas subculturas

ayudan a crear una forma más activa y participativa de consumir medios, y en los últimos años este modo de participación se ha extendido desde los márgenes a la corriente principal.

Estos son entonces los pilares de la cultura participativa, los principales desencadenantes de este nuevo paradigma. La primera tendencia se refiere a las nuevas tecnologías como dispositivos habilitadores que hacen posible que los actores sociales manipulen el contenido de los medios de formas nunca vistas. Esencialmente, Jenkins apunta a la revolución digital que facilita todas esas operaciones: formas más fáciles de almacenar, comentar, apropiarse, cambiar y difundir el contenido. La segunda y la tercera están vinculadas a transformaciones específicas dirigidas a una disposición más activa hacia los contenidos mediáticos, cambiando las jerarquías entre producción y consumo, al tiempo que ambas categorías quedan interrelacionadas y problematizadas. Se cuestiona la noción de autoría dando paso a la “autoría múltiple” (Kirby, 2009: 1).

En particular, los videojuegos son para Jenkins uno de los ejemplos y motores clave de esta cultura participativa, que incluye la producción de recorridos, *mods*, *fan art*, *fan fiction*, nuevos juegos, sitios web, *hacks* y trucos, guías de juegos, reseñas, interpretaciones, *wikis*, cosplay, entre una lista considerable de temas que nos permite reconocer que “los videojuegos son mucho más que la simple interacción de uno o unos pocos individuos con una máquina de videojuegos” (Crawford, 2012: 120). De manera similar, Dovey y Kennedy (2006: 123-124) consideran a las culturas de los videojuegos “evidencia empírica de las relaciones cambiantes entre los productores de medios y los consumidores a principios del siglo XXI”. En particular, este es el argumento central del libro de James Newman (2008), *Playing with Videogames* [Jugando con videojuegos]: que la cultura del juego es una cultura participativa que se extiende mucho más allá del acto de jugar al videojuego:

En este libro espero aprovechar algunos de los trabajos emergentes sobre las culturas y prácticas de los fans [...] de los videojuegos, destacando la creatividad, la productividad y la sociabilidad inherentes a estas culturas más amplias de los videojuegos. La investigación de la producción artística y literaria de los jugadores, la creación de guías y textos de preguntas frecuentes, la modificación de juegos existentes y el desarrollo de juegos completamente nuevos hablan claramente de la complejidad del involucramiento con los videojuegos y las formas en que los juegos se reconfiguran para aumentar su tiempo de vida. (Newman, 2008: 14)

Newman aquí nos está dando una pista de dónde buscar esta cultura participativa en los videojuegos: tutoriales, *modding*, *fan art*, *fan fiction*, creaciones derivadas, intertextualidad, nuevos juegos. Su libro se divide en tres partes principales; cada una explora un aspecto de estas culturas participativas y de las prácticas de los videojugadores.

La primera parte del libro de Newman (2008: 21-88) está dedicada a las cualidades textuales de los videojuegos y explora los modos en que los videojugadores, lejos de ser individuos solitarios, comparten y construyen experiencias colectivas (ver capítulo 4) sobre los videojuegos de diferentes maneras: hablan (conversaciones dentro y fuera del juego, en foros, grupos de discusión y a través de comentarios en revistas de videojuegos), leen y escriben (novelizaciones oficiales, reseñas, *fan fictions*) e incluso actúan (fan art, interpretación musical, cosplay). En relación con esto, una de las participantes de nuestra investigación, Zelda, cuenta que ocasionalmente hace cosplay junto con otros entusiastas de los videojuegos y el anime: “hay una comunidad en línea [de cosplayers] y tenemos un grupo de Facebook donde todos nos conectamos y colaboramos [...] e intentamos que la gente haga personajes diferentes en lugar del mismo, y después nos sacamos una foto grupal de todos”. La cultura participativa fomenta entonces la agencia articulada colectivamente y, por lo general, mediada de manera digital.

En la segunda parte, Newman (2008: 89-148) explora los aspectos lúdicos de los videojuegos. En particular, somete a consideración la producción de guías de juegos, recorridos y preguntas frecuentes. Estos textos, dice, tienen como objetivo fomentar nuevos estilos de interacción con los videojuegos y la posibilidad de incluso regular la forma en que se juega (2008: 93). También algunos de nuestros entrevistados hablaron sobre la búsqueda de tutoriales en video para progresar en un juego:

Es descubrir la forma más rápida, [...] entonces, en ese momento, si no sabes cómo hacerlo, [...] comienzas a buscar tutoriales, ves algunos videos en YouTube para descubrir cómo hacer eso. (Albert)

La cultura participativa habilita una agencia orientada a compartir conocimientos, consejos prácticos e información con otros. Si el relato neoliberal sobre la agencia se centra en el crecimiento personal y el éxito individual, se considera que la cultura participativa beneficia la dinámica de grupo. En este sentido, la cultura del videojuego tiene el potencial de orientar la agencia hacia formas de colaboración colectiva que, si bien podrían reproducir algunos de los aspectos de la lógica liberal, celebratorios del individuo libre que debe cuidarse a sí mismo, también representa una forma de extender la agencia de una forma más solidaria.

En la tercera parte de su libro, Newman (2008: 149-178) se centra en los videojuegos como tecnología, y se ocupa de “las formas en que los jugadores pueden modificar el programa en sí” (2008: 151). Existen las tres prácticas principales descritas por Newman aquí: *codemining*, *modding* y *gamemaking*. En el *codemining*, los jugadores intentan revelar elementos ocultos o redundantes del juego, que estaban presentes en iteraciones anteriores del juego y que aún se pueden encontrar en el código. Esto presenta una oportunidad para que los jugadores miren cómo podría haber sido el juego, a fin de ampliar sus posibilida-

des y su experiencia. A su vez el *modding* es la forma en que los usuarios modifican los juegos existentes en diferentes niveles: desde simples mejoras gráficas hasta modificaciones completas del juego, lo que en algunos casos da como resultado un juego totalmente nuevo. Newman (2008: 167) argumenta que, incluso si solo una minoría tiene el conocimiento técnico para manipular y modificar directamente la base de código de un videojuego, “los resultados de estos esfuerzos proliferan dentro de las culturas, las comunidades y los contextos de crítica, la revisión y juego, contextos que incluso ayudan a crear y mantener”. En resumen, Newman sostiene que esta cultura participativa contribuye a mantener una comunidad activa y solidaria, no solo para aquellos que modifican, codifican o crean juegos de forma activa, sino para la comunidad de jugadores más amplia también. Como sostiene Alfred en relación con las campañas de prueba beta a gran escala:

Incluso si no estás interactuando con la comunidad te beneficias de ella. Por ejemplo supongamos que *Football Manager* realiza una prueba beta. Cuando se necesita probar algo en una empresa, normalmente una o dos personas lo prueban y ya. Pero si se trata de un juego de computadora, tranquilamente les das a diez mil de tus fans la oportunidad de jugarlo gratis y encontrarle “agujeros”. Quien juegue el juego ya terminado, sin conexión con ningún fan, sin interactuar nunca con nadie más en la comunidad, se estará beneficiando de esas pruebas masivas en una escala incomparable.

También nos gustaría agregar que la disponibilidad de herramientas para desarrollar juegos sin tener casi ninguna habilidad de programación, como *Game Maker*, *Construct 2*, *Rpg Maker*, *Stencil* y muchas otras, han democratizado la posibilidad de crear videojuegos entre el público en general. Algunos de los juegos desarrollados con estas herramientas pueden convertirse incluso en juegos de éxito comercial, y otros serán productos que solo jugará la persona que los creó. Sin embargo, Aphra Kerr (2006: 123) hace una advertencia respecto de la suposición de que todos los jugadores interactúan con la comunidad de jugadores más amplia, o de que las acciones de unos pocos otorgan un poder significativo a todos los videojugadores:

Si bien el *modding*, las trampas y las intervenciones artísticas son parte de la cultura de los juegos y brindan ejemplos interesantes de creatividad y capacidad de acción del jugador, no sería prudente exagerar su prevalencia. Para muchos jugadores, jugar es una actividad “privada” que se lleva a cabo en el hogar con amigos y familiares, o solo cuando no hay nada mejor que hacer. Muchos se contentan con seguir intentándolo hasta que logran superar un obstáculo, o piden consejo a sus amigos en lugar de comprar guías de estrategia o buscar pistas en línea.

También es importante destacar que muchos utilizan las potencialidades de la cultura participativa para involucrarse en acciones mucho menos positivas y de apoyo, como el acoso y el abuso, tal como lo describe Mortensen (2016: 13-14) en el caso del *gamergate* (ver capítulo 6). Este caso destaca claramente las limitaciones de las ideas de agencia. El caso del *gamergate*, es el de una agencia coordinada colectivamente, multiplicada y ampliada por las tecnologías digitales, pero utilizada de manera destructiva.

Sin embargo, no es nuestra intención decidir aquí si deberíamos elogiar las aparentes posibilidades infinitas de la cultura participativa para los videojugadores, o contener nuestro fervor de celebración y resaltar sus límites potenciales, o incluso sus peligros. Podemos señalar algunos de nuestros otros trabajos en los que hemos cuestionado con mucho más detalles los supuestos (en gran medida positivos) que a menudo se asocian con la cultura participativa (ver, por ejemplo, Crawford, 2012). Lo que queremos resaltar aquí es que todas estas actividades son parte de una cultura de los videojuegos que se está convirtiendo gradualmente en un aspecto fundamental de nuestra sociedad contemporánea y está cambiando la forma en que actuamos colectivamente. La agencia actúa dentro del neoliberalismo, pero esto a veces puede estar dentro de racionalidades más solidarias y afectivas; aunque, por supuesto, no siempre.

Conclusiones

En este texto, hemos explorado la agencia en la cultura de los videojuegos. La obsesión, intrínseca al medio, por ofrecer una experiencia de libre albedrío, con elecciones difíciles, acciones con consecuencias y un discurso generalizado sobre la centralidad del jugador, nos lleva a sostener que estudiar los videojuegos y su cultura constituye un campo óptimo para abordar cuestiones relacionadas con la naturaleza contemporánea de la agencia, la interactividad, las racionalidades políticas, la libertad y el poder.

En particular, la rica variedad de actores en la cultura de los videojuegos nos lleva a cuestionar las ideas tradicionales de agencia, ya que hoy en día nos enfrentamos a redes de actores, interacciones y poder más complejas que antes. Los videojuegos contribuyen a subvertir el estatus teórico convencional de la agencia, indican cómo ha cambiado en las últimas décadas y también que necesitamos nuevos enfoques. La cultura de los videojuegos es prueba de una noción ontológicamente promiscua de agencia que requiere nuevas lentes epistemológicas, que nos ayuden a difuminar el rostro genérico del ser humano como figura modernista y reconfigurarlo en el marco de un paisaje posthumanista (Haraway, 2004: 47).

De manera similar, los videojuegos nos muestran que la agencia hoy en día también participa de prácticas tanto emancipatorias como alienatorias. La agencia no solo está vinculada a la libertad, el empoderamiento y la autonomía, sino que también está relacionada con la sumisión, el desempoderamiento y la dependencia. Las limitaciones y las potencialidades son parte de los mismos usos de la agencia. El dispositivo foucaultiano explica esta dualidad, como ha señalado Poltronieri (2015: 174): “El jugador es libre de actuar para alcanzar los resultados deseados siempre que sus acciones estén codificadas al interior del aparato”. El dispositivo limita y permite todo lo que se puede ver, decir y hacer dentro de un régimen de verdad, pero, como necesariamente se reproduce a través de la fuerza generadora de la agencia, también contiene la potencialidad de romperse y producir otros nuevos. Los videojuegos y la agencia que promueven pueden ser parte de las racionalidades neoliberales actuales, pero también encierran la promesa de nuevos modos creativos y críticos de agencia.

Por lo tanto, tenemos aquí una noción de agencia vinculada al neoliberalismo, pero que incorpora no solo la reproducción de sus racionalidades, reforzando el pensamiento y las prácticas liberales, sino también las posibilidades de ruptura, explorando nuevos modos de relaciones de poder y agencia que ayudan a transformar la realidad de otras formas más comunitarias. La agencia es la fuerza que transforma la realidad, pero debe ser puesta en acto, y en esa puesta en acto la agencia misma se transforma. Los videojuegos median la agencia y la impulsan a través del tejido social en diferentes direcciones y bajo diferentes racionalidades. Los ensamblajes de los videojuegos contienen poderosas agencias que podrían transformar, y actualmente están transformando, la realidad social.

4. LOS VIDEOJUEGOS COMO EXPERIENCIA

Introducción

Cuando les pedimos a los participantes de nuestra investigación que definieran los videojuegos, la mayoría habló de la interactividad, el entretenimiento, la diversión, el disfrute y la simulación, o de la mera mediación tecnológica del hecho de jugar. Sin embargo también descubrimos, y fue algo un poco inesperado, que definían a los videojuegos como *experiencias*. Por ejemplo Marta, videojugadora muy dedicada de 24 años, afirma que “después de todo, los videojuegos son como cualquier otra experiencia”, mientras que Albert, artista de juegos *indie*, 25 años, habla de ellos como “una experiencia agradable”. Después de conceptualizar inicialmente los videojuegos como un tipo de medio pautado por la interacción entre jugador y programa, Carl, videojugador dedicado y de 28 años, concluye que los videojuegos no son solo una forma de arte reconocida sino también “una experiencia de vida”.

La categorización de los videojuegos como una forma de “experiencia”, hasta cierto punto, es algo sobre lo que existe consenso académico. *Rules of Play* [Reglas de juego] de Katie Salen y Eric Zimmerman, por ejemplo, trata principalmente del diseño de experiencias para los jugadores “comprendiendo la forma en que el sistema formal de un juego se transforma en un sistema experiencial” (Salen y Zimmerman, 2004: 316). La experiencia es una noción clave en la definición de los videojuegos que dan estos autores; lo que enfatizan es que un diseñador de juegos no crea tecnología sino más bien “experiencias” (Salen y Zimmerman, 2004: 87). De esta forma equiparan directamente los videojuegos con las experiencias y subrayan que jugar un videojuego es tener una experiencia particular.

Por su parte, Ian Bogost (2007: 35) afirma que las representaciones de la realidad que involucran los videojuegos, aunque no sean idénticas a lo que podríamos considerar como una “experiencia real”, todavía son capaces de simular “procesos físicos y culturales reales o imaginarios”. Bogost también sugiere que la interactividad de los videojuegos podría ubicarlos en lo más alto de una escala de “vivacidad” de la experiencia. Basándose en el psicólogo Charles Hill (2004) y su espectro continuo de

vivacidad, que establece una escala que va desde la información menos vívida (estadísticas) hasta la más vívida (experiencia real), Bogost (2007: 34-35) sitúa a los videojuegos justo debajo de la rúbrica *experiencia real*, y por encima de *imágenes en movimiento con sonido* (que ocupa el segundo lugar en la lista de Hill). Aunque creemos que definir la experiencia real es muy problemático, sin mencionar la idea misma de vivacidad, Bogost parece llegar a una conclusión plausible: que los videojuegos son un tipo de experiencia similar, pero no igual, a lo que podríamos llamar, en ausencia de una mejor expresión, una “experiencia de la vida real”. Del mismo modo, Grodal (2003: 129) sostiene que los videojuegos “son simulaciones de modos básicos de experiencias de la vida real”.

Interpretar los videojuegos como experiencias abre un vasto campo de posibilidades teóricas y prácticas, y también tiene un papel en el discernimiento de los diferentes aspectos (materiales, simbólicos, políticos y sociales) que constituyen a los videojuegos como cultura. Considerar a los videojuegos como experiencias permite por un lado describir algunas de sus propiedades fundamentales y sus mecanismos de funcionamiento, y por el otro conectarlos con el problema social más amplio de la construcción de la realidad social como un conjunto de experiencias de diseño, con una serie de preocupaciones epistemológicas basadas en un enfoque “post fenomenológico” (Ihde, 1993). El concepto de “post fenomenología”, y su valor en el desarrollo de nuestra tesis aquí, lo desarrollaremos a fondo más adelante. De momento, digamos que mientras los enfoques fenomenológicos tienden a centrarse en el individuo, la post fenomenología se extiende más allá de él, para comprender “los modos en que los humanos, sus mundos y tecnologías se constituyen como partes mutuamente necesarias y activamente interrelacionadas” (Keogh, 2014: 13). Como veremos en los siguientes capítulos, este enfoque tiene consecuencias imprevistas y notables. Sobre todo, se trata de apreciar los videojuegos como herramientas mediadoras que conectan con “otras” realidades generalmente distantes y desconocidas (capítulo 5), del surgimiento de la post-identidad y de la naturaleza cambiante de la comunidad (capítulo 6).

Por estas razones, diferentes actores que pertenecen a la cultura de los videojuegos (entre académicos, videojugadores, profesionales de los medios, personas que trabajan en la industria, etc.) expresan que, sea que estén investigando, jugando, escribiendo o diseñando videojuegos, reconocen esta actividad mayoritariamente en términos de experiencia. Pero, ¿cómo podemos decir que los videojuegos son experiencias? Existen al menos seis razones relevantes que vinculan a los videojuegos con la noción de experiencia. En este capítulo vamos a desarrollarlas y a ver cómo se orientan las posibilidades explicativas del concepto de experiencia para comprender aspectos cruciales de nuestras sociedades. Primero, gracias a un proceso de “traducción de experiencias”, los videojuegos ayudan a canalizar diferentes experiencias para conectar con otras realidades que pueden ser (parcialmente) desconocidas para nosotros mismos. En segundo lugar, a menudo encontramos experiencias

en los videojuegos que se relatan de manera similar a la forma en que narraríamos un viaje, una anécdota o cualquier otra experiencia vivida. En tercer lugar, los videojuegos usualmente requieren que el jugador participe activamente en el proceso de juego, lo que realza la idea de estar teniendo una experiencia vivida. En cuarto lugar, los videojuegos son sin duda experiencias corporizadas, que a su vez plantean numerosos interrogantes sobre nuestros encuentros con la tecnología y los espacios virtuales. En quinto lugar, los videojuegos están vinculados a una tendencia más amplia que permite definir la realidad social entera en términos de un conjunto de experiencias. Por lo tanto, finalmente, los videojuegos también son útiles para arrojar luz sobre nuestra comprensión de la noción de experiencia en un contexto social más amplio. El capítulo, por último, considera dos paradojas. Primero, el dilema de la experiencia, que es por un lado individual, única y contingente, y por otro lado colectiva, compartida y estable. En segundo lugar, y en parte como consecuencia de la primera paradoja, nos encontramos ante el carácter post fenomenológico de la experiencia, particularmente evidente en los videojuegos, algo que sitúa la idea de experiencia más allá de su marco fenomenológico tradicional.

Traducir experiencias

Es una suposición común que los videojuegos les permiten, a quienes los jueguen, acceder a experiencias que de otro modo no tendrían. Muchos de nuestros entrevistados expresaron, de una forma u otra, que los videojuegos les brindan todo tipo de experiencias que de otra manera serían inalcanzables. Un ejemplo es el de George (hombre, 42 años, desarrollador), quien estuvo involucrado en el desarrollo de una reconocida franquicia de videojuegos de carreras, y cuenta que lo que buscaba era que los jugadores pasaran buenos momentos, al permitirles experimentar “cómo se siente conducir una Ferrari”. También tenemos el testimonio de Laura, desarrolladora independiente, 26 años, que habla de uno de sus videojuegos como una “experiencia que puede cambiarte”, hasta el punto de hacer que el jugador diga, “maldita sea, este juego me rompió la cabeza, es increíble”. En una línea similar, Pawel Miechowski habló de *This War of Mine* (11 bit studios, 2014) como “una revelación”, porque los comentarios de la comunidad de jugadores que lo jugaron lo definían como “una experiencia muy emotiva”. Según Pawel hubo hasta veteranos de guerra que encontraron que el juego era “una experiencia liberadora, una catarsis”. Eso nos hace ver que los videojuegos pueden funcionar a nivel experiencial, y que eso mismo buscan los jugadores, como señaló Shaw (2014: 87) en su investigación sobre culturas de juego marginadas: “Para muchos entrevistados, conectarse con los personajes tenía que ver con tener experiencias, más que con cualquier otra cosa”.

Los videojuegos ponen a los jugadores en los zapatos de otro, permitiéndoles experimentar el mundo desde su perspectiva. Sin embargo, la persona que juega no está experimentando exactamente lo que otros sienten o lo que significa estar en una situación específica; después de todo, los videojuegos son una experiencia mediada, no la experiencia en sí, pero igualmente les permiten a los jugadores al menos conectarse con diferentes realidades de otra manera. Este grado de conexión varía: los jugadores pueden identificarse o no con los personajes y la situación, pueden conectarse más o menos con ellos a un nivel emocional o cognitivo (posiblemente las dos cosas), pero lo importante es que se establece la conexión y, al hacerlo, se hace posible el acceso a otros puntos de vista, se facilita la comprensión de situaciones lejanas. La idea de que los videojuegos ofrecen la posibilidad de tener acceso a una gama diversa de experiencias y, en particular, que fomentan respuestas empáticas se explorará más a fondo en el capítulo 5, que está centrado en los procesos que facilitan la conexión entre un jugador y una realidad lejana. En esta sección vamos a centrarnos en cambio en el proceso de traducción de las “experiencias reales en vivo” a las “experiencias en videojuegos”.

Según Salen y Zimmerman (2004: 316), la creación de experiencias de alto nivel “requiere que comprendamos cómo el sistema formal de un juego se transforma en un sistema experiencial”. Por lo tanto, una vez que es posible establecer, al menos hipotéticamente, que los videojuegos son capaces de ofrecer experiencias diversas, surgen otras preguntas: ¿Cómo lo hacen? ¿De qué forma los videojuegos canalizan estas variadas y ricas experiencias hacia aquellos que se van a involucrar en ellas? La respuesta a estas preguntas se basa en el proceso de traducción, que convierte experiencias específicas en experiencias de juego.

Centrándonos en uno de los títulos que consideramos más de cerca, *Gone Home* (Fulbright, 2013), notamos que los diseñadores de juegos hacen entrevistas para “obtener experiencias personales” (Karla Zimonja, mujer, 37 años, cofundadora de Fulbright y artista de videojuegos) y emplearlas en el relato, como una forma de “hacer que la historia sea auténtica”. En particular, se enfocan en distintas personas, para recopilar una variedad de experiencias de vida, asegurarse de que capturan adecuadamente sus experiencias y que están bien posicionados para *volcar* esas experiencias en el juego.

Este enfoque queda ilustrado en un segmento del juego en el que el jugador recupera una parte del diario de Sam, su hermana menor que tiene un papel principal en la historia. En ese pasaje del diario, Sam cuenta la pelea con sus padres, cuando ellos sospechan que está teniendo una relación lésbica con Lonnie, su nueva amiga. El fragmento, que también se lee en voz alta como todos los fragmentos de diario en el juego (ver Figura 2), enumera las diferentes formas de negación que los padres pueden articular en relación con la sexualidad de su hija: “eres demasiado joven para saber lo que quieres”, “tú y Lonnie son

solo buenas amigas”, “simplemente no has conocido al chico adecuado”, “es una fase”. Karla Zimonja detalló que utilizaron la experiencia de una persona que conocían, de cuando salió del clóset frente a sus padres:

Tuvo una experiencia no muy buena al hablar con sus padres, y mucho de su relato, específicamente la reacción de sus padres, fue muy instructivo. Intentamos fundamentar lo que estábamos escribiendo en esas experiencias vividas. Es importante hacer una investigación del tema cuando estás describiendo algo por lo que tú misma no has pasado.



Fig. 2. Una “fase muy larga” en *Gone Home* (Fullbright, 2013).

Cuando los desarrolladores de un videojuego tratan de reproducir una experiencia que no conocen directamente, intentan superar esas limitaciones alimentándose de las experiencias de otras personas; en ese sentido, son recolectores de experiencias, y las utilizan como materia prima para diseñar sus propias experiencias de juego. Encontramos otro ejemplo similar en *This War of Mine*: a pesar de que ninguno de sus desarrolladores estuvo nunca en un contexto de guerra, construyeron el contexto del juego utilizando principalmente documentos de experiencias bélicas tomadas principalmente del sitio de Sarajevo, archivados en la Colección FAMA. (1) En palabras de Pawel Miechowski, este archivo es como “un museo virtual, con entrevistas en video a diferentes personas de Sarajevo. Hay literalmente mil entrevistas en video”. En ese material se basaron en gran medida al momento de (re)crear los elementos de la experiencia de juego.

De manera similar, en *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) hay un pasaje que describe la situación de una mujer cuádruplejica y su familia. Al jugarlo, somos testigos de cómo vive, sus problemas de salud y movilidad, el impacto emocional de su enfermedad en su familia, sus problemas económicos y otras circunstancias cotidianas. En algún momento, el jugador debe ayudarla a morir. Este momento tan intenso, centrado en la experiencia de las personas con discapacidades graves y la eutanasia, también fue una experiencia que los desarrolladores intentaron basar en experiencias reales, vividas por personas de carne y hueso. En una entrevista Raoul Barbet, director de juego de *Life is Strange*, se refiere a este momento particular del juego, y afirma que “hemos investigado mucho sobre este tema”, de la misma manera que “lo hicimos con todos los otros temas que el juego aborda”. También agrega:

Era importante tratar la cuestión con respeto y demostrar que somos precisos en el abordaje del tema. Estudiamos el equipamiento doméstico especializado que puede usarse en una situación como la que describe el juego, leímos blogs de personas discapacitadas, les preguntamos cómo estaba configurada su casa. Uno de los diseñadores del juego justo estaba atravesando algunos problemas familiares como los que presentamos en el juego, y tenemos que tener cuidado, como desarrolladores y creadores, de no hacer que el tema sea demasiado divertido. Eso podría haberse visto como poco respetuoso, y realmente lo que queríamos era hablar de este tema y poner al jugador en una posición difícil, que se pusiera a pensar de verdad en estas cuestiones. (Barbet citado en Diver, 2016)

Los videojuegos consisten en una transposición de experiencias que en ellos reemergen transformadas, mediadas y adaptadas a un medio diferente, con el objetivo de crear nuevas experiencias. Por esta razón Robert, 47 años, director de un museo de videojuegos, cree en fomentar una gama más amplia de voces de las que normalmente se ven, enriquecerla con “experiencias de vida diferentes” y diversificar la cultura de los videojuegos, para permitirles convertirse en algo “más representativo del mundo”. Se trata de capturar un conjunto más diverso de experiencias, con la idea de producir como resultado nuevas experiencias mediadas. Los videojuegos son, en este sentido, experiencias hechas de experiencias.

Narrar experiencias

Cuando cuenta cómo llegaron al título final de su documental de 2014, *Memorias: Más allá del juego*, [\(2\)](#) Víctor Somoza claramente sitúa a los videojuegos en el ámbito de las vivencias y particularmente las vivencias narradas:

Lo hablé con algunos de mis compañeros y decidimos que *Más allá del juego* era un título con gancho y que, además, era fiel a la idea; el título significa que estamos yendo más allá del acto de jugar, y lo que significa vivir y narrar una experiencia de un videojuego en particular.

La película reúne a diferentes individuos, incluidos videojugadores, desarrolladores, profesionales de los medios, académicos y artistas, quienes narran sus experiencias de juego en relación con sentimientos particulares y momentos específicos. En especial la película gira en torno al miedo, la ira, la rivalidad, la tristeza y la risa, entre otras emociones que deben leerse como interpretaríamos cualquier otra experiencia de la vida. Para Somoza está claro que, a la hora de evocar experiencias con los videojuegos, debe equiparárselas no con las que se encuentran en otros productos culturales, sino con los eventos habituales que suceden en nuestro día a día:

Las conversaciones sobre películas o música son diferentes a las charlas sobre videojuegos. Recordar un videojuego está más cerca de recordar un viaje, una fiesta de cumpleaños o algo así. En ambos casos hay coincidencias porque, aunque sea a través de un mando y una pantalla, lo estás viviendo como viviste ese viaje o esa fiesta.

Esto parece ser una constante entre las personas que juegan videojuegos. Alguien que escuchara casualmente a una persona contando sus experiencias de juego tendría serias dificultades para saber si se estaba hablando de una experiencia de la “vida real” (3) o de un juego. Los videojugadores se refieren a “lo que pasó”, o a lo que ellos u otros “hicieron” o sintieron al jugar un videojuego. De esa forma se refieren, a menudo simultáneamente, a los eventos que suceden en el mundo del juego, dentro de la historia, y a lo que está sucediendo en el espacio en el mundo real que ocupan en ese momento. Por ejemplo, Crawford (2006) explora este punto en su consideración de la cultura de los jugadores de *Football Manager* (2004 hasta la fecha, Sports Interactive) y *Championship Manager* (1992 hasta la fecha, Sports Interactive): sus conversaciones sobre las experiencias en el juego fácilmente y a menudo se desdibujaban, tomando la forma de discusiones sobre eventos en el mundo real (fuera del juego) del fútbol profesional. Como argumenta Gary Alan Fine (1983) en su aplicación del análisis de marcos de Goffman a los juegos de rol con lápiz y papel, los jugadores a menudo ocupan al menos tres marcos o niveles de cognición, a menudo simultáneamente. En primer lugar, la comprensión primaria, de “sentido común”, de sí mismos y su situación dentro de un contexto social amplio; segundo, su identidad y su experiencia como jugador de un juego, con sus propias reglas y patrones de conducta específicos; tercero, su comprensión y comportamiento como personaje de ese juego en particular. Lo importante para Fine, al igual que para Goffman (1986), es que estos marcos no son mutuamente excluyentes, sino que se entienden mejor como niveles de “laminación” entre los que el jugador se desliza a menudo y fácilmente, o que habita simultáneamente. Los videojuegos, por eso, constituyen experiencias incrustadas en el universo fenomenológico de los jugadores y en la forma de narrarlas.

No es sorprendente entonces observar a los jugadores de videojuegos hablando en primera persona al momento de recordar lo que les hicieron o les sucedió en el mundo del juego. Encontramos varios casos de este comportamiento en el documental de Somoza. Por ejemplo, en una sección de la película que está centrada en el miedo, uno de los participantes narra su experiencia con *Dark Souls* (FromSoftware, 2011) y expresa el miedo que tenía de morir en el juego. (4) “No quería morir. Tenía miedo de morir”, dice como si fuera él quien había corrido riesgo de muerte en lugar del personaje que estaba controlando. De igual manera, uno de los entrevistados relata la experiencia que tuvo mientras jugaba *Call of Duty 4: Modern Warfare* (Infinity Ward, 2007):

Y vas en cuatro patas y estás pensando: “¿qué tengo que hacer? ¿tengo que ir al hospital?”. Tu personaje no tiene armas y tú simplemente estás gateando por ahí. Y piensas, “¿qué hago? ¿Cómo puedo sobrevivir a esto?”. Literal-

mente no puedes, simplemente te arrastras y luego mueres y el relato pasa a otro personaje. (Darius, hombre, 28, diseñador de juegos *indie*)

Darius aquí está cambiando constantemente entre la segunda y la primera persona, entre ese “tú” impersonal, recipiente del sujeto activo (ya sea él o cualquier jugador potencial que viviera esa experiencia) y la primera persona en discurso directo, al referirse al proceso mental que atravesó. Ese es otro signo de lo que significa narrar una experiencia. Incluso cuando se introduce algo de distancia, como cuando menciona la existencia de un personaje que él controla, esa distancia se salta rápidamente: “Tu personaje no tiene armas y tú simplemente estás gateando por ahí”. La diferencia que se estableció al principio se diluye antes de terminar.

Cogburn y Silcox (2009), en su análisis de los videojuegos y la filosofía, destacan cómo los jugadores suelen utilizar el pronombre en primera persona del singular, *yo*, al describir las acciones de los personajes del juego. Esto tratan de explicarlo utilizando la idea de Clark y Chalmers (1998) de la “mente extendida”. La tesis sugiere que, como seres humanos, somos expertos en utilizar accesorios para extender nuestro cuerpo y nuestra mente; por ejemplo, usamos lápiz y papel para ayudarnos con los cálculos (Crawford, 2012). Por lo tanto, los objetos externos se convierten en una extensión de nuestros procesos de pensamiento y también de nuestros cuerpos. Este hecho, según Cogburn y Silcox, se puede utilizar para explicar por qué la gente suele referirse a los personajes de los videojuegos como “yo”; porque los videojuegos encajan fácil y rápidamente en nuestros patrones de utilización de accesorios y extensión de la propia persona. Por lo tanto, aunque un videojuego es una experiencia mediada tecnológicamente, como ocurre con muchas otras experiencias, el enfoque siempre está en la construcción de una experiencia vivida, y cómo hablamos de ella apunta a esa conclusión.

Realizar las experiencias

En el capítulo 3 exploramos la importancia de la noción de interactividad para el imaginario social de los videojuegos y el sentido de agencia que proporciona. La interactividad se asocia con los videojuegos, más que con otros productos culturales, debido a que suelen requerir la participación activa de quienes los consumen. Si bien reconocemos que los videojuegos generalmente requieren interacción, o al menos una interacción más profunda que otros tipos de obra, no nos conforma la idea de que los libros, películas, programas de televisión y otros medios solo reproducen esquemas pasivos de consumo y apropiación

cultural. Pero nos alineamos con quienes sostienen que los videojuegos también pueden ser experiencias porque los jugadores por lo general tienen que participar activamente en los mecanismos que los hacen funcionar. Los jugadores son, de hecho, los “efectores” de la experiencia de juego; es decir, son los que la hacen realidad y le dan vida.

Volviendo a Salen y Zimmerman, ellos presentan tres definiciones de “experiencia” tomadas del *American Heritage Dictionary*, y muestran que todas implican la idea de participación activa:

1. La aprehensión de un objeto, pensamiento o emoción a través de los sentidos o la mente;
2. La participación activa en eventos o actividades que conduzcan a conocimientos o habilidades;
3. Un evento o una serie de eventos de los que es posible participar o tener una vivencia directa.

Ellos resumen esta entrada del diccionario afirmando que “la experiencia es participación” (Salen y Zimmerman, 2004: 314), algo que parece ser un abordaje justo. No habría experiencia sin participación activa en los eventos que la brindan. Eso no significa que cuanto más activos estemos en una situación dada más vívida o intensa será la experiencia. Pero un cierto nivel de participación en el proceso es sin duda necesario. Este punto de vista es compartido por muchos de los participantes de nuestra investigación, como Alfred (hombre, 26 años, jugador involucrado y autoidentificado), quien define los videojuegos como “una experiencia interactiva que juegas a través de algún tipo de consola o algún tipo de medio interactivo”. La interactividad es primordial en muchas de las definiciones de nuestros encuestados:

En cierto modo, existe una clase de medios, centrados en la experiencia frente a una pantalla, que necesitan interacción, y en los que esa interacción puede cambiar para ajustarse al flujo de material que viene de la pantalla. (Edward, hombre, 54 años, director de una maestría en desarrollo de videojuegos)

Edward, que está en el negocio de educar a las futuras generaciones de desarrolladores de videojuegos, los define como experiencias mediadas por la tecnología que se cumplen necesariamente a través de la interacción. Al estudiar los videojuegos *Minecraft* (Mojang, 2011) y *Don't Starve* (Klei Entertainment, 2013), Costello define a la experiencia de jugar videojuegos como una experiencia rítmica. Según ella, para poder jugar, el videojugador debe “abrir su atención a los ritmos del juego y modificar su comportamiento para sincronizarse con los ritmos de acción y respuesta que el juego requiere” (Costello, 2016: 4). En este sentido, jugar a un videojuego implica desarrollar una coreografía corporizada, entre el juego y el jugador, que puede

requerir “una interpretación rítmica precisa”, o bien “permitir a los jugadores tener espacio para jugar expresivamente con los ritmos” (Costello, 2016: 4). Siguiendo la metáfora, la experiencia interactiva de los videojuegos podría describirse así como un “groove” rítmico que el jugador “puede sentir dentro o fuera del tiempo, bajo control o fuera de control” (Costello, 2016: 5).

Esta comprensión rítmica de la experiencia del juego podría estar relacionada con el concepto de “flujo” de Mihaly Csikszentmihalyi (1988), tal como varios autores, entre ellos Steve Conway (2010), lo han aplicado a la experiencia de juego. Csikszentmihalyi define el flujo como un estado psicológico profundo en el que entran los participantes mientras se involucran en una actividad desafiante, que requiere habilidad, tiene objetivos claros y algún mecanismo de retroalimentación, implica una fusión de acción y conciencia, una concentración en la tarea en cuestión, una pérdida de la conciencia de sí mismo, la paradoja del control, la transformación del tiempo y la “experiencia autotélica” (Conway, 2010: 45). Sin embargo, aunque el flujo es un estado psicológico internalizado, la construcción de Costello nos resulta más útil porque sitúa la experiencia del juego como articulación, corporización y construcción compartida del ritmo.

Los videojuegos son, entonces, experiencias porque deben tener una actualización o *realización* para asumir una forma concreta, una forma que involucra a los jugadores tanto como al videojuego mismo y la pantalla, a otras personas, al espacio en el que se desarrolla la acción, los controladores, el mobiliario, la iluminación, el sistema de sonido, la conexión a Internet y otros dispositivos, involucra también potenciales interrupciones, experiencias pasadas, manuales, guías, conversaciones, etcétera. Jugar un videojuego es una experiencia en acto, que involucra un escenario, un guion y un puñado de actores coloridos y diversos.

La experiencia en acto o *realizada* es una noción poderosa que ha sido utilizada por los científicos sociales, ya que cubre una gran cantidad de interacciones sociales y alude a premisas ontológicas específicas que, al igual que la teoría actor-red y otras tradiciones postestructuralistas, encontramos útiles para nuestra consideración de los videojuegos como cultura. Para Muriel (2016), la atención de la sociología –y otras disciplinas relacionadas– debería dirigirse a las “mediaciones” que hacen posible la existencia de lo social. Estos son los mecanismos que sustentan y reproducen las realidades sociales de manera activa; es decir, lo social, “se desvanece cuando ya no se realiza” (Latour, 2007: 37). John Law (2004: 161) agrega que la mediación es “el proceso de establecer relaciones entre entidades a las que, como parte de ese proceso, se les da forma”. De ahí que las mediaciones “son entidades y relaciones que no preexisten, sino que se constituyen en el momento en que se lleva a cabo el proceso” (Muriel, 2016: 114), es decir, cuando se realizan. Esto significa que incluso las formaciones sociales más institucionalizadas desaparecerían o colapsarían rápidamente si las mediaciones que permiten su existencia no fueran constantemente reproducidas (o sustituidas por otras mediaciones, que también cambiarían, al menos parcialmente, las características de esas formaciones).

Los videojuegos no son una excepción; para tener emergencia, la experiencia del juego debe realizarse, creando un complejo ensamblaje socio-biotecnológico de diferentes mediaciones.

En su análisis de *Escape from Woomera* (EFW Collective, 2003), un “juego serio” que describe la situación de los refugiados en un centro de detención en Australia, Cindy Poremba lo describe como un ejercicio de traducción a un videojuego de una realidad difícil, a menudo ignorada o activamente oculta.

Además, Poremba explica cómo este tipo de experiencia de juego tiene carácter participativo, además de estar realizada. Poremba afirma que los videojuegos “construyen un sujeto jugador” porque el jugador no es “un observador objetivo sino un participante integrado” (2013: 355). Poremba retrata a este participante como un *efector*. Esto significa que el éxito del videojuego se basa menos en un proceso de inmersión y más en “la elaboración de conocimientos sobre la subjetividad efectiva de los refugiados de Woomera, leída a través de la experiencia de juego corporizada del jugador” (Poremba, 2013: 356). Según Poremba (2013: 357), la *realización* es una interacción situada y puede verse como “un modo diferente de involucramiento con los medios”, que vivifica la situación recreada a través de una experiencia corporizada.

La realidad es siempre una entidad activa, un trabajo en progreso que debe ser realizado continuamente. Después de todo, las realidades “no son seguras, sino que deben practicarse” (Law, 2004: 15) y “ponerse en acto” (Law, 2004: 38). La efectividad es, entonces, fundamental para la comprensión de cómo funcionan los diferentes aspectos de nuestro mundo y una noción central de cualquier experiencia dada, en particular, para aquellas que implican una experiencia corporizada y vivida, como los videojuegos. Entendidos como experiencias, los videojuegos, no son entidades que están ahí fuera, que existen aparte del acto de jugarlos. Por el contrario, ellos también son actores en un sistema que crea la experiencia de juego a través de su realización, con la participación activa de todos los actores, incluidos los jugadores, el *hardware*, el *software*, los periféricos, los espacios físicos y virtuales y muchos otros participantes involucrados en el proceso. Todo esto será de gran relevancia cuando abordemos lo que los videojuegos pueden decirnos sobre la experiencia en nuestra sociedad contemporánea, particularmente en relación con un enfoque post fenomenológico que exploraremos más adelante.

Experiencias corporizadas

En estrecha relación con la noción de realización, diríamos que inseparable de ella, encontramos la *corporización* de los videojuegos. Los videojuegos son necesariamente experiencias corporizadas. Aunque encontramos que a menudo se pone énfasis

en los sistemas tecnológicos o en los procesos cognitivos, la materialidad del cuerpo híbrido y aumentado del videojugador es siempre esencial para la experiencia del juego. La centralidad de las prácticas corporizadas en este caso es algo visible en la definición de Salen y Zimmerman de los videojuegos como experiencia; para ellos, “jugar un juego es experimentarlo: ver, tocar, oír, oler y probar el juego; mover el cuerpo durante el juego, sentir emociones sobre el resultado que se va desarrollando” (Salen y Zimmerman, 2004: 314). El videojuego es entonces una experiencia sensorial, corpórea y emocional que apunta a que el foco no debe estar exclusivamente en lo que sucede en la pantalla sino en el reconocimiento de que los jugadores tienen “una existencia física y corporal”, que hace del acto de jugar fundamentalmente “una experiencia corporizada” (Crawford, 2012: 85).

Parece obvio que, como dice Westcott (2008: 11), nuestro “cuerpo físico siempre está implicado en el juego” de una forma u otra. Además, digamos que la presencia del cuerpo es más explícita que implícita. Crick (2011: 266), por ejemplo, al describir su experiencia de jugar un FPS como *Call of Duty*, menciona que su “ritmo cardíaco se acelera”, su “cuerpo siente oleadas de emoción y sacudidas” y “se inclina intuitivamente hacia la dirección en la que necesita que [su avatar] corra”. Esa también es la razón por la que Elisabeth, una de nuestras entrevistadas, no identificada como jugadora, odia a los FPS: dice que la hacen “saltar”. De hecho, en estos juegos hay una “fuga física continua frente a la pantalla durante el juego” y nuestros cuerpos están constantemente escapando “del enfoque fijo del juego” (Westcott, 2008: 2). Como sostiene Lahti (2003: 163):

Este deseo quizás se ejemplifica mejor que en ninguna otra cosa en los intentos de controlar el mundo del juego de manera más completa con un movimiento corporal acorde. Me refiero a esa experiencia tan común de estirar el brazo hacia adelante, tratar de mirar en las esquinas inclinándonos hacia la izquierda o hacia la derecha, o agacharnos mientras intentamos desesperadamente salvar a nuestro personaje, es decir, a nosotros mismos, de la aniquilación. [...] En este sentido, nuestro placer se basa en difuminar la distinción entre el jugador y el personaje: saltamos, volamos, disparamos, pateamos y corremos cuando en realidad estamos haciendo clic con el *mouse* o tocando el controlador.

Para dar el papel adecuado a la corporización en los videojuegos, necesitamos sortear dos obstáculos teóricos interrelacionados que están fuertemente arraigados en el imaginario colectivo de la cultura occidental: la distinción cartesiana entre cuerpo y mente y las narrativas de la descorporización en el ciberespacio y la realidad virtual. A pesar de las numerosas obras que han desafiado esas disposiciones (por ejemplo, véanse las obras de autores como Featherstone y Burrows, 1995; Turner, 2008; Shilling, 2003; Featherstone, Hepworth y Turner, 1991), todavía existe una tendencia a pensar en términos de un cuerpo material

que es radical y sustancialmente diferente de los procesos simbólicos y cognitivos de la mente, de la misma manera que la idea de espacios “virtuales” y “cibernéticos” a menudo se ve como separada de las topologías y experiencias sensoriales que nuestros cuerpos habitan.

García Selgas (1994: 41) afirma que la “mirada moderna sobre el cuerpo es la que lo separa de la mente” y añade que la “imagen moderna del ser humano por excelencia es la imagen cartesiana del fantasma en la máquina”. El pensamiento de la modernidad y la ilustración se cimentó en la proliferación de dicotomías que de alguna manera, y a pesar de los mejores esfuerzos de los teóricos posmodernos, aún perduran en la creencia popular actual. Dentro/fuera, acción/estructura, material/simbólico, naturaleza/cultura, comunidad/sociedad, sujeto/objeto, tradición/modernidad son algunas de las dicotomías más destacadas que articulan el sustrato epistemológico de la modernidad y, entre ellas, la división cuerpo/mente es importantísima. En consecuencia, García Selgas sugiere utilizar la noción de “personificación” para superar esta dicotomía.

Según García Selgas, la utilización de un concepto como el de corporización nos ayuda a comprender el papel ontológico y metodológico fundamental que juega el cuerpo en la “constitución y el conocimiento de la realidad social” (García Selgas, 1994: 43), de la que se derivan consecuencias como “la ruptura de la oposición sujeto/corporeidad y objeto/mundo, y el reconocimiento de una conexión osmótica entre ellos” (García Selgas, 1994: 82). Así, la corporización pone en tela de juicio las distinciones entre lo material y lo simbólico, el cuerpo y la mente, el sujeto y el objeto. Una perspectiva corporizada se basa en la unificación de esas dualidades, en “el hecho de que la mente y el cuerpo, o la representación y el objeto, son entidades que habitan en dos mundos diferentes, pero son participantes de una sola realidad coextensiva” (Dourish, 2001: 177). En suma, el uso de la corporización como herramienta teórica nos impulsa a repensar nuestra relación con el medio ambiente y coloca al cuerpo en una posición central para revisar la división entre lo corpóreo y lo cognitivo, nos recuerda que experimentamos el mundo a través de nuestros cuerpos, aunque sus capacidades sensoriales y de acción están mediadas socialmente.

Así, los cuerpos no están claramente delimitados (ni limitados) por la piel que los envuelve. Entender que los cuerpos y su agencia “se extienden más allá de la piel en un continuo de procesos sociales y materiales” (García Selgas, 1994: 82) es responder a la pregunta clave que Donna Haraway plantea en su *Manifiesto Cyborg*: “¿Por qué nuestros cuerpos deberían terminar en la piel o incluir en el mejor de los casos, a otros seres encapsulados por la piel?” (Haraway, 2004: 36). Haraway propone una reconfiguración de la identidad a través del cuerpo aumentado, protésico y articulado. Su *Manifiesto Cyborg* concluye con una discusión sobre el papel central que juega la imagería del cuerpo (y sus límites) en la visión del mundo y el lenguaje político. Haraway sostiene que, al convertirse en cyborgs, híbridos, quimeras y mosaicos, los individuos son capaces de modificar los límites de su cuerpo biológico, político y social y, al hacerlo, subvertir los dualismos heredados de la modernidad como mascu-

lino/femenino, mente/cuerpo, blanco/negro, cultura/naturaleza. De esta manera, es posible reconfigurar estos dualismos en el marco de un paisaje posthumanista (Haraway, 2004: 47; Hayles, 1999) y protésico (Preciado, 2002; Preciado, 2013), tal como vimos parcialmente en el capítulo 3 en torno a la noción de agencia. Por lo tanto, este enfoque cyborgiano de los videojuegos hace que “lo virtual y lo físico sean complementarios y no reinos mutuamente excluyentes” (Lahti, 2003: 168).

Superar la dicotomía que separa la mente del cuerpo (y con ella las que retiran lo simbólico de lo material y lo individual de lo social) tiene como consecuencia el cuestionamiento y eventual colapso del otro gran obstáculo para captar plenamente la corporización como eje central de los videojuegos: la comprensión del ciberespacio y de lo virtual como experiencias incorpóreas. Esta idea proviene de las ficciones *cyberpunk* de William Gibson, o al menos está fuertemente influenciada por ellas. Estas son las ficciones que popularizaron la noción del “ciberespacio”, un espacio virtual donde los individuos estaban “conectados” y proyectaban su “conciencia incorpórea en la alucinación consensuada que era la matriz” (Gibson, 2015: 12). Es tentador visualizar los videojuegos como dispositivos de realidad virtual y productores de ciberespacio que nos permiten tener experiencias incorpóreas, completamente inmersos en lo que está sucediendo en la pantalla. (5) Pero, al igual que con las experiencias de realidad virtual, en los videojuegos, a nuestro entender, la “participación del cuerpo físico es un tema primordial” (Ryan, 2001: 52). Cuando los jugadores se involucran con los mundos del juego no dejan atrás sus cuerpos; como sugiere Lahti, “seguimos siendo carne cuando nos convertimos en máquinas” (Lahti, 2003: 169).

Siguiendo el paradigma de la realidad mixta, Hansen (2006: 5) sostiene que “en lugar de concebir lo virtual como un simulacro técnico total”, lo que en la esfera de los videojuegos sería un “mundo de fantasía autónomo”, ese espacio debería ser tratado “simplemente como un reino entre otros al que se puede acceder a través de la percepción o la representación corporizada”. Se trata menos del contenido y más de “los medios de acceso” al mismo. La idea de Newman (2004: 133-134) de los videojuegos como una experiencia corporizada se asemeja a este enfoque. En lugar de identificarse con los personajes, para él, jugar videojuegos tiene que ver con las capacidades, con las cosas que los jugadores pueden hacer y que ofrece el sistema. Se trata de un cuerpo articulado formado por el ensamblaje del jugador, los controladores, el videojuego, el personaje en la pantalla y muchos otros posibles actores sociales, un ensamblaje que es capaz de hacer cosas como saltar, correr, nadar, disparar, y esconderse. De nuevo, se trata más de la funcionalidad y los medios de acceso que de la sustancia y el contenido.

Si consideramos que el cuerpo no es solo un contenedor de carne para los procesos cognitivos superiores, entonces los videojuegos deben entenderse como un “placer corporizado para el jugador” entendido como un cuerpo que necesariamente se “distribuye durante el juego en mundos reales y virtuales a través del *hardware* del videojuego” (Keogh, 2014: 4). Esto significa que la acción del videojuego no solo ocurre en la pantalla, la mente, los sentidos y el espacio en el que se encuentran los

jugadores, sino que es “múltiple y [se encuentra] distribuida en el espacio físico y simulado” (Black, 2015: 19). La experiencia corporizada de los videojuegos es, por lo tanto, la de una relacionalidad *cyborg*, múltiple y promiscua (Walkerdine, 2007: 28).

Con la noción de corporización, queremos reintroducir el cuerpo del videojugador en el análisis; su presencia corporal, material y física que hace posible, en asociación con otros elementos materiales y semióticos, la experiencia de juego. Jugar a un videojuego es una “actividad carnal, sensual y plenamente corporizada” (Crick, 2011: 267) que no se detiene en la frontera de la piel, sino que también se extiende a través de una corporalidad aumentada, híbrida y protésica. La actividad de jugar videojuegos se desarrolla en un cuerpo múltiple y complejo, que le da un nuevo significado al concepto de experiencia corporizada. Alfred puso en palabras esta idea del cuerpo extendido:

Así que no importa qué juego elijas, los [...] controladores son una extensión de mi cuerpo, y al usarlos casi [...] no importa qué juego es o si alguna vez lo jugué. Es una segunda naturaleza para mí.

Para Alfred, los controladores son una segunda naturaleza. La actividad de jugar videojuegos implica esta articulación de tecnología y cuerpo y en este caso queda claramente expresada su naturaleza corporizada, en los controladores que son una parte de su propio cuerpo, en la naturalización de la relación con ellos. No importa qué juego esté jugando Alfred, él establece una continuidad entre su propio cuerpo y la interfaz para hacer posible la interacción. Sin embargo, existen otras formas de ver los videojuegos como una experiencia corporizada, precisamente desnaturalizando la relación entre el jugador y el videojuego, haciendo explícita su naturaleza protésica y articulada. Este es el caso de videojuegos como *Heavy Rain* (Quantic Dream, 2010), que están llenos de *eventos de tiempo rápido*, segmentos del juego en los que el jugador tiene que actuar con el controlador de manera oportuna, siguiendo una secuencia de indicaciones en la pantalla. En este título en particular hay una secuencia en la que el jugador tiene que cambiar el pañal de un bebé. Durante la secuencia (ver Figura 3) se le pide al jugador que realice una serie de acciones con el controlador, presionando botones y moviendo la palanca analógica en el orden y la dirección correctos. Después de cada etapa, si fue cumplida correctamente, el personaje en la pantalla ejecuta movimientos que se asemejan a los de cambiar un pañal. Lo que sucede aquí es que, como resultado de la coreografía particular que tenemos que realizar con el controlador, se produce una interrupción entre las acciones corporales que implicarían cambiar un pañal físicamente y las implicadas en la experiencia de juego. La conciencia que el jugador tiene de las acciones que tiene que realizar a través de la mediación de un controlador y una pantalla, en lugar de ofrecer una “experiencia real” de cambiar un pañal, hace que la acción sea una experiencia de juego en la que se aclara la articulación de cada actor, humano y no humano. En consecuencia, la natu-

raleza corporizada y protésica de los videojuegos se vuelve claramente explícita: para llevar a cabo la experiencia del juego, los cuerpos, los sistemas de juego, las interfaces y los dispositivos de control deben alinearse.



Fig. 3. Cambiando un pañal en *Heavy Rain* (Quantic Dreams, 2010).

Ciertamente, los videojuegos podrían ser parte de lo que Dourish (2001: 102) ha definido como *interacción corporizada*: el término se refiere no solo a lo que indica su sentido literal (una forma de interacción que se encuentra corporizada) sino también a un “enfoque del diseño y análisis de la interacción que toma la corporización como un aspecto central, incluso constitutivo, de todo el fenómeno”. Esto significa que no es posible diseñar un videojuego sin tener en cuenta la corporalidad al jugarlo, y cómo cada interacción con el sistema de juego tiene que pasar por el filtro del cuerpo del jugador. Después de todo, como afirma Dourish (2001: 189), la corporización es “una propiedad de la interacción” y no solo de los sistemas, las tecnologías o los artefactos (y ni siquiera de los cuerpos, deberíamos agregar). Los videojuegos definitivamente pueden entenderse como “un sitio paradigático para producir, imaginar y probar diferentes tipos de relaciones entre el cuerpo y la tecnología en la cultura contemporánea” (Lahti, 2003: 158).

La realidad social como conjunto de experiencias diseñadas

Rules of Play (2004) de Salen y Zimmerman principalmente es un libro sobre el diseño de videojuegos como experiencia, algo que los autores reconocen al afirmar que el diseño de experiencias es “un principio fundamental del diseño de juegos” (Salen y Zimmerman, 2004: 314). Los videojuegos se conciben como experiencias y, además, constituyen el epítome de una tendencia que atraviesa nuestras sociedades: entender lo social como un conjunto de experiencias diseñadas.

Vivimos en una época en la que la producción de experiencias diseñadas es una constante en todos los niveles (social, cultural, económico y político). Los economistas Pine y Gilmore (2011) consideran que a partir de finales del siglo XX surgió un nuevo tipo de economía basada en la producción de experiencias. No solo creen que se trata de una realidad emergente, sino que también la consideran necesaria, ya que el paradigma centrado en la producción de bienes y servicios ya no es viable en el capitalismo tardío. Por lo tanto, el objetivo de su libro es describir y promover esta “nueva economía” que los autores denominan economía de la experiencia, y que se basa en ofrecer experiencias escenificadas a los clientes o (siguiendo a Alvin Toffler, 1981) *prosumidores*, ya que las experiencias se co-crean con ellos, a diferencia de los bienes (economía industrial) y de los servicios (economía de servicios): “en un mundo saturado de bienes y servicios en gran medida indiferenciados, la mayor oportunidad para la creación de valor reside en la experiencia de la puesta en escena” (Pine y Gilmore, 2011: ix). Pine y Gilmore no están diciendo que las experiencias necesariamente sean un nuevo género de producción económica, sino más bien que

tradicionalmente se han mezclado con el sector de servicios y que, para ellos, las experiencias deben desacoplarse de los servicios para abrir las posibilidades de expansión económica (Pine y Gilmore, 2011: xxiv).

Estos autores creen que la proliferación de experiencias escenificadas es la única forma de superar las limitaciones de las ofertas económicas actuales (mercancías, bienes o servicios) para crear nuevo valor agregado. El valor aquí se basa en la experiencia vivida en sí misma, porque a pesar de que la experiencia perece con el final de la actividad que la genera, su valor perdura “como recuerdo, en la memoria de cualquier individuo involucrado en el evento” (Pine y Gilmore, 2011: 18). En sus palabras, mientras que “las mercancías son fungibles, los bienes tangibles y los servicios intangibles, las experiencias son *memorables*” (Pine y Gilmore, 2011: 17). Producir experiencias memorables y atractivas para venderlas y disfrutarlas parece ser una tendencia que siempre ha estado ahí, especialmente en ofertas de entretenimiento como obras de teatro, conciertos, cine; y en las últimas décadas “la cantidad de opciones de entretenimiento se ha disparado para abarcar muchísimas experiencias nuevas” (Pine y Gilmore, 2011: 3).

Según los autores, los inicios de esta evolución se remontan a Disneyland, de Walt Disney, y a los numerosos parques temáticos que han surgido desde entonces. Sin embargo, el rápido desarrollo de las nuevas tecnologías ha fomentado “géneros de experiencia completamente nuevos como los videojuegos, los juegos en línea, las atracciones basadas en el movimiento, las películas en 3-D, los mundos virtuales y la realidad aumentada” (Pine y Gilmore, 2011: 4). Afirmamos que los videojuegos y ensamblajes biotecnológicos similares parecen ser el pináculo de esta nueva codificación de la realidad social en términos de experiencias diseñadas. Andrew Grove (uno de los fundadores de Intel, y de los primeros gurús prominentes de Silicon Valley) anticipó la explosión de la oferta tecnológica a mediados de la década de 1990 en la feria informática COMDEX (una de las exposiciones informáticas más grandes del mundo entre finales de la década de 1970 y principios de la de 2000): “Tenemos que empezar a ver nuestro negocio como algo más que la producción y venta de computadoras personales [es decir, bienes]. Nuestro negocio es dar acceso a la información [es decir, servicios] y brindar experiencias interactivas realistas” (citado en Pine y Gilmore, 2011: 4). No es sorprendente entonces ver cómo las industrias de servicios tradicionales también están volviéndose más experienciales.

Esta tendencia va más allá del mero entretenimiento. Las empresas “ofrecen una experiencia cada vez que involucran a los clientes y se conectan con ellos de una manera personal y memorable” (Pine y Gilmore, 2011: 5). Por ejemplo, “la experiencia de ir a comer muchas veces tiene menos que ver con la comida en sí misma que con su fusión con la comedia, el arte, la historia o la naturaleza” (Pine y Gilmore, 2011: 5). Estos autores mencionan más ejemplos: British Airways no busca transportar personas del punto A al punto B sino brindar una experiencia; The Geek Squad, por su parte, convirtió un servicio corriente

como el asesoramiento técnico relacionado con las computadoras en un formato de encuentros sorprendentes. Sin embargo, más allá de estos ejemplos, no es particularmente difícil encontrar muchos otros campos que se están articulando en menor o mayor grado en términos de experiencia. El turismo y el patrimonio cultural, por ejemplo, son áreas que han sido particularmente permeadas por la puesta en escena y el empaquetamiento de las experiencias.

Una de las formas fundamentales en las que se representa el patrimonio cultural es a través de procesos que recrean y transmiten el conocimiento sobre su historia, incluyendo sentimientos y vivencias. De ese modo vemos a grupos de actores recrear escenas de la vida cotidiana de diferentes períodos de la historia al pie de sitios arqueológicos, un edificio histórico o un monumento. Quienes actúan y quienes observan se involucran en una *performance* cultural que implica construcción de significados (Smith, 2006: 68) a través de la experiencia que crean. También hay sitios patrimoniales que simulan la experiencia de esos universos sociales ahora extintos o en ruinas. Este es el caso de un museo del territorio que gira en torno a la industria del hierro en el País Vasco (Muriel, 2017: 41-43) donde algunos de los espacios sociales más relevantes de la década de 1950 – un dormitorio de clase trabajadora, un aula de clases, una capilla– se reproducen en base a la investigación de su historia. De esta forma, el museo invoca algunas de las referencias más importantes de la época en ámbitos como el trabajo, la educación y la religión. Todo está escenificado exactamente donde todo sucedió, recreando así su existencia social e incluyendo sus construcciones, estéticas, lenguajes, prácticas y objetos. Este universo social se unifica incluso a través de una ruta: “Un día de los años 1950. La ruta de los trabajadores ofrece la posibilidad de viajar en el tiempo y experimentar el universo de las familias obreras de esa época. (6) De esta manera el patrimonio cultural se convierte en algo a ser experimentado, o mejor, en la experiencia en sí misma (Smith, 2006: 47). En esa medida, el patrimonio cultural es, como la mayoría de los videojuegos, una experiencia diseñada y escenificada de situaciones que no hemos tenido la oportunidad de vivir, o que ya no podemos vivir. Hemos encontrado escenarios similares en relación a la cultura de los videojuegos, como los descritos por el director de un museo sobre videojuegos:

Hemos reconstruido el entorno de una típica sala de juegos de la década de 1980, en una sala en la que tienes la sensación de que estás allí realmente. También hemos implementado este diseño en otras salas, en las que mostramos habitaciones hogareñas privadas, salas de estar de los años 1970, una sala de juegos de los años 1980 y una sala de estar de los años 1990, que representan también hitos importantes en la cultura de los videojuegos. Los visitantes pueden entrar en estas salas y usar las consolas y las computadoras originales. (Emmet, hombre, 48 años)

Vemos que incluso el acto de jugar videojuegos como se jugaban en el pasado se ha convertido en una experiencia; la creciente popularidad e importancia del llamado *retrogaming* es una prueba más de esta tendencia (Heineman, 2014).

De la misma manera, estamos inundados de productos turísticos estilo “experiencias en paquete”, productos en general orientados a buscadores de emociones, *gourmets*, *sommeliers*, atletas, *connoisseurs* y hedonistas (por ejemplo, ver Bagnall *et al.*, 2015). Esta tendencia actual está llegando a otros aspectos de la realidad social como las relaciones sociales (las interacciones sociales se traducen en la acumulación, la exhibición y la producción de experiencias en redes sociales, *apps* de citas, etc.), la política (el involucramiento de los ciudadanos en experiencias de acción participativa), la democracia (a través de procesos de votación en línea y las discusiones alrededor de la redacción de documentos, las asambleas de vecinos, el activismo en redes sociales) y el trabajo (a través de métodos de ludificación como los que vimos en el capítulo 2: como era de esperar, los entornos de trabajo de empresas como Google, Facebook y Apple son ejemplos paradigmáticos).

Sin embargo, desde nuestro punto de vista, la máxima expresión de este proceso tiene lugar en los videojuegos. En particular, Crawford (2015) sostiene que los videojuegos son entornos “temáticos”: son como parques temáticos, en el sentido de “no lugares” (Augé, 1995). Los no lugares son espacios que en sí mismos carecen de historia e identidad: el aeropuerto, la estación de servicio a la vera de una autopista, el megasupermercado... son estos tipos de sitio los que suelen volverse “temáticos”. Como escribe Crawford (2015), “un tema, identidad o marca se impone sobre una página en blanco para crear una *experiencia* de consumo emocionante y espectacular” (énfasis agregado). Es decir, al igual que un parque temático sin un tema es simplemente un parque, los videojuegos están en su nivel más básico hechos de código y motores de juego, a menudo tomados de otros juegos, a los que luego se les da una aparente identidad única mediante la aplicación de “temas”. Como argumenta Aarseth (2007: 163), “los juegos de computadora son tanto representaciones del espacio (un sistema formal de relaciones) como espacios de representación (imágenes simbólicas con un propósito principalmente estético)”. Para ser exactos, los videojuegos son sistemas formales basados en reglas y código, pero también son entornos de representación que están ahí para que el jugador los explore y experimente. Esto, según Crawford (2015), se puede ver notablemente en los videojuegos temáticos deportivos, que le ofrecen al jugador la oportunidad de visitar y jugar en lugares clave de la cultura global de los deportes. Como escribe Leonard (2006: 396) “el atractivo de estos juegos radica en la posibilidad de jugar en Pebble Beach o Wimbledon. El aspecto turístico o colonialista de la realidad virtual está en el centro de este género de juegos deportivos” (2006: 396).

Por supuesto que la idea de una experiencia temática también podría aplicarse a experiencias negativas, por ejemplo a las agencias de cobranza que usan técnicas de humillación para cobrar deudas, con las que recrean una experiencia kafkiana. En España existe una empresa, El Cobrador del Frac, que envía a hombres vestidos “como extras de una película de Fred Astaire de

los años 30 para humillar a los deudores y empujarlos a pagar” (Webb, 2008). Se podría decir que el ejercicio de jugar ciertos títulos, como *This War of Mine* (11 bit studios, 2014), no siempre puede concebirse como una experiencia “placentera”. Joanna Cuttell (2017) explora las formas en que ciertos juegos, o elementos de un juego, como la muerte de la hija del protagonista durante las secuencias iniciales de *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013), giran en torno al trauma; tanto en el juego como para los jugadores que lo experimentan.

Así es que todo tipo de prácticas se están convirtiendo en experiencias escenificadas como “jugables”. La escenificación tiene por eso un papel central en la creación de experiencias. A principios de la década de 1970, MacCannell acuñó el concepto de *autenticidad escenificada* para aludir a un tipo de experiencia que se “produce mediante el uso de un nuevo tipo de espacio social que se está abriendo en todas partes en nuestra sociedad” (MacCannell, 1973: 596). Ese espacio social es una trastienda escenificada, que les ofrece a los visitantes la posibilidad de “ver detalles del funcionamiento interno de una institución comercial, doméstica, industrial o pública” (MacCannell, 1973: 596). Estos escenarios crean una experiencia de autenticidad que, de alguna manera, subvierte la dicotomía frente/trastienda de Goffman (1956) al permitir que los participantes se muevan por espacios diseñados para parecer zonas reservadas, o directamente les permite echar un vistazo a las áreas reservadas de situaciones sociales reales (MacCannell 1973: 598). La escenificación posibilita así la creación de experiencias.

Tres décadas más tarde, MacCannell revisa el concepto de autenticidad escenificada y llega a la conclusión de que esas formas culturales diseñadas para el turismo (como vimos anteriormente, el turismo fue una de las primeras áreas en las que fue posible vender experiencias a gran escala) se están extendiendo “a todos los demás sectores de la sociedad”, y añade que la experiencia turística organizada “es la versión *beta* de la cultura mundial emergente” (MacCannell, 2011: 13). El hecho de que MacCannell utilice un símil (la versión beta o versión de prueba) procedente del desarrollo de *software*, y particularmente popular en los videojuegos, es importante aquí: todas estas experiencias diseñadas deben probarse antes de su lanzamiento, algo que insinúa que la cultura de los videojuegos en realidad no es más que la versión de prueba, la versión beta, de esta cultura emergente.

En ese sentido, no sorprende que Pine y Gilmore consideren que una película con temática de videojuegos como *The Game* (Fincher, 1997) representa “la orquestación ideal, definitiva e intrincada de experiencias: una puesta en escena de acontecimientos profundos, convincentes, integrados, atractivos y memorables” (Pine y Gilmore, 2011: 65). Otras películas como *ExistenZ* (Cronenberg, 1999), *Thirteenth Floor* (Rusnak, 1999) o la trilogía *Matrix* (Wachowski y Wachowski, 1999-2003), junto con algunas obras para televisión como *Westworld* (Nolan y Joy, 2016) o *Black Mirror* (Brooker, 2011-hasta la fecha), profundizan en esta idea de que la “experiencia de diseño” definitiva es un videojuego, o al menos algo muy parecido a un videojuego. En el

siglo XXI, los videojuegos se han convertido en el prototipo de la realidad social entendida como un conjunto de experiencias diseñadas.

Por lo tanto, nuestra hipótesis es que los videojuegos están a la vanguardia de esta tendencia que apunta a una sociedad muy similar a la que había sido anticipada por los teóricos posmodernos. El caso más notable es el ensayo de Jean Baudrillard (1994: 1-42), “La precesión de los simulacros”. Aquí Baudrillard explora la noción de lo hiperreal, es decir la sustitución de lo real por modelos de lo real. Igualmente se puede ver que los videojuegos nos hacen vislumbrar una realidad social sin más referente, origen o sustancia que su propia experiencia diseñada. Aunque el enfoque de Baudrillard es muy crítico con estas tendencias, nosotros estamos lejos de afirmar que los videojuegos sean “meros” sustitutos de las *experiencias de la vida real*. Los videojuegos son experiencias plenas, dotadas de capacidades transformadoras; son sensoriales y emocionales y se basan en situaciones de la vida que no podríamos experimentar de otra manera, un punto que exploramos más a fondo en el siguiente capítulo, donde tratamos temas relacionados con la empatía y la identificación.

Se puede argumentar que muchos videojuegos presentan ejemplos clave de autenticidad escenificada. Por ejemplo, ya hemos visto anteriormente que los desarrolladores de juegos como *Gone Home* (Fulbright, 2013), *This War of Mine* (11 bit studios, 2014) y *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) se han basado en experiencias de la vida real para tratar de crear (escenificar) una experiencia de juego “lo más auténtica posible”. Como escribe Julian Stallabrass (1996: 102), “muchos juegos toman la forma de una exploración turística, que se recopila, combina y empaqueta como entretenimiento, inevitablemente con un fuerte sabor a pastiche, al igual que ocurre con la explotación de temas del ‘patrimonio’”. Este es un punto importante, planteado aquí por Stallabrass, y que vuelve a las ideas de Baudrillard (1994) sobre la hiperrealidad. Aunque en un nivel determinado los videojuegos buscan representar una experiencia auténtica, la autenticidad siempre se mezcla con lo irreal y pierde nitidez. En este sentido hay que leer la introducción de elementos más propiamente lúdicos, como los indicadores de HUD (7) (que aparecen junto a las imágenes de un personaje en *This War of Mine*, indicando sus niveles de salud, hambre, fatiga y otros factores) y también la irrealidad que el jugador experimenta en estos entornos, no de primera mano, sino a través de la mediación del videojuego. Por eso Crawford (2015), basándose en el trabajo de Feifer (1985), afirma que es posible concebir al jugador de videojuegos como un “posturista” que acepta la inautenticidad escenificada de ciertos elementos junto a lo “real” de la experiencia. Como dice Julier (2014: 167):

El diseño orientado al posturismo debe implicar una gran medida de artificio autoconsciente. Se pueden simular situaciones, eventos o lugares. Al mismo tiempo, este engaño es deliberadamente incompleto. No tiene mucho sentido fingir que lo que se está presentando es “lo real”.

Según nuestro punto de vista, este giro hacia una sociedad entendida como un conjunto de experiencias diseñadas es más evidente en los videojuegos. Pine y Gilmore recuerdan a sus lectores que “la escenificación de las experiencias no busca entretener a los clientes; busca involucrarlos” (Pine y Gilmore, 2011: 45). No es raro leer en los manuales de diseño de juegos que un diseñador de videojuegos debe saber cómo traducir “las complejidades formales de las reglas en una experiencia de juego atractiva” (Salen y Zimmerman, 2004: 330). Eso es lo que se supone que son los videojuegos: experiencias diseñadas y atractivas, necesariamente realizadas. Es en la articulación de estas experiencias en las que participamos todos, humanos y no humanos, allí donde se ensamblan los temas relacionados con la agencia, el poder, la libertad, la identidad, la formación comunitaria, la cultura y la vida cotidiana.

Los videojuegos y el enfoque post fenomenológico de la experiencia

Nuestra hipótesis es que los videojuegos, siendo artefactos culturales que participan activamente en el proceso de rediseñar la realidad social como un conjunto de experiencias escenificadas, pueden arrojar luz sobre la noción misma de experiencia en la sociedad contemporánea. Dos ejes principales, en la forma de dos paradojas interrelacionadas, sustentan el sustrato teórico de las experiencias: primero, las experiencias como personales y colectivas, y segundo, las experiencias como realidades post fenomenológicas.

Experiencia como algo único y al mismo tiempo compartido

En la introducción a su libro *Frame Analysis: An Organization of Experience*, y basándose en una tradición de filósofos fenomenólogos, Erving Goffman afirma que su objetivo es comprender “la estructura de la experiencia que los individuos tienen en cualquier momento de su vida social” (Goffman, 1986: 13). Este abordaje implica sostener que las experiencias, aunque puedan considerarse como individuales, en realidad están estructuradas socialmente. En la teoría de Goffman, los marcos son

los elementos básicos que median y definen una situación que “se construye de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos, al menos los de naturaleza social, tanto como nuestra participación subjetiva en ellos” (Goffman, 1986: 11-12). Los marcos constituyen, entonces, los utensilios sociales –normas, reglas, roles, expectativas– que “están disponibles para que los actores le den sentido a cualquier situación o encuentro dado” (Crawford, 2012: 27). Independientemente de sus limitaciones, la noción de marco puede ser un punto de partida muy útil para comprender la articulación de las dos caras de las experiencias, que son individuales y personales, pero también están mediadas socialmente.

También creemos que el trabajo del sociólogo francés François Dubet sobre la sociología de la experiencia es un aporte valioso aquí. En particular, Dubet (2010: 86) define a “la experiencia como una combinación de racionalidades de acción”, y así aborda el dilema acción-estructura que ha perseguido a la sociología desde sus orígenes. Antes de desarrollar su propuesta, Dubet ofrece una definición de la noción ordinaria de experiencia, que invoca dos fenómenos contradictorios.

En primer lugar, describe la experiencia como algo que siente el individuo, como una forma de incorporar el mundo. Esto resulta en que los actores sociales “sean invadidos por un estado emocional lo suficientemente intenso como para hacerlos sentir, mientras descubren su propia subjetividad personal, que no tienen el control de sí mismos” (Dubet, 2010: 86). Por un lado, la experiencia se presenta como “verdaderamente individual” y, por el otro, como “la superposición de la sociedad y la conciencia individual” (Dubet, 2010: 86). En consecuencia, este proceso de absorber el mundo a través de los sentidos es tanto personal como social. Lo que vivimos forma parte de nuestra comprensión fenomenológica de la realidad, pero esta comprensión también está mediada socialmente por otros actores que han participado (de forma cercana o distante en el tiempo o en el espacio) en el surgimiento de esa experiencia.

En segundo lugar, al menos una consecuencia se sigue de este primer fenómeno: que la experiencia social no solo es una forma de incorporar la realidad a través de sentimientos y emociones, sino que también es “un modo de construir el mundo” (Dubet, 2010: 86). La experiencia es, por lo tanto, algo que también se vuelca en lo social, una herramienta con la que definir la realidad. En ambos casos, la tensión en el concepto es palpable. Las experiencias son únicas, personales y excepcionales pero, al mismo tiempo, son compartidas, colectivas y rutinarias.

La tensión que encontramos en la idea de la experiencia como individual y colectiva es obvia en la teoría de Dubet. Al igual que la noción de marcos, la experiencia no es la expresión de un sujeto puro, ya sea que la entendamos como el proceso de asimilación de lo que nos rodea o como el flujo emocional que nace en el individuo y se proyecta al mundo, ya que se construye socialmente y es capaz de identificar situaciones rebuscando “en el acervo cultural disponible” (Dubet, 2010: 93). Incluso si la experiencia es a menudo puramente individual, solo existe cuando es reconocida, compartida y confirmada por otros.

Esta es la temática que explora el documental *Memorias: más allá del juego* de Somoza. Los testimonios y la edición ayudan a que se formen experiencias compartidas, que buscan evocar en el espectador las mismas emociones que se narran en la pantalla y disparar sus recuerdos de jugar ese juego o algún juego similar:

Quiero que la gente se identifique no solo diciendo “vaya, he tenido exactamente esa experiencia”, sino también viviendo un momento similar en el mismo juego o en un juego parecido.

Las experiencias se comparten, se comparan colectivamente, se contrastan y se conectan con otras experiencias. En uno de los capítulos del documental, centrado en los sustos, al menos cinco participantes diferentes mencionan una experiencia espantosa en el videojuego *Resident Evil* (Capcom, 1996): un momento del juego en el que dos perros irrumpen a través de las ventanas en un pasillo estrecho y (comúnmente) aterrizan al jugador. Al intercambiar comentarios al respecto, estos jugadores están moldeando colectivamente la experiencia que ya habían tenido individualmente, y que se convierte en el “momento de perros malos de *Resident Evil*”, transformando su propia experiencia y la de quienes ven la película, y mediatizando también las experiencias de quienes jugarán el videojuego en el futuro. La experiencia no es un mero evento fenomenológico único; está en continua transformación.

Journey (Thatgamecompany, 2012) encapsula perfectamente esta paradoja. Descrito como “una experiencia única” y “muy personal” por algunos de nuestros entrevistados, *Journey* también puede leerse como una poderosa experiencia compartida. El juego se basa en una idea muy simple: el jugador tiene que llegar a una montaña lejana, atravesando un desierto. Es la historia de un viaje, como era de esperar; un viaje que se puede hacer en soledad pero también, si se juega en línea, el jugador puede encontrarse con jugadores con quienes hacer juntos el resto de la ruta, o una parte de ella. Los jugadores pueden ayudarse entre sí durante el viaje, pero no hay comunicación directa entre ellos, ni vocal ni por texto; solo pueden emitir un sonido. Esto crea la experiencia particular de un viaje muy personal pero, al mismo tiempo, ampliamente susceptible a moldearse a través de la experiencia de otros jugadores:

Creo que hubo mucho involucramiento en el juego porque, cuando lo juegas en línea, es posible que te encuentres con personas que también están jugando, porque todos están en un mismo mundo. Entonces me encontré con alguien que terminó pasando la mitad del viaje conmigo hasta casi el final, pero tuvo que cerrar la sesión y se

desconectó. En ese momento me sentí un poco triste, como diciendo, “ooohhh, se ha ido”. (Zelda, mujer, 25 años, jugadora autoidentificada e involucrada)

Incluso un videojuego que está diseñado para ser una experiencia profundamente íntima puede transformarse fácilmente en una experiencia compartida cuando lo jugamos. Este es un ejemplo de lo que Dubet, como vimos anteriormente, entiende por experiencia: la combinación paradójica de los procesos más internos e individuales con los aspectos estructurales más amplios de la acción colectiva. La cultura participativa que analizamos en el capítulo 3 nos brinda una buena forma de entender esta contradicción constitutiva de la experiencia. Por ejemplo, la comunidad de jugadores a menudo produce wikis de videojuegos específicos. Estas wikis son producto de una colaboración colectiva entre actores repartidos por todo el mundo. Una de las principales características que tienen es que potencialmente cualquiera puede participar en su elaboración; es un trabajo grupal, horizontal y colaborativo. Para ilustrar el punto, echemos un vistazo con más detalle a una wiki de *Bloodborne* (FromSoftware, 2015). (8)

FromSoftware es una empresa japonesa que ha sido parte de la industria de los videojuegos durante los últimos veinte años. Últimamente, ha sido muy conocida por la aclamada serie *Dark Souls*, elogiada por su diseño narrativo, su universo y su mecánica poco común, y muy creativa. *Dark Souls*, parte esencial del proyecto de la compañía, también es famosa por su desafiante dificultad. *Bloodborne* (ver Figura 5) es otro juego de FromSoftware que, aunque no forma parte del universo *Dark Souls* y tiene sus propias innovaciones mecánicas y estéticas, comparte con la serie muchas de las características que la han hecho tan celebrada, entre ellas su desalentadora dificultad y su narración ambiental (y a veces bastante críptica).

Jugar *Bloodborne* puede ser bastante frustrante, ya que el juego no es muy explícito sobre su narrativa ni sobre lo que comúnmente se conoce como la “mitología” del universo. El jugador tiene que estar muy atento a cada conversación, objeto, descripción o detalle del entorno. Incluso si se mantiene atento, probablemente se perderá una parte importante de la historia y la riqueza del mundo que tiene por delante. Para aliviar parcialmente ese déficit, las wikis de *Bloodborne* (Figura 4) ofrecen un relato detallado de los diferentes personajes, enemigos, lugares, armas y objetos, de la historia y la mitología que habita el universo, algo que puede ayudar al jugador a reconstruir los elementos de la narrativa que se les está contando, discursivamente y por otros medios. También en este caso la experiencia del jugador, siempre parcial y única en principio, se ve modificada colectivamente por la acción de la comunidad que juega el mismo videojuego.



Fig. 4. Un *Bloodborne* (FromSoftware, 2015) wiki (FANDOM Games Community).



Fig. 5. Captura de pantalla de *Bloodborne* (FromSoftware, 2015).

De manera similar, para tener una mejor oportunidad de progresar en el juego, es de suma importancia subir de nivel adecuadamente a tu personaje, sabiendo en qué categorías el jugador debe invertir los “ecos de sangre” (una especie de moneda en *Bloodborne*, que solo se puede adquirir derrotando enemigos). (9) Una vez más, el juego es deliberadamente abstruso en

este asunto, y deja al jugador en ascuas respecto de qué configuración podría funcionar mejor. Por eso las wikis son útiles, ya que contienen compilaciones (diferentes combinaciones de categorías que favorecen clases y estilos de juego específicos) basadas en las experiencias de diversas personas y en lo que les ha funcionado mejor. Así el jugador puede modificar sus propias categorías siguiendo sus consejos y, al hacerlo, fusionar ambas experiencias (la individual y la comunitaria). Los jefes (enemigos grandes y terriblemente difíciles) caen en la misma lógica, y nuevamente las wikis son útiles al sugerirnos una lista de sus debilidades, diferentes estrategias para derrotarlos e incluso enlaces a videos donde otros jugadores muestran cómo lo lograron. Aquí existe una superposición de experiencias que mediatizan estos encuentros con los jefes. Algunos de nuestros entrevistados mencionaron dinámicas similares:

Creo que cualquier juego puede unir a la gente, siempre que suficiente gente lo juegue. Con los juegos monojugador puede ser más difícil, pero igual se pueden compartir las experiencias. Se puede teorizar sobre lo que pasa en el juego o, tal vez, por ejemplo en *Legend of Zelda* (juego monojugador en casi su totalidad), compartir estrategias y guías, hablar sobre la historia del juego, sus relaciones con otros juegos, cómo entra en una línea de tiempo, la aparición de cada juego, etcétera. (Carl, 28, varón, jugador autoidentificado)

Por lo tanto, cuando los jugadores *vuelcan* sus experiencias en una wiki (o en un foro, una red social, una sección de comentarios, un video de YouTube, un sitio web, una reseña, una conversación cara a cara, etc.), están trocando sus experiencias particulares en experiencias globales; en un sentido similar, cuando recuperan las experiencias acumuladas colectivamente por otros jugadores, están moldeando sus experiencias específicas de acuerdo con ese conjunto de múltiples capas de sucesos diferentes. Aquí es donde es posible ver la naturaleza socialmente estructurada de la experiencia que describe Goffman en su trabajo. En este sentido, las experiencias son puntos de encuentro más que acontecimientos individuales.

La experiencia como realidad post fenomenológica

En una tarde nublada, uno de los autores de este libro estaba jugando *Call of Cthulhu: Dark Corners of the Earth* (Headfirst Productions, 2005) en su PC. En algún momento, comenzó a sentir problemas con la velocidad de los *frames*. Todo estaba un poco torpe, daba mucho esfuerzo usar el *mouse* para controlar la cámara del juego. Incluso su pareja, que estaba detrás de él en el sofá, empezó a enfadarse con los movimientos erráticos que hacía con el *mouse* y le gritó: “¿Qué diablos estás haciendo?”. Al principio la falla era soportable, pero al final el jugador empezó a ponerse nervioso: “¡Es imposible jugar!”. Su mente pasó

frenéticamente por diferentes posibilidades y ninguna de ellas parecía prometedora: “¿Tengo que desconectarme y reiniciarlo? ¿Es otro error de este maldito juego? ¿Tengo que volver a bajarle la calidad para que funcione correctamente?”. Al final se dio cuenta de que no era un problema del juego sino de las baterías recargables del *mouse* inalámbrico, que estaban descargadas. Esa era la razón por la que no podía jugar correctamente: una mediación disruptiva (baterías descargadas) que rompía la alineación de otras mediaciones, desnaturalizando el juego totalmente (el *mouse* no responde, surgen dificultades de control, movimientos corporales que no coinciden con las intenciones del jugador, la cámara del juego moviéndose incontrolablemente, factores externos que pesan en la experiencia del juego, etc.).

En este ejemplo, el jugador estaba percibiendo el juego a través de sus sentidos. Sin embargo, la experiencia se corporizó en una *performance* particular, magnificada por la forma en que tuvo que mover el *mouse* hacia arriba y abajo en lugar de deslizarlo sobre la superficie, golpeándolo repetidamente fuera de la mesa. Eso hizo emerger otros elementos involucrados en la experiencia, haciéndolos explícitos. Había un sistema de entradas y salidas, como ser los periféricos (*mouse*, teclado), el hardware (la computadora, la pantalla, la tarjeta gráfica, la configuración del wifi, las baterías) y el *software* (el videojuego, el sistema operativo, los controladores). Además, todo sucedía dentro de un espacio determinado, un espacio social, donde la experiencia se podía alterar en cualquier momento, según se comportaran todos estos agentes en relación con la actividad del jugador: la pareja del jugador, la televisión encendida de fondo, el sonido de la heladera, los vecinos ruidosos, las luces de la calle que entran por las ventanas, etcétera. También se invocaron experiencias pasadas, problemas previos con el juego que habían obligado al jugador a buscar ayuda en Internet. Este simple hecho reveló así las complejidades que acechan detrás de la articulación de una experiencia de juego, explicitándola como una realidad anidada social y físicamente.

Cuando exploramos el carácter realizado y corporizado de los videojuegos, habíamos identificado una serie de actores (humanos y no) que formaban parte de la realización. Esa coreografía social conjunta nos recuerda que todo lo que experimentamos en un momento dado está mediado por distintos factores que ocupan el mismo espacio y tiempo en el que se desarrolla la experiencia (otros jugadores o personas en la sala, la distribución del espacio, la guía de juego, la historia, la mecánica, las entradas y salidas, los controladores, el entorno, los sonidos, los objetos o los animales que pueden interferir, etc.) junto con otros factores que pueden estar actuando a distancia (expectativas, juegos anteriores, otras personas que juegan en línea, lo que vimos, escuchamos o leemos sobre el juego: reseñas, comentarios recibidos *online* y *offline*, videos de juego en YouTube o Twitch, anuncios, guías, tutoriales, etc.). Todo esto también resulta de la paradoja de la experiencia como única y compartida. Estamos entrando en un escenario social *post* fenomenológico.

Todo enfoque fenomenológico, desde las humanidades hasta las ciencias sociales, pone a la *experiencia* en el centro de su análisis. Sin embargo, las tradiciones más clásicas de la fenomenología suelen enmarcarse en un enfoque subjetivista y humanista. Para este enfoque, el ser humano es el experimentador privilegiado del mundo. Esto generalmente incluye un sentido de la corporización como factor importante en la actividad experiencial, así como una cierta interrelación orgánica con el entorno, pero el fenómeno (etimológicamente “lo que aparece o se ve”) siempre parece residir principalmente en el individuo que interpreta la realidad a través de sus sentidos, o se hace representaciones de ella. La post fenomenología lleva la experiencia a un nuevo nivel ontológico, propio de las condiciones del siglo XXI.

Según Don Ihde (2009: 23), la post fenomenología es “una fenomenología híbrida, modificada”. Este híbrido se sustenta en los aspectos cruciales de tres desarrollos filosóficos distintos: el pragmatismo, la fenomenología y la filosofía de la técnica. El autor considera que estos tres desarrollos son, en verdad, pasos clave *hacia* la post fenomenología. Desde el pragmatismo, la post fenomenología toma “el camino para evitar los problemas y malentendidos de la fenomenología entendida como filosofía subjetivista”. De la fenomenología en sí misma recibe un “estilo riguroso de análisis”, que incluye el uso de la corporización y la noción de “mundo de la vida” (Ihde, 2009: 11-19). Finalmente, el surgimiento de una filosofía de la técnica le ofrece a la post fenomenología un “giro empírico” (Ihde, 2009: 20-23), que entiende a las tecnologías como culturas materiales multidimensionales dentro de ese mundo de la vida, lo que en los estudios de ciencia y tecnología contemporáneos se conoce como *tecnociencia* (Haraway, 2004: 240-246).

De esta forma se genera un marco teórico que considera a la experiencia como un proceso complejo, que conlleva una ruptura epistemológica (la implosión antes mencionada de distinciones dicotómicas como sujeto/objeto, cuerpo/mente, externo/interno), una ontología intervincular (el experimentador humano y el mundo se intervinculan de manera que “ambos se transforman dentro de esta vincularidad” [Ihde, 2009: 23]) y una dispersión del fenómeno (la articulación del cuerpo, la tecnología, la percepción y otros elementos variados). Así, la post fenomenología ayuda a descentrar la agencia humana como la fuerza fundamental (o única) que experimenta y transforma el mundo, y a resituar nuestra comprensión de la experiencia como la articulación de los diferentes elementos que tienen un rol en su construcción. En resumen, lo que experimentamos no se basa únicamente en lo que sentimos, vemos e interpretamos, sino que está mediado por múltiples factores externos e internos.

Una experiencia de juego es entonces un acontecimiento en el que se unen sujetos humanos, un conjunto de tecnologías y una práctica tecnocultural, un acontecimiento que “enfatisa la dinámica entre los diferentes elementos concursantes: entidades que se unen, cadenas materiales y estéticas de causa-efecto o retroalimentación” (Giddings, 2009: 149). Como vimos

al comentar la experiencia problemática con *Dark Corners of the Earth* y las baterías descargadas, la idea de los videojuegos como experiencia solo puede “ser abordada adecuadamente si reconocemos la unión de partes heterogéneas como participantes” (Giddings, 2009: 150). En este sentido, la post fenomenología ofrece un marco útil para comprender “no la forma en que los sujetos humanos cambian su mundo a través de la tecnología, sino la forma en que los humanos, sus mundos y las tecnologías son partes necesarias que interactúan unas con otras” (Keogh, 2014: 13). La noción de realidad social como articulación de elementos heterogéneos resuena continuamente en este enfoque post fenomenológico:

Si para Durkheim, tal como lo define en sus *Reglas del método sociológico*, “la primera y más básica regla es considerar los hechos sociales como cosas” (1986: 53), aquí lo social no es una sustancia sino el producto, siempre contingente y en continua reproducción, de la articulación de distintos ingredientes: actores, asociaciones, procesos, prácticas, etc. La atención se centra en los movimientos, desplazamientos y transformaciones a través de los que se hace y deshace lo social, lo que nos permite explicar y observar la aparición de formaciones, estructuras, instituciones, relaciones y agentes sociales. (Muriel, 2016: 124)

Rara vez el lector encontrará un producto cultural, una realidad social o un fenómeno como los videojuegos y su cultura, una ventana abierta a tantos aspectos de la sociedad contemporánea. Los videojuegos claramente nos ayudan a comprender cómo se construye (y co-construye) la experiencia en nuestro entorno social actual.

Conclusiones

En este capítulo hemos explorado la idea de los videojuegos como experiencia y, más específicamente, como una experiencia corporizada y colectiva. Esta noción es fundamental para comprender otros aspectos de los videojuegos, que analizaremos en los capítulos restantes, como la empatía, la identificación, la identidad y la comunidad. En particular la noción de experiencia informa y determina estos conceptos de manera fundamental. A fin de cuentas, si quisiéramos identificar el elemento crucial en cualquier definición de los videojuegos, incluso alguna de las más elementales, sería la idea de los videojuegos como *experiencias diseñadas*, mediadas por algún tipo de tecnología digital interactiva. Esto nos lleva a reconocer al menos seis formas

en las que los videojuegos se pueden asociar con la experiencia, algo que nos ayuda a evaluar los matices de la experiencia en la sociedad contemporánea.

Para empezar, los videojuegos pueden verse como traducciones de experiencias (reales o imaginarias). Los desarrolladores a menudo se esfuerzan por investigar temas específicos para traducir las experiencias personales o sociales de otros en una experiencia de juego. Los videojuegos en este sentido son experiencias, mediadas tecnológicamente, de experiencias de otros. En segundo lugar, vemos los videojuegos como experiencias porque, con frecuencia, los actores sociales narran sus encuentros con los videojuegos como lo harían con otras experiencias como un viaje, una anécdota, una fiesta, un problema en casa o en el trabajo, un paseo, etcétera. Son parte del *suelo común de experiencias* de la vida cotidiana. En tercer lugar, la naturaleza interactiva de los videojuegos los califica como experiencias, ya que deben realizarse (deben ser jugados efectivamente) para existir. Esta actualización o realización requiere la participación de diferentes actores a los que se les exige realizar una coreografía social que dé vida a la experiencia. Cuarto, los videojuegos son experiencias corporizadas. Sin embargo, lo que los videojuegos ayudan a visibilizar de manera explícita es que la corporización, en nuestras sociedades contemporáneas, nos plantea un cuerpo experiencial mixto, articulado, protésico y *cyborg*. En quinto lugar, los videojuegos conectan con una tendencia social más amplia, a la que también lideran: la comprensión de la realidad social como un conjunto de experiencias diseñadas. Lo real, al menos en términos sociológicos, se está convirtiendo progresivamente en un repositorio de experiencias mediadas tecnológicamente, y la lógica de los videojuegos se está anticipando a este proceso. De ahí que, finalmente, los videojuegos nos ayuden a analizar la naturaleza contemporánea de la experiencia, al desplegar sus principales paradojas constitutivas: las experiencias son a la vez únicas, personales, contingentes y compartidas, colectivas y estructurales; las experiencias no son solo fenómenos, sino que también están hechas de aquellos elementos heterogéneos que hacen emerger los fenómenos. En resumen, los videojuegos son experiencias corporizadas, realizadas y post fenomenológicas, que están a la vanguardia y en la base de impulso de muchos cambios profundos y continuos en nuestras sociedades.

1- <http://famacollection.org/eng/fama-collection/fama-original-projects/10/> [Última consulta: 14/04/2023].

2- Puede verse aquí: https://www.youtube.com/playlist?list=PL6th9XqkDC19K_eSPbcVvV4VL9fTa-TH [Última consulta: 14/04/2023].

3- Esta distinción tiene aquí una naturaleza más analítica que empírica, desde el momento en que los videojuegos desde luego son parte de la vida cotidiana "real".

4- La serie *Dark Souls* es conocida por ser implacablemente punitiva en su manera de penalizar la muerte del personaje-jugador.

5- En el capítulo 5, cuestionamos la idea de los videojuegos como un espacio radicalmente "otro", en el que los jugadores pueden perderse, o al que pueden escapar.

6- <http://lenbur.com/es/rutas/ruta-obrera/> [Última consulta: 18/04/2023]

7- HUD, iniciales de *Head-Up Display*, es un tipo de interface visual que consiste de una pantalla transparente frente a los ojos del usuario. En sus comienzos estos dispositivos aparecieron en el ámbito de la aviación, pero hoy en día se los representa en muchos videojuegos, particularmente del género *First Person Shooter*.

8- http://bloodborne.wikia.com/wiki/Bloodborne_Wiki [Última consulta: 18/04/2023].

9- Debemos agregar que son tan valiosas porque si en algún momento el personaje del jugador es derrotado por un enemigo, pierde todos sus ecos de sangre, y solo podrá recuperarlos en el mismo lugar de la derrota.

5. VIDEOJUEGOS MÁS ALLÁ DEL ESCAPISMO EMPATÍA E IDENTIFICACIÓN

Introducción

Con frecuencia asociamos el acto de jugar videojuegos con el escapismo: la idea de que jugamos videojuegos para escapar de la rutina de nuestra vida cotidiana está ampliamente aceptada. A menudo se dice que los videojuegos brindan oportunidades para construir una realidad alternativa o paralela en la que los jugadores puedan vivir una experiencia inmersiva, lejos de la realidad de su vida habitual. En este sentido, los videojuegos están ayudando a crear una nueva gama de experiencias sociales y personales. Pero no solo están fomentando el escapismo, sino también permitiendo conexiones con otros aspectos de la realidad social.

El escapismo es de hecho una razón importante por la que la gente juega videojuegos, pero no es la única. Diríamos que, lejos de escapar de la realidad, los videojuegos también pueden conectarnos con otros aspectos de la realidad de formas sorprendentes e inesperadas. Por ejemplo, pueden hacer que nos pongamos en la piel de los demás y así brindarnos nuevas experiencias. Los videojuegos funcionan entonces como dispositivos de mediación entre los jugadores y la realidad, lo que podría alentar a los jugadores a empatizar con situaciones diferentes, incluso extremas, como pueden ser las de un civil en un contexto de guerra en *This War of Mine* (11 bit studios, 2014), padres de un niño con cáncer en *That Dragon, Cancer* (Numinous Games, 2016), migrantes que intentan pasar por un puesto fronterizo en *Papers, Please* (Pope, 2013) o grupos que viven en un escenario de catástrofe social en *The Walking Dead* (Telltale Games, 2012). En el capítulo 4 ya hemos expuesto nuestra propuesta de concebir los videojuegos como experiencias; este capítulo buscará explorar más a fondo algunas de las formas de esas experiencias.

En particular, exploraremos las formas en que los videojuegos pueden crear diferentes experiencias de juego, centrándonos especialmente en aquellas que promueven la empatía social y los procesos de identificación. Primero desafiamos la primacía

del escapismo en lo relacionado con los videojuegos, pero también reconocemos la importancia del escapismo como parte del acto y el atractivo de jugar videojuegos. Demostramos que este es solo un aspecto, que ignora otras formas de entender los videojuegos, en particular cómo pueden abrirles las puertas a diferentes aspectos de la realidad. Nuestra hipótesis cuestiona dos conceptos que crean una fuerte división entre la experiencia del videojuego y la vida cotidiana: el de *realidad virtual* y el de *círculo mágico*.

Posteriormente, profundizamos en dos importantes mecanismos a través de los que los videojuegos pueden ayudarnos a conectar con la realidad social de múltiples formas: la empatía y la identificación. La clave para comprender estas nociones interrelacionadas viene de la idea de que las experiencias de los videojuegos no sustituyen necesariamente a las experiencias en las que se basan, sino que median entre ellas y los jugadores, creando experiencias completamente nuevas. Sin embargo, también comentamos algunas de las limitaciones que tienen los videojuegos en su capacidad para fomentar respuestas empáticas y procesos de identificación.

Escapismo y videojuegos

Según Yi-Fu Tuan (1998), el escapismo es inherente a la cultura humana. Es una noción de la que irónicamente el ser humano no puede escapar, y que se puede encontrar en tiempos, lugares y prácticas tan distantes como la era prehistórica, Disneyland, los centros comerciales, la religión, la ciudad contemporánea, la imaginación y la cocina. El escapismo implica “ir de un lugar en el que no queremos estar a un lugar en el que sí” (Evans, 2001: 55). Y ese lugar del que desesperadamente queremos escapar parece que siempre apunta a la noción de realidad. Esto nos permite esbozar una definición canónica del escapismo como el proceso a través del que escapamos (temporalmente) de algunos aspectos de nuestra realidad actual, como el aburrimiento, el trabajo, la rutina o el estrés, por ejemplo. Sin embargo, habiendo definido el escapismo a partir del alejamiento de la “realidad” (y aunque reconozcamos que la “realidad” es un concepto que es particularmente difícil de definir y que está lleno de matices), todavía nos queda una pregunta sin respuesta: *¿adónde* estamos escapando?

Esta idea, entonces, parece sugerir que las personas buscan alivio y refugio en lugares en los que sus condiciones socio-materiales de existencia actuales (lo que reconocemos como “realidad”) están suspendidas o alteradas de forma tal que, típicamente, todo sea más placentero, más seguro, más controlado, más excitante o más emocionante. En este sentido, las versiones de las realidades virtuales, imaginadas (Tuan, 1998), simuladas (Evans, 2001) o escenificadas (MacCannell, 1973;

Pine y Gilmore, 2011), parecen ser destinos preferidos. En particular, teniendo en cuenta el argumento de que vivimos en una era digital como vimos en el capítulo 2, los videojuegos podrían verse como una de las formas contemporáneas más típicas de escapismo. Según Gordon Calleja (2010: 336), es posible afirmar sin exagerar que “los juegos digitales se consideran el epítome del escapismo contemporáneo”.

Este es el caso de muchos de nuestros entrevistados, quienes manifestaron que una de las principales razones por las que juegan videojuegos es escapar de sus problemas y rutinas de la vida diaria:

También juego porque me ayuda a escaparme, [...] es mi momento de relax. (Iker, hombre, 43, jugador regular pero que no se identifica como tal)

Para muchos de los participantes de nuestra investigación, el rollo de los videojuegos tiene que ver, al menos en parte, con escaparse. En las entrevistas que hicimos expresaron su deseo de ser transportados a un mundo diferente donde pudieran vivir realidades diametralmente opuestas a las que experimentan en la normalidad. Aquí los videojuegos implican una idea de escapismo realizada a través de la ficción realista de entrar en una realidad alternativa: “A veces desearía poder ser transportado a este mundo y simplemente vivir ahí” (Carl, hombre, 28, jugador autoidentificado). Nuestros participantes identifican el cruce de una línea fronteriza entre la realidad y el videojuego, y luego articulan este cruce como un escape de las vicisitudes del mundo real a los placeres del universo de los videojuegos. Como en la siguiente definición de los videojuegos, que dio uno de los participantes:

Supongo que son una experiencia interactiva, sí, de escapismo temporal, y de otras cosas también. Son un medio para contar historias, un lugar al que escapar, algo seguro y divertido. (Albert, hombre, 25, desarrollador independiente, artista de juegos)

Jugar a los videojuegos es, para este entrevistado y para muchos otros, visitar un lugar, o escapar hacia un lugar, también es habitar un espacio; también es (normalmente) tener una experiencia agradable: placentera, segura y divertida. La experiencia de los videojuegos se define por la elaboración de una realidad alternativa, separada de la que normalmente viven los jugadores; una realidad que se interpreta como una mejor versión de su contraparte mundana, que suele estar plagada de rutina y aburrimiento.

Esa es la razón por la que la asociación directa de los videojuegos con el escapismo a menudo parece darse por sentada. Comúnmente se asume que los individuos juegan videojuegos para escapar de la mundanidad y las limitadas posibilidades de nuestra realidad, con el fin de ingresar a un mundo alternativo donde podemos hacer y experimentar cosas que normalmente no estarían disponibles para nosotros. Los videojuegos se ven como artefactos digitales envueltos en este halo de irrealidad, e incluso si lo que intentan es crear una descripción “realista” del mundo, siguen siendo escapistas en su falta de consecuencias significativas. Calleja (2010: 336) sostiene que, de hecho, los videojuegos adolecen de una articulación binaria (y problemática) de irrealidad en su virtualidad y en su jugabilidad. Esto se traduce en una separación radical entre la realidad que habitamos y la realidad del mundo del juego: la delimitación de una frontera virtual y la construcción de un espacio alternativo llamado *círculo mágico* (Huizinga, 1949), una idea y concepto que exploraremos más adelante en este capítulo.

Realidad virtual

Anteriormente, cuando exploramos la noción de corporización en el capítulo 4, cuestionamos la distinción modernista entre lo material y lo simbólico, que incluía otras dicotomías como cuerpo/mente, o real/virtual. En relación con este último par de conceptos, la cultura popular de los años 1980 y 1990 estuvo poblada de versiones de lo virtual como espacios radicalmente alternos, claramente diferenciados y sustancialmente nuevos, en películas como *El hombre del jardín* (“The Lawnmower Man”, Leonard, 1992) o en la literatura cyberpunk de escritores como William Gibson. La “aplicación de la metáfora de la frontera al ciberespacio” (Calleja, 2010: 337) todavía tiene fuertes resonancias en la representación actual del escapismo, de forma que la “división binaria coloca a los entornos virtuales (de los cuales los juegos digitales son un subconjunto) al otro lado de una frontera cuyo cruce implica escapismo” (Calleja, 2010: 337–338).

En particular, las representaciones científicas y sociales de lo virtual, incluyendo aquí los videojuegos, tienden a espacializarlo, a entender la virtualidad como un espacio autónomo totalmente distante, a verla como algo etéreo, volátil y radicalmente diferente de lo real, que se considera sólido, cimentado y duradero. Esto crea y acentúa una división entre estas dos esferas de percepción, que se vuelven mutuamente inconmensurables. Es como que al encender una videoconsola, computadora o visor virtual y cargarle un videojuego, los fundamentos materiales del acto de jugar se transubstancializan (negando por completo la materialidad biológica corpórea que implican) y se convierten en una actividad intangible y abstracta. La consecuencia es que supuestamente cuando uno está en el ciberespacio o absorbo en un videojuego, no puede estar en la “realidad” al mismo tiempo. Por ejemplo, en ese sentido es que los jugadores de MMOGs como *World of Warcraft* (Blizzard

Entertainment, 2004) o los residentes de mundos en línea como *Second Life* (Linden Lab, 2003) se refieren con frecuencia al mundo fuera del juego como “irl” (*in real life*, “en la vida real”).

Si buscamos establecer un límite que demarque dos reinos diferentes (el real y el virtual), entonces “cruzar ese límite se convierte en una forma de escape” (Calleja, 2010: 339). Esto significa que la virtualidad de los videojuegos se reduce al universo generado por *software*, ignorando el papel fundamental y la presencia de soportes materiales, por ejemplo, el *hardware*. Calleja, basándose en el trabajo de autores como Lévy, Serres y Deleuze, llega a la conclusión de que la utilidad de aplicar la noción de lo virtual a los videojuegos “radica en enfatizar su potencial creativo para actualizar un abanico teóricamente infinito de posibles experiencias” y, lo que es más importante, que “el valor ontológico de estas experiencias es en gran medida del orden de lo real, no su opuesto” (Calleja, 2010: 340).

De ahí que Calleja sostenga que hay que romper con la idea de las dos esferas completamente separadas por una frontera ontológica, y hacer visibles también las continuidades que las definen. Hacerlo revela que todo pertenece al dominio de lo real. La corporalidad del jugador presionando botones frente a la pantalla se produce en simultáneo con los eventos que se desarrollan en ella. Todo es un continuo de materialidad simbólica e hibridación humana y no humana. El ciberespacio como territorio autónomo solo es posible en la ciencia ficción. Así, más que un espacio virtual claramente delimitado, nos enfrentamos a relaciones emergentes definidas y construidas a través de elementos y actores heterogéneos. Por ejemplo, como exploramos en el capítulo 4, los videojuegos implican el ensamblaje de un artefacto biológico (cuerpos), tecnológico (*hardware*, conexiones de red, *software*, interfaces) y social (conversaciones en tiempo real, interacciones, intercambio de información) que desdibuja cualquier frontera esencialista. Por lo tanto, coincidiendo con Calleja, consideramos que borrar la “frontera entre lo virtual y lo real es un primer paso para exorcizar la suposición común, pero errónea, de que los juegos digitales, por su forma de entornos virtuales, son fundamentalmente escapistas por naturaleza” (Calleja, 2010: 340).

El círculo mágico

El otro desarrollo teórico que comúnmente ha contribuido a que veamos los videojuegos como algo separado de la realidad es otro tipo de frontera (en este caso, normativa): el círculo mágico. Es bien sabido que la noción fue utilizada por primera vez, al menos en un contexto lúdico, por Johan Huizinga en su *Homo Ludens*. El círculo mágico se define como un “espacio de juego”; junto con otros ejemplos, como la mesa de cartas, el templo, el escenario, la arena, la pantalla y la cancha de tenis. Para Huizinga (1949: 10) a todos se los imagina como “mundos temporales dentro del mundo ordinario, dedicados a la realización de un acto especial”. Este concepto ha sido luego aplicado por numerosos académicos que trabajan en el campo de los estudios de

juegos, pero su uso ha sido ampliamente cuestionado también por muchos otros; así surgió uno de los debates más acalorados en la relativamente corta historia de los estudios de videojuegos. En particular, la aplicación del círculo mágico a la investigación de juegos fue popularizada por Salen y Zimmerman (2004), que definen el círculo mágico de esta manera:

El término se utiliza como abreviatura de la idea de un espacio-tiempo especial, creado por un juego. [...] Como en un círculo cerrado, el espacio que circunscribe está encerrado, separado del mundo real. Como marcador de tiempo, el círculo mágico es como un reloj: simultáneamente representa un camino con principio y fin, pero sin principio ni fin. El círculo mágico inscribe un espacio repetible, un espacio limitado e ilimitado. En definitiva, un espacio finito con posibilidades infinitas. (Salen y Zimmerman, 2004: 95)

Idealmente, en forma teórica y abstracta, el círculo mágico se puede resumir aludiendo a cuatro características principales. Primero, el acto de jugar establece límites para cada juego; eso significa que la experiencia de jugar un videojuego está delimitada y perfectamente enmarcada. En segundo lugar, el juego tiene su propio espacio-tiempo claramente delimitado. El círculo mágico es el espacio donde se desarrolla el juego; estás *en* el juego o no. En tercer lugar, la realidad de un juego es autónoma y está sujeta a reglas, reglas que solo se aplican a ese juego en particular, y que tienen sentido dentro del círculo mágico (o al menos tienen un significado particular que no necesariamente tiene una correspondencia si se las invoca fuera del juego). En cuarto lugar, aunque la experiencia del juego no está completamente desvinculada del contexto social en el que se desarrolla, el círculo mágico funciona como si fuera una excepción o una interrupción de las normas y reglas generales que gobiernan las relaciones sociales regulares.

Como señala Crawford (2012: 23), una de las “críticas clave dirigidas a la hipótesis del círculo mágico se refiere a la división entre el juego y el mundo social más ampliamente considerado”. En términos teóricos, entonces, el círculo mágico parece fomentar una distinción radical entre la experiencia del juego y la experiencia del mundo; una premisa que ha sido cuestionada por muchos estudiosos del juego. Marinka Copier (2007: 133), por ejemplo, sugiere que el círculo mágico “crea una dicotomía entre lo real y lo imaginario que oculta la ambigüedad, la variabilidad y la complejidad de los juegos y la actividad de jugar”, haciendo que el “límite entre el juego y el no juego sea aún más fuerte”, mientras que Pargman y Jakobsson (2008: 227) proponen que el círculo mágico representa “un límite fuerte entre los juegos y la vida ordinaria” que no se corresponde con las complejidades de la experiencia del juego. TL Taylor (2007: 113) critica la retórica del círculo mágico que “a menudo evoca la sensación de que el jugador pasa a través de una especie de espejo y entra en un espacio de juego puro”, sin tener en

cuenta cómo los jugadores hacen fuerza “contra estos límites”. Calleja (2010: 342) dice que cualquier “intento de crear una demarcación limpia entre la experiencia del juego y la experiencia del mundo”, una demarcación que el círculo mágico sostiene en varios grados va a toparse con el problema de que “la experiencia vivida de los jugadores informa invariablemente [...] la experiencia del juego y viceversa”.

Incluso si los teóricos que abogan por el uso del círculo mágico intentan disminuir la fuerza de sus límites, sugiriendo que se los debe considerar como “negociables” (Juul, 2008: 62), “difusos y permeables” (Salen y Zimmerman, 2004: 94) , o afirmando que el “(casi) círculo mágico” está rodeado por una “membrana porosa” (Castronova, 2005: 146), lo cierto es que el círculo mágico (incluso en su versión suavizada) aún promueve la idea de los videojuegos como un escape de la realidad:

Cualquier desviación de la realidad a través de la frontera que define sus muchos binarios es un acto de escapismo. A medida que las actividades escapistas se alejan de la realidad, se imbuen de trivialidad y otras connotaciones de escapismo, generalmente negativas. (Calleja, 2010: 343)

Como afirma Alfred, 26 años, un jugador de videojuegos dedicado, “el escapismo es solo una parte de la experiencia”. Para él, jugar a los videojuegos es “mitad y mitad”, y agrega que “definitivamente hay un elemento de escapismo”, pero que también se trata de mantenerse “en contacto con la gente”. Alfred también narra cómo a menudo tiene conversaciones con amigos y familiares sobre asuntos ajenos al juego mientras juega, y que se concentra más o menos en el juego cuando está jugando, dependiendo del nivel de atención necesario en un momento en particular. Aquí Alfred describe un proceso continuo que no hace distinciones claras entre el mundo del juego y el de la vida cotidiana. Los jugadores articulan tanto las distinciones (percibidas) como las continuidades entre las dos (o más de dos) *realidades*. Hablan en términos de entrar, salir, estar on, estar *off*, etc., pero también hacen conexiones y reconocen superposiciones entre ambos universos. Al final, según Pawel Miechowski, el desarrollador de 11 bit studios (creadores de *This War of Mine*), el escapismo es, sin duda, parte del atractivo de los videojuegos, ya que los jugadores a menudo “quieren toparse con la fantasía del poder”, pero el escapismo “no lo es todo” porque el “mundo no es así”. Para que un juego sea disfrutable, tiene que tener al menos cierto sentido de credibilidad; la fantasía tiene que conectarse con algún sentido de realidad (alternativa). Por eso decimos que los videojuegos también podrían llevar al jugador no solo hacia el escapismo, sino también hacia la empatía, la identificación y la conexión con otros caminos.

Conectar con otras realidades

Mientras escribimos este libro, a mediados de 2017, somos testigos de una cantidad interminable de noticias, imágenes y discursos sobre la actual crisis de los refugiados sirios. (1) Pero este no es un fenómeno nuevo. Es simplemente la última versión de una historia contada muchas veces, que narra la historia de esos seres humanos que buscan algo muy simple pero, aparentemente, muy difícil de lograr: una vida mejor (o simplemente una vida; ya que en general es para muchos, una cuestión de vida o muerte). Escapan de la guerra, del hambre, de la miseria, de todo tipo de persecuciones. No importa lo que les aguarda al otro lado de las múltiples fronteras que tienen que cruzar: están dispuestos a arriesgar la vida para escapar de los horrores de su situación actual. Frontera tras frontera, estas personas solo anhelan una cosa: llegar a su destino.

La frontera, ese espacio liminal, es un lugar entre dos lugares; es un universo con sus propias reglas y significados, que son diferentes de los que encontramos a ambos lados de la frontera. La frontera es un área de tránsito pero también es una zona de detención, donde las autoridades deciden quién entra y quién se queda fuera. Es en esa esfera límite, paranormal, donde tiene lugar *Papers, Please* (ver Figura 6). En este juego nos ponemos en la piel de un oficial de inmigración en un puesto de control fronterizo, lidiando con las personas amontonadas al otro lado de la frontera que quieren ingresar a nuestro territorio, la (tierra ficticia de) *gloriosa Arstotzka*. El jugador pasa la mayor parte del tiempo revisando documentos como pasaportes, permisos de trabajo, identificaciones, visas y cartillas de vacunación, con la tarea de decidir quién ingresa al país y quién no.

Es ampliamente aceptado que el juego de Lucas Pope, *Papers, Please*, recrea una frontera que nos recuerda a una ex república soviética. Es casi imposible no notar que el juego presenta todas esas cosas que típicamente asociaríamos con lo que sucedió en el lado este de la Cortina de Hierro: desde los nombres ficticios de los países hasta la estética aburrida que impregna todo su diseño, supuestamente característica del bloque soviético. Sin embargo, cuanto más tiempo pasamos como un inspector de fronteras de Arstotzka, más recordamos nuestro presente. Pasaportes, cédulas, pases de trabajo, formularios, visas de entrada, cacheos, medidas de seguridad aumentadas por amenazas terroristas, escaneos corporales completos, interrogatorios inquisitoriales, deportaciones, detenciones, uso de fuerza letal, etcétera. ¿Todo esto es solo propio del ámbito de las extintas repúblicas soviéticas? ¿O está más cerca de cómo funcionan las fronteras de las democracias occidentales avanzadas? Especialmente en estos momentos de angustia global, cuando millones de personas están siendo desplazadas por la fuerza en todo el mundo.



Fig. 6. Captura de pantalla de *Papers, Please* (Pope, 2013).

El jugador tiene que hacer un esfuerzo tremendo para sobrevivir y mantener a su familia porque todo depende en gran medida de lo eficiente que sea en el manejo de ese cruce que llamamos frontera. Eso significa que nos vemos obligados a dejar atrás a varios seres humanos, quizás abandonándolos a un destino terrible: personas que desean reunirse con su familia, que

pueden ser víctimas de abuso, explotación y persecución. Pero, si decide ayudarlos, el personaje del jugador es castigado, lo que afectará el bienestar de su familia. Se verá obligado a afrontar las consecuencias de sus acciones, por ejemplo al no poder proporcionarle alimentos, medicinas y calefacción a su propia familia, o tener que elegir quiénes entre sus familiares recibirán estos elementos vitales y quiénes no.

Afortunadamente, *Papers, Please* le da al jugador un margen de maniobra para tomar, de vez en cuando, decisiones que van en contra de las reglas y regulaciones: contrabandear productos, aceptar sobornos, dejar que las personas en peligro crucen sin los documentos adecuados, detener a los individuos peligrosos que se dedican al tráfico de personas, colaborar con un grupo de resistencia que más adelante planificará atentados terroristas, etcétera. Existe la posibilidad de hacer agujeros en el sistema, dándoles oportunidades a quienes no las tienen y también logrando una ayuda para uno mismo y la familia. Si decide hacer todo esto el jugador puede crear un mal mayor, o dañar incluso sus propios intereses, pero al menos es capaz de negociar más allá de los límites de la frontera. *Papers, Please* trata de encarnar al burócrata, de que el jugador asuma el papel de funcionario aburrido, pero también le da la oportunidad de convertirse en el salvador y aliado de los parias, el anarquista que trabaja desde el corazón de la jaula de hierro.

Pero nuestra pregunta es: ¿es esta una realidad a la que nos gustaría escapar? ¿Un videojuego como *Papers, Please* ofrece un universo atractivo, que invita a los jugadores a perderse en él como un descanso de su vida cotidiana? ¿Este videojuego evita la realidad o la aborda directamente? Aunque *Papers, Please* ponga al jugador en la piel de un inspector de fronteras, en verdad lo está conectando con problemas sociales más amplios. Le está ofreciendo la experiencia de procesos migratorios, de la gobernancia de la seguridad global, las políticas de abuso, la responsabilidad, el abandono y otras consecuencias y procesos sociopolíticos. El juego pone al jugador en miles, por no decir millones, de zapatos de personas. Y la popularidad de *Papers, Please* y de juegos similares parece decirnos que existe un deseo (al menos en algunas personas) de explorar otras realidades que son menos fantásticas pero que están más estrechamente ligadas al mundo en el que vivimos: “Estoy interesado en experiencias emocionalmente profundas, [...] en algo que cuestione esos límites” (Edward, hombre, 54 años, director de una maestría en desarrollo de videojuegos).

En este sentido, Jordan Erica Webber (2017a: *online*), coautora del libro *Ten Things Video Games Can Teach Us* (“Diez cosas que los videojuegos pueden enseñarnos”, Webber y Griliopoulos, 2017), sostiene que los videojuegos son potencialmente “un medio convincente a través del cual participar en el pensamiento filosófico”. Eso implica que los videojuegos, a diferencia de los experimentos de pensamiento filosófico que solo ocurren como escenarios imaginados, son “narrativas contrafactuales que ponen a prueba al jugador” en un escenario interactivo. Los videojuegos ofrecen oportunidades para participar en las

situaciones más variadas y abordar diferentes cuestiones como la percepción, la identidad personal, el libre albedrío y la ética: en ese sentido, nos ayudan a conectarnos con múltiples realidades y experiencias.

Sin embargo, ¿cómo funciona esta conexión con otras realidades? Exploraremos ahora dos mecanismos similares e interrelacionados a través de los que los videojuegos intermedian en procesos que conectan a los jugadores con otras realidades en lugar de ayudarlos a escapar: la empatía y la identificación.

Empatía

Los videojuegos a menudo han sido percibidos, especialmente por los psicólogos clínicos, pero también por otros estudiosos de los medios de comunicación y científicos sociales (Appelbaum *et al.*, 2015), como un medio que puede tener un impacto negativo en sus jugadores, particularmente desencadenando o incluso promoviendo comportamientos violentos. No es raro que los medios de comunicación informen sobre estudios que supuestamente destacan vínculos causales entre el aumento de los niveles de agresión (particularmente entre niños y adolescentes) y el hábito de jugar videojuegos. De la misma manera, no es raro que se diga que los perpetradores de actos de gran violencia, como tiroteos masivos, son videojugadores ávidos (Scutti, 2016). La suposición que se hace a menudo, ya sea implícita o explícitamente, es que jugar videojuegos suprime cualquier indicio de empatía en quienes los juegan; que induce un estado de entumecimiento personal, emocional, ideológico y social (Dean, 2004).

Sin embargo, en nuestra investigación nos encontramos con numerosos casos de participantes que reflexionaban explícitamente sobre la relación de los videojuegos con la empatía. Existe incluso una etiqueta llamada “juegos de empatía” que refiere a cierto género de videojuegos, como el mencionado *Papers, Please*, y que podría aplicarse igualmente a títulos como *Gone Home* (Fullbright, 2013), *Firewatch* (Campo Santo, 2016), *Valiant Hearts* (Ubisoft, 2014), *That Dragon Cancer* (Numinous Games, 2016), *Cart Life* (Hofmeier, 2011), *To the Moon* (Freebird Games, 2011), *Spec Ops: The Line* (Yager Development, 2012), *Dys4ia* (Anthropy, 2012), *Depression Quest* (Quinn, 2013), *Brothers: a Tale of two Sons* (Starbreeze Studios, 2013), *Inside* (Playdead, 2016) y *This War of Mine* (11 bit studios, 2014). Este último título, según un usuario en una sección de comentarios del sitio web *GiantBomb*, “fue el *Papers, Please* de este año en términos de simuladores de empatía” (Luck702 en Oestreicher, 2014). Esta observación de alguna forma la comparten los mismos desarrolladores de *This War of Mine*: “*Papers, Please* fue un gran juego que nos inspiró a seguir adelante con nuestro proyecto de hacer un juego de empatía” (Pawel Miechowski, hombre, 40, escritor senior). Parece que los videojuegos también han adoptado una tendencia global en la que la empatía, al menos en teoría, está en aumento. Esto es lo que autores como Jeremy Rifkin (2010) y Frans de Waal (2009), en los títulos de sus

trabajos, denominan *The Empathic Civilization* ["La civilización empática"] y *The Age of Empathy* ["La edad de la empatía"], para describir las transformaciones actuales en el papel que juega la empatía en los campos de la psicología, la biología, el derecho, la educación, la política, la comunicación, las relaciones sociales y la economía, hasta el punto de proponer que la empatía "es el medio por el cual creamos vida social y avanzamos en la civilización" (Rifkin, 2010: 10).

Según Carolyn Dean (2004: 6), el sustantivo *empatía* deriva de la palabra alemana *eifühlung* (que significa algo así como sentirse *en* algo o *dentro de* algo) que fue utilizada por Robert Vischer a finales del siglo XIX para describir el proceso de contemplar objetos de arte como una proyección de nuestros propios sentimientos. Posteriormente otro filósofo alemán, Theodor Lipps, propuso la *empathie* como su equivalente griego, aludiendo a la idea de sentir emociones fuertes aunque sea a través de una experiencia de segundo orden, desplazando el foco de una experiencia estética a una social: miramos aprensivamente a un equilibrista en la cuerda floja "porque entramos indirectamente en su cuerpo y así compartimos su experiencia" (De Waal, 2009: 65). Fue el psicólogo estadounidense Edward Titchener (1909) quien acuñó el término inglés *empathy* (Davis, 1996: 5) como una traducción de *einführung*, tal como lo entiende Lipps, en su libro *Lectures on the Experimental Psychology of the Thought-process* ["Lecciones sobre la psicología experimental del proceso de pensamiento"]. La empatía se convierte entonces en "la voluntad de un observador de convertirse en parte de la experiencia del otro, de compartir el sentimiento de esa experiencia" (Rifkin, 2010: 12).

La empatía es una noción muy difícil de definir porque la literatura académica y las representaciones populares aluden a la mente tanto como al cuerpo, a procesos cognitivos tanto como emocionales, a problemas ontológicos tanto como fenomenológicos. En algunos relatos, podría entenderse como "el proceso mental mediante el que una persona entra en el ser de otra, y llega a saber cómo siente y piensa" (Rifkin, 2010: 12). En esta definición básica, la empatía abarca los aspectos emocionales, tanto como los racionales, de una experiencia corporizada pero imaginada. El problema con esta definición es que se basa principalmente en un modelo cognitivo, en lo que podemos procesar a través de nuestra imaginación y pensamiento, como si la experiencia emocional que implica la empatía fuera de alguna manera cognoscible.

En oposición a esta "noción fuerte" de la empatía basada en la cognitivdad, el primatólogo Frans De Waal considera que la empatía es ante todo una "respuesta automatizada sobre la que tenemos un control limitado" (De Waal, 2009: 43), lo que disminuye la importancia de la imaginación como uno de los elementos centrales que determina la empatía. En lugar del enfoque predominantemente cognitivo en psicología, De Waal opta por el compromiso emocional y encarnado como elementos clave en la construcción de la empatía:

ver las emociones de los demás despierta nuestras propias emociones, y a partir de ahí continuamos construyendo una comprensión más avanzada de la situación del otro. Las conexiones corporales son lo primero, luego la comprensión (De Waal, 2009: 72).

La empatía se basa en las emociones que surgen al ver a otras personas expresar sus sentimientos a través de su presencia corporal. Esta conexión corporal precede al proceso cognitivo que sigue en forma de comprensión empática. Además, De Waal sostiene que, de todas las conexiones corporales, la expresión facial es la más importante. El rostro se describe como la autopista de la emoción porque “ofrece la conexión más rápida con el otro” (De Waal, 2009: 82).

No es de extrañar entonces que ciertos videojuegos usen los rostros para situar al jugador en esta autopista de la empatía. En *This War of Mine*, cada personaje se identifica mediante un primer plano del rostro de una persona real. Los desarrolladores se fotografiaron a sí mismos, también a sus amigos y familiares, porque querían confrontar al jugador con “personas normales, parecidas a las personas que se pueden encontrar en la calle” (Pawel Miechowski). *Gone Home* utiliza retratos realistas de sus personajes, principalmente de la familia del personaje del jugador, para ayudarlo a identificarse con ellos, poniéndole una cara a aquellos cuya historia el jugador está tratando de descifrar. Incluso los simples gráficos pixelados que se utilizan para representar los rostros en *Papers, Please* son fundamentales para establecer una conexión con las situaciones y las personas representadas en el juego. Esos cuasi rostros que desfilan por el paso fronterizo les recuerdan a los jugadores que no están lidiando con ninguna persona en particular pero, al mismo tiempo, virtualmente con cualquiera: esto genera una extraña sensación de empatía hacia personas que tienen problemas que bien podrían haberlo afectado a uno mismo o a alguno de nuestros familiares en el pasado lejano o en el futuro, pero que, sin dudas, está afligiendo ahora mismo a miles de personas en todo el mundo, mientras escribimos/leemos esto.

LOS VIDEOJUEGOS COMO CULTURA: IDENTIDAD Y EXPERIENCIA EN EL MUNDO ACTU...



Fig. 7. Diferentes representaciones faciales en *Papers, Please* (Pope, 2013), *This War of mine* (11 bit studios, 2014), y *Gone Home* (Fullbright, 2013).

La importancia de los rostros y de los gestos es algo que en Team Bondi, los desarrolladores de *L.A. Noire* (2011), entienden completamente. Al asumir el papel de detective, el jugador tiene que resolver una serie de casos mediante la recopilación de pruebas y, como aspecto clave del juego, interrogar a los sospechosos y testigos. El jugador debe decidir si los personajes mienten en función de sus expresiones faciales. Team Bondi usó *MotionScan*, una tecnología de captura de movimiento desarrollada por su compañía hermana, Depth Analysis, que se enfoca en capturar expresiones faciales (Alexander, 2011). Aunque Telltale no ha desarrollado una tecnología dedicada a las expresiones faciales, pronto se dieron cuenta de que los rostros eran de suma importancia para provocar emociones entre los jugadores. El escritor principal de la primera edición del videojuego de *The Walking Dead*, Sean Vanaman, declaró que “después de escribir el primer episodio, comenzamos a hacer listas del tipo de cosas que los personajes van a sentir en la historia y luego comenzamos a generar animaciones faciales aisladas para transmitir esos estados de ánimo y emociones” (Madigan, 2012). Como sugieren Smethurst y Craps (2015: 284), así es como el juego representa los eventos traumáticos: “mostrándonos su impacto en los rostros de personajes que están sufriendo el golpe de perder a seres queridos en situaciones angustiosas”. Esto significa que los videojuegos, utilizando la tecnología adecuada, pueden traducir las emociones expresadas por modelos humanos en expresiones faciales animadas que luego serán escrutadas por los jugadores, afectando sus elecciones y su capacidad para crear canales de conexión con los demás.

Así, los videojuegos son poderosos mediadores, capaces de desarrollar respuestas empáticas en quienes los juegan, mediando entre distintas realidades y conectándolas: las habitadas por los jugadores en su vida habitual y las materializadas en el universo del juego. De esta forma, Rifkin destaca la importancia del juego en el desarrollo del potencial empático:

Lo que hace que el juego sea una herramienta socializadora tan poderosa es que es el medio por el que se da rienda suelta a la imaginación. Al jugar creamos realidades alternativas y nos adentramos en ellas durante períodos de tiempo prolongados. Nos convertimos en exploradores de una inabarcable otredad, de todos los infinitos posibles reinos de existencia que podría haber. A través del juego, incorporamos partes de estas otras realidades imaginadas en nuestro ser. Nos conectamos. El proceso de la imaginación nos permite unir la experiencia corporizada, las emociones y los pensamientos abstractos en un solo conjunto, la mente empática. En este sentido, la imaginación humana es tanto emocional como cognitiva (Rifkin, 2010: 95).

Aunque Rifkin se refiere al juego en general, su lectura se puede aplicar fácilmente a los videojuegos. Como vimos en el capítulo 3, los objetos, los animales y otros no humanos también pueden considerarse actores sociales. Esto significa que los jugadores pueden obviamente interactuar con otros jugadores, pero también con la compleja entidad biotecnológica que surge de la interacción entre todos esos actores heterogéneos. Nos conectamos con el universo, los personajes, la historia, los problemas representados en el juego, y al hacerlo, exploramos ese “inabarcable otro” (esas realidades que pueden rodearnos, pero no están a nuestro alcance) e incorporamos, a través de mediaciones particulares, partes de ella. Los videojuegos promueven, de manera mediada, las conexiones emocionales y cognitivas que establecen los jugadores con otras realidades. No solo es una conexión imaginaria, también es una experiencia encarnada y sensible.

Esta idea fundamental la resumió muy bien Karla Zimonja, artista, desarrolladora y cofundadora de Fullbright, cuando nos hablaba de *Gone Home* y su potencial para mostrar las complejidades y tribulaciones de la vida de una adolescente (darse cuenta de que es gay, confesárselo a sus padres, su primera relación...), pero también otras historias mundanas relacionadas con la crianza de los hijos, el abuso, la frustración profesional y personal, la amistad, la infidelidad, la soledad, el matrimonio, etcétera:

Eso es lo que tienen los videojuegos: pueden brindarte experiencias que no puedes tener en la vida real, que no has tenido, y por eso pueden ser experiencias capaces de contribuir a la comprensión que alguien tiene de la vida de otras personas en el mundo.

Los videojuegos, por lo tanto, pueden brindar nuevas experiencias a los jugadores, experiencias arraigadas en la realidad vivida (de otra persona). Así facilitan la posibilidad de “ponerse en el lugar de otra persona”, de “experimentar el mundo desde la perspectiva de otra persona” (Harris *et al.*, 2015: 58). Un videojuego es una ventana abierta a las vidas, problemas y situaciones de otras personas, una ventana que nos invita a pasar. Y esta invitación tiene el potencial de “fomentar una mayor empatía, tolerancia y comprensión por los demás” (Simkins y Steinkuehler, 2008: 352).

Este es el caso del videojuego *The Tearoom* (Yang, 2017), que se describe como “un simulador histórico de un baño público, un juego sobre la angustia, la vigilancia policial y la destreza para ‘chuparle el arma a otro tipo’” (ver Figura 8). El juego está fuertemente inspirado en el estudio sociológico clásico de Laud Humphreys (1970) sobre los hombres que tienen sexo anónimo con otros hombres en baños públicos (llamados “cabañas” en el Reino Unido y “teteras” en Estados Unidos) (Yang, 2017). En este caso, su creador Robert Yang busca simular un baño público en Mansfield (Ohio) en 1962, un lugar donde el

jugador puede tener relaciones sexuales con otros hombres. Según Yang *The Tearoom* se basa en un hecho histórico; en 1962 el departamento de policía de Mansfield escondió una cámara de vigilancia detrás del espejo de un baño público para filmar a los visitantes teniendo sexo. Más tarde, la policía usó estas imágenes para arrestar y encarcelar a los imputados bajo las leyes de sodomía de Ohio. Así es que, en este juego, Yang intenta crear conciencia sobre varios problemas sociales. En su nivel más obvio *The Tearoom* les permite a los jugadores experimentar algunos aspectos de la vida de los hombres homosexuales en un momento y lugar en el que se los reprimía y castigaba cruelmente. Como escribió Webber (2017b: *online*) sobre el juego en *The Guardian*:

En el juego hay íconos grandes que indican claramente cuándo es apropiado o no hacerle una mirada al hombre del otro urinario. Es como una subversión del género sigilo, ya que esta vez quieres que te vean (aunque no la policía). Yang escribió en su blog (2) que esta mecánica fue difícil de diseñar porque, como él mismo dice, “décadas de hegemonía heterosexual masculina han entrenado a los jugadores para que piensen en el acto de ‘mirar’ como una acción ‘gratuita’, con pocas consecuencias o resultados”. Los jugadores que están acostumbrados a trabajos que complacen a la mirada masculina heterosexual pueden tener dificultades para empatizar con alguien para quien una mirada puede ser castigada.



Fig. 8. Chupándole el arma a otro tipo en *The Tearoom* (Yang, 2017).

Sin embargo, al colocar al jugador contemporáneo en este escenario y rol históricos, el juego también plantea preguntas y emociones sobre la continua marginación y persecución de los hombres (y mujeres) homosexuales en la actualidad. En particular, Yang afirma que quería “hacer que los jugadores se sientan angustiados por lo que tienen que perder” (Webber 2017b: *online*).

Significativamente, en el juego los penes son reemplazados por pistolas. Esta es una respuesta directa a la prohibición de Twitch de transmitir los juegos anteriores de Yang, pero que de manera más general destaca también el absurdo de una industria de los videojuegos, si no de la sociedad en general, que felizmente acepta la imagen de un arma mortal en un videojuego, pero no los genitales masculinos. Este juego, entonces, busca señalar puntos políticos importantes y crear conciencia sobre los problemas sociales históricos y contemporáneos, colocando al jugador en un entorno y rol social específico: en los zapatos de un hombre gay en la década de 1960 en Ohio.

La prueba de la eficacia de los videojuegos como experiencias mediadas por otras perspectivas se puede encontrar en los testimonios de aquellos que han podido comprender mejor la situación de una persona gracias a jugarlos. Según Miechowski, el desarrollador de *This War of Mine*, ese sería el caso de una mujer hija de una refugiada de guerra. Después de jugar, declaró que la experiencia la ayudó a comprender a su madre “y los horrores por los que pasó durante la guerra”. Aunque la proximidad espacial, cultural y emocional puede ayudar en el proceso de empatía con los demás, a veces se necesitan mediaciones adicionales, y los videojuegos pueden proporcionarlas. Esta hipótesis parece estar corroborada por el estudio experimental de Bachen *et al.* (2012), realizado en tres escuelas secundarias del norte de California, con 301 estudiantes, para examinar los efectos sobre la empatía de jugar al videojuego *Real Lives* (Educational Simulations, 2010), “un simulador interactivo que te permite vivir una entre las miles de millones de vidas en cualquier país del mundo”. (3) El estudio concluyó que, incluso en los casos de mucha distancia geográfica y cultural, quienes jugaron el videojuego experimentaron un aumento en su “sentido de empatía global” e impulsaron “su interés en aprender más sobre los países en los que viven sus personajes” (Bachen y col., 2012: 452). Este tipo de videojuegos, según Bogost (2007: 135), les permite a los jugadores “participar en acciones políticas que muchos nunca habrán experimentado antes”, lo que al final probablemente “profundizará su comprensión de las múltiples fuerzas causales que afectan a cualquier conjunto dado, y siempre único, de circunstancias históricas”.

Estas mediaciones pueden ser tan poderosas como para resultar capaces de desencadenar fuertes respuestas emocionales en los jugadores. Laura, una desarrolladora independiente de 26 años, narra de qué forma ciertos individuos se identificaron con los personajes en uno de sus videojuegos, que está repleto de decisiones difíciles de tomar, que generalmente involucran escenarios violentos y de supervivencia, y la alta probabilidad de lastimar a otros personajes. Algunos jugadores se identifican con los personajes como seres humanos: “¡Maldición, es una persona!” (Laura); esto explicaría algunas de las reacciones al jugar el videojuego, como una chica que estaba transmitiendo su juego y, en una sección en la que se representa un proceso largo y explícito de tortura que tu personaje y uno de sus compañeros tienen que soportar, comenzó a llorar:

Y llegó al punto en que empezó a llorar. Como si dijera: “no puedo soportar más de esto”, estaba llorando y muy molesta. (Laura)

Este no es un ejemplo aislado. Por ejemplo, Miechowski enumera una serie de intensas respuestas emocionales que fueron provocadas por *This War of Mine*:

Conozco gente que se deprimió por ver tanto sufrimiento en el juego. Vi gente emocionada porque sobrevivieron. Vi a personas que tenían una especie de sentimiento de catarsis cuando sobrevivían, y vi también a algunas personas que se sentían avergonzadas o que incluso tenían sentimientos de remordimiento por las malas acciones que habían cometido en el mundo virtual.

La emoción, la depresión, la vergüenza, el remordimiento y el alivio fueron algunas de las reacciones habituales entre los jugadores de *This War of Mine*. Esto se relaciona con la decisión de los desarrolladores de colocar un “sistema de moral” en el juego, con diferentes estados: contenido, triste, deprimido, quebrado. Esto afecta el desempeño de los personajes y puede ser crucial para su supervivencia. El estado de la moral se ve afectado por las decisiones que se toman, ya sea negativamente (robarle a una persona vulnerable, lastimar y matar a otras personas, no ayudar a los vecinos o las personas necesitadas, estar enfermo, herido o hambriento) o positivamente (ayudar a las personas vulnerables o en peligro, escuchar música, dormir bien, hablar con otros supervivientes). Esto significa que las acciones de los jugadores tienen un impacto directo en los personajes que controlan, y eso potencia las reacciones emocionales y empáticas, a punto de que algunos jugadores desearían poder controlar a un personaje con menos empatía:

¡El juego es duro! Ojalá algunos de mis personajes fueran sociópatas o psicópatas. O sea, ¡vamos! Vas a robar algo de comida de una pareja de ancianos y haces que mueran de hambre, o matas a alguien que no sea un matón armado, y enseguida caes en una gran depresión y te vuelves un inútil. (John, 1912 en Oestreicher, 2015)

No hay duda de que los videojuegos conectan a los jugadores con otras realidades de forma mediatizada mediante el uso y la provocación de la empatía. Sin embargo, como muestra este comentario, la noción de identificación, en este caso con los

personajes, también juega un papel importante e interrelacionado en la comprensión de las diferentes formas en que los videojuegos nos conectan con otras situaciones.

Identificación

La empatía y la identificación son, en cierta medida, conceptos interdependientes. Difícilmente podría haber empatía sin un proceso de identificación, al menos parcial, con la realidad que se nos muestra; por otro lado, identificarse con alguien o algo requiere un sentido de empatía, la posibilidad de reconocerse en el otro, humano o no humano, y en sus tribulaciones. De acuerdo con De Waal (2009: 80), es razonable afirmar que si “la identificación con los demás abre la puerta de la empatía, la ausencia de identificación cierra esa puerta”. De hecho, si hablamos de videojuegos, el jugador tiene más posibilidades de desarrollar empatía cuando “no solo toma la perspectiva del otro, sino que también comienza a identificarse con el personaje representado” (Bachen *et al.*, 2012: 440). Estas nociones son difíciles de desentrañar, pero ofrecen matices importantes que contribuyen a mejorar nuestra comprensión de cómo los videojuegos ayudan a los jugadores a conectarse con nuevas realidades.

Más allá de las similitudes o interdependencias entre identificación y empatía, se nota que la primera tiene varias implicaciones cuando se trata de abordar las ideas de formación de identidad, sentido de pertenencia, apego grupal y subjetividad. Exploraremos estas implicaciones más a fondo en el capítulo 6; sin embargo, aquí específicamente nuestra intención es enfocarnos en la identificación como un mecanismo para compartir experiencias con alguien o algo que está separado de nosotros. Además, la posibilidad de identificación radica en que aquello con lo que nos identificamos debe ser visto como una entidad diferente; en definitiva todo depende de esa diferencia que precisamente la identificación trata de superar. Según Judith Butler (2006: 145), “la persona con la que me identifico no soy yo, y ese ‘no ser yo’ es la condición misma de la identificación”. Un argumento que también respalda Stuart Hall (1996: 3), quien afirma que la identificación es “un proceso de articulación, una sutura, una sobredeterminación, no una subsunción”. Cuando nos identificamos con alguien o algo, no nos estamos subsumiendo en el otro, por el contrario, nos articulamos con el otro y su situación, como ensamblajes separados pero conectados. Al final, dado que la identificación es un proceso que opera en torno a la diferencia, inevitablemente tiene efectos de frontera y necesita “de lo que queda fuera, de su exterior constitutivo” (Hall, 1996: 3). Esto está directamente relacionado con la distinción fundamental entre *identificarse con* e *identificarse como*.

En su investigación de la relación entre la identidad, la identificación y la representación mediática entre personas que juegan videojuegos y pertenecen a grupos marginados, Adrienne Shaw (2014) establece una clara distinción entre el proceso

de identificarse con un personaje de videojuego y el de identificarse como miembro de un grupo. Esto significa que no todas las personas que comparten un identificador específico, de género, sexualidad, raza o nacionalidad, se identificarán automáticamente con un personaje o una situación que supuestamente se les parezca o represente. De hecho, es posible, y no es raro, escuchar a un individuo decir que se identifica con personajes que no necesariamente se le parecen. Shaw afirmó que, aunque los entrevistados le dieron diferentes definiciones de identificación, el hilo conductor entre ellas era “encontrar una conexión con un personaje” (Shaw, 2014: 69). Esta conexión puede ir desde una fuerte identificación con el personaje, con quien pueden compartir varias características y experiencias sociales y personales, hasta reconocer algunos aspectos de sí mismos en el personaje sin identificarse claramente con él; esta conexión también podría adoptar la forma de empatía o simpatía, incluyendo diferentes matices de conexiones intelectuales o emocionales. Por lo tanto, la identificación podría definirse como “un proceso mediante el que llegamos a sentir una conexión afectiva con un personaje sobre la base de ver a ese personaje como algo separado y, sin embargo, también como parte de nosotros de alguna manera” (Shaw, 2014: 94).

Por lo tanto, la identificación entre un jugador y un personaje o texto de un videojuego (y las realidades que representa) se puede entender de múltiples maneras. Teniendo esto en cuenta, nos gustaría proponer tres tipos ideales (en el sentido weberiano) de identificación:

En primer lugar, la identificación puede verse como una relación mimética, en la que la experiencia de juego “induciría temporalmente a los jugadores a cambiar el concepto que tienen de sí mismos según las propiedades del personaje que juegan o del rol que desempeñan en el juego” (Klimmt *et al.*, 2009: 358). Esta es una tendencia que, principalmente en el campo de la psicología social, utiliza “la metáfora de la identificación como la ‘fusión’ entre el jugador y el personaje del juego” (Klimmt *et al.*, 2009: 357): la idea es que el jugador se convierte en el personaje, adoptando sus características percibidas. El jugador entonces se convierte en el personaje o al menos queda completamente inmerso en la realidad representada por el juego. Y aunque todo esté limitado por la tecnología, el medio y la selectividad del proceso de identificación, el jugador efectivamente adopta los atributos del personaje en su autopercepción temporal. Este enfoque se basa en una definición de identificación que busca la síntesis entre uno mismo y el otro: “convertirse uno mismo en alguien o en algo” (Klimmt *et al.*, 2009: 359).

En segundo lugar, existe una noción de identificación impulsada principalmente por la homofilia. La homofilia es un principio bien conocido en las ciencias sociales (McPherson *et al.*, 2001; Centola *et al.*, 2007; Kossinets y Watts, 2009) que describe la tendencia de personas con características similares (incluidas las características culturales, físicas, de actitud, de comportamiento, socioeconómicas y educativas) a interactuar y participar en todo tipo de relaciones (profesionales, personales, sociales) a un ritmo más alto que lo que ocurriría entre aquellos con atributos diferentes. En este sentido, los jugadores

podrían identificarse con aquellos personajes y situaciones que reflejan, de alguna manera, uno o más aspectos de sus vidas, que comprenden su estilo de vida, género, sexualidad, etnia, perspectivas políticas, clase, nivel educativo, gusto, personalidad, etcétera. A veces es efectivamente así, lo que podría ser particularmente relevante para aquellos grupos que normalmente no encuentran representados sus perfiles sociales en los medios. Por ejemplo, los jugadores LGBTQ pueden encontrar personajes y circunstancias en un juego como *Gone Home* que pueden parecerse a sus propias vidas, hasta el punto de sentirse legitimados; como expresó Karla Zimonja cuando le preguntaron cuáles eran las principales emociones que la gente les transmitía: “las personas *queer* solían decirnos: ‘¡Esto nos legitima!’”.

Sin embargo, la mera introducción de personajes o aspectos en un juego que puedan parecerse a la situación social particular de alguien no resulta automáticamente en un proceso de *identificarse como* ese personaje. Como muestra Shaw en su investigación, la mayoría de los entrevistados no le dieron demasiada importancia al hecho de estar representados en los juegos que jugaban, ya que “las representaciones más diversas de las personas no benefician ni transforman el juego en sí mismo, sino más bien la cultura en general” (Shaw, 2014: 143). Por supuesto que los videojuegos pueden ser legitimantes y ayudar realmente, a quienes ocupan posiciones marginadas en la sociedad, a darse cuenta de que también son personas importantes, para los videojuegos como medio y para la cultura en general. Pero probablemente sean más útiles para mostrar la existencia de otras experiencias de vida al público en general. En el capítulo 3 discutimos la idea de que los videojuegos (en consonancia con las racionalidades neoliberales) transfieren a los jugadores la responsabilidad de representar la diversidad, a través de la personalización de los avatares. La debilidad de este enfoque nos resultaba patente; estamos de acuerdo con Shaw (2014: 143) en que el objetivo de “aumentar la representación en los juegos no es expandir las opciones de personalización y customización, sino crear más juegos que reflejen más modos de estar en el mundo” (Shaw, 2014: 143). Se trata de normalizar a los marginados. De ahí que lo importante es establecer conexiones entre distintas experiencias; haciendo posible el acceso a una gran gama de realidades para una audiencia más amplia.

En tercer lugar, existe una noción de identificación más prometedora, aunque definida más vagamente, que la concibe como una conexión multifacética entre un jugador y un personaje o situación de un videojuego, pero implicando diferentes grados de participación, empatía y (auto) reconocimiento. Esto quiere decir que, como vimos anteriormente, siempre existe una diferencia entre quien se identifica (con alguien o algo) y el destinatario de ese proceso de identificación. Las conexiones que se establecen entre los jugadores y los videojuegos son diversas, promiscuas, y no necesariamente se basan en identificadores de características previamente compartidas. Después de todo, la identificación se conceptualiza como “contextual, fluida e imaginativa” (Shaw, 2014: 64); una noción abierta que invita a los investigadores a “abrazar la diversidad de esas

experiencias” (Shaw, 2014: 70). En este caso, la identificación es una especie de conexión, un proceso por el que es posible relacionarse con otras personas, historias, situaciones y realidades. La clave de esta conexión no es necesariamente la similitud (no importa cuán grande o pequeña sea), sino más bien la vinculabilidad:

Dar a la gente otras perspectivas es bueno. Creo que es valioso en sí mismo. La empatía, creo, vendrá si intentas hacer que los personajes sean vinculables. (Karla Zimonja)

Pero que los personajes de, en este caso, *Gone Home* sean vinculables no los hace inevitablemente iguales o similares a alguien ubicado en una categoría social o grupo específico. La semejanza, o similaridad, no es el requisito previo para que se produzca la conexión (aunque puede ser importante en ciertos casos, como mostramos anteriormente). La vinculabilidad alude a la posibilidad (y a la capacidad) de comprender a alguien o algo y, al hacerlo, facilitar el surgimiento de conexión con esas situaciones, incluso si son completamente ajenas. Esto abre la oportunidad de dar a las personas otras perspectivas, sin obligarlas, ni siquiera temporalmente, a ocupar esas posiciones sin cuestionamientos, resistencias o distancia crítica. Shaw resume este enfoque a la perfección:

La identificación no es una conexión estática, lineal y mensurable con un personaje. Más bien se trata de vernos reflejados en el mundo y relacionarnos con imágenes de los demás. (Shaw, 2014: 70-71)

En estos procesos de identificación, una conexión exclusiva con un único personaje es inusual, y no suele ser determinante. Eso sería como establecer una conexión basada exclusivamente en una única correlación entre un jugador y un personaje, como si los autores de este libro pudieran imaginarse que son Guybrush Threepwood mientras ignoran los personajes restantes y el rico universo de situaciones, lugares y aventuras de *The Secret of Monkey Island* (LucasArts, 1990). Al abordar el contraste entre los procesos de identificación y desidentificación (Muñoz, 1999; Staiger, 2005), Shaw aprendió de las experiencias de los participantes de su investigación que “podemos disfrutar de textos que de ninguna manera son sobre nosotros, así como podemos sentirnos excluidos de textos que presumen ser sobre nosotros, pero no son fieles a nuestras experiencias” (Shaw, 2014: 78). En este sentido, y tras analizar los comentarios *online* relacionados con el juego *Gone Home*, podemos llegar a conclusiones similares y resaltar los entresijos de la empatía y la identificación en los videojuegos. Por ejemplo, incluso entre

jugadores LGTBI hay quienes piensan que *Gone Home* es un título estereotipado, insulso y estigmatizante que solo funciona para la autocomplacencia de aquellos que se consideran modernos, progresistas y liberales:

Hablando como alguien que debería relacionarse con la historia (supuestamente), es una representación bastante pobre. [...] Si la idea era retratar (estigmatizar) a las personas excesivamente dramáticas en nuestra comunidad, a las que les gusta amucharse para lloriquear con sus historias personales cursis sobre cómo las cosas fueron terribles para ellos y lo han logrado ahora (la mayoría permanecen atrapados en ese estado), entonces misión cumplida. Y si la idea era que algunas personas se sintieran reconfortadas con su propia apertura de pensamiento, gracias a una mirada alabatoria del tema, entonces también, misión cumplida. (Muskatnuss en Polygon, 2013)

Pero hay otras personas, que pueden identificarse como homosexuales o no, que consideran a *Gone Home* un juego atractivo y loable. Sin embargo, como destacan los siguientes comentarios, el simple hecho de tener elementos *queer* (sean los que sean) en un juego no necesariamente hará que sea más vinculable o atractivo:

Solo para dejar el tema en claro, y hablando como una persona gay, aunque definitivamente pasé por la experiencia *Gone Home* y la recomendaría, no elijo juegos solo porque tengan o no contenido gay. Juego juegos que me atraen en general. Si *Gone Home* hubiera sido un juego de mierda, entonces seguiría siendo un juego de mierda, tuviera o no contenido *queer*. El simple hecho de agregarle un elemento gay a un juego no me atrae automáticamente. (oxHano-verxo citado en Allen, 2014)

El proceso de identificación con un juego, sus personajes, su historia y su universo no es automático y no se basa necesariamente en identificadores específicos. Se trata, más bien, de un tipo de emergencia. Como se describe en el capítulo 4, los videojuegos son experiencias, y las experiencias están ahí para ser vividas, sentidas, disfrutadas y sufridas.

Por eso, la mediación que operan los videojuegos al conectar a los jugadores con diferentes circunstancias tiene más que ver con las resonancias de un conjunto de experiencias que con la reproducción exacta de experiencias vividas particulares. Experiencias de las experiencias de otros que, como vimos en capítulos anteriores, son reflexivas, realizadas y corporizadas:

Las realizaciones que apoyan la percepción se vivifican a través de encuentros, no de roles guionados en los que jugamos a fingir, sino en roles en los que mantenemos un encuentro reflexivo que permite que nuestra experiencia informe nuestra comprensión del otro. (Poremba, 2013: 361)

Al final, nos identificamos no solo con un aspecto de un videojuego, sino más bien con sus complejidades, con lo que se articula en él y en torno a él: la historia, los personajes, el universo, los eventos, las acciones, la mecánica, las reseñas, las experiencias de otros jugadores (a las que se accede en línea y fuera de línea), etcétera.

También es importante tener en cuenta que un videojuego rara vez es un texto fijo y autónomo. Los videojuegos no solo cambian a medida que interactuamos con ellos, sino que los desarrolladores de juegos los actualizan o parchean con frecuencia. Además, nuestra comprensión y nuestras opiniones de un juego, y nuestra identificación total o parcial con él estará influenciada por una amplia gama de elementos paratextuales, como la publicidad, las reseñas del juego, diversas opiniones e interpretaciones de otros, y mucho más. Cómo nos identificamos con un juego, y con qué nos identificamos, dista de ser un proceso sencillo.

La identificación a veces funciona mejor en un nivel evocativo e impreciso que en una dimensión específica y perfectamente medible. Este es el caso también del documental sobre la memoria de los videojuegos, *Memorias: más allá del juego*, dirigido por el cineasta Víctor Somoza, de 27 años, que buscaba conectar al público con los testimonios y sentimientos de otros jugadores:

Primero, se trata de que las personas sientan lo que se dice en la pantalla, hacerles sentir algo, evocar ese recuerdo y, segundo, de que se identifiquen con eso.

Esta conexión es al mismo tiempo literal y metafórica, concreta y abstracta, y al igual que la empatía, la identificación es un proceso que los videojuegos desencadenan: intencionalmente o no, los videojuegos hacen que las personas que los juegan puedan conectarse con otras realidades, en lugar de necesariamente escapar de ellas. Los videojuegos, por lo tanto, según Poremba (2013: 357) pueden verse como una "experiencia rica y de múltiples capas", mucho más compleja que la idea de que un jugador realmente se convierta en un personaje o experimente realmente un espacio virtual. Esta compleja relación es algo que los desarrolladores de *Life is Strange* (Dontnod, 2015) se tomaron en serio cuando intentaron abordar una situación particularmente difícil, la del *bullying* (y sus consecuencias potencialmente terribles). Mikel Koch, uno de los codirectores de

desarrollo del juego, habló en una entrevista sobre una historia particular que aborda los problemas de una niña que está siendo intimidada y acosada, también a través del ciberacoso, por sus compañeros de escuela. Koch afirmó que tenían que ser “cuidadosos como diseñadores y escritores para estar seguros de que el jugador está conectado con los personajes”, por lo que se sintieron obligados a “desarrollar la relación correcta entre Max [el personaje controlado por el jugador], el jugador y ella [la mujer intimidada]” (Skrebels, 2016).

Vemos que los procesos de empatía e identificación aplican de lleno a las experiencias que tienen lugar a través de los videojuegos, y que nos conectan con la realidad que nos rodea. En lugar de las experiencias inmersivas y absorbentes de quienes juegan a los videojuegos como una forma de escapismo, vemos que los videojuegos también son capaces de otro tipo de mediaciones: transforman nuestras experiencias de la vida cotidiana de maneras que multiplican, en lugar de romper, nuestros vínculos con la sociedad.

Los límites de los videojuegos como mediadores de la experiencia

A pesar de ser dispositivos potentes que realizan asociaciones inesperadas con los más variados agentes, los videojuegos también presentan limitaciones importantes a la hora de fomentar procesos de empatía e identificación. De hecho, la idea de los videojuegos como un medio para desarrollar respuestas empáticas, incluida la etiqueta antes mencionada de los *juegos de empatía*, ha generado duras críticas. Este es el caso de Anna Anthropy, desarrolladora de juegos que, entre muchos otros trabajos, creó el videojuego *Dys4ia* (Anthropy, 2012) que intenta recrear parcialmente su experiencia como mujer trans y el proceso de someterse al tratamiento de reemplazo de hormonas. El juego fue ampliamente elogiado, y todavía lo es, como un videojuego que puede ayudar a los jugadores a ponerse en el lugar de las personas trans. Sin embargo, esta conceptualización del juego fue fuertemente repudiada por la misma Anthropy (2015) en una publicación en su sitio web en la que critica fuertemente la noción de juegos de empatía:

La etiqueta “juegos de empatía” no indica otra cosa que la farsa de utilizar un juego como sustituto de la educación, como una forma de pretenderse “aliado”. Podrías pasar horas caminando con un par de tacones número 44 para ganar uno o dos puntos, ¡algunas personas lo hicieron de hecho!, (4) y aún no sabrías nada de la experiencia de ser mujer trans, ni de cómo ser su aliado. Ser un aliado requiere trabajo, requiere que examines tu propio comporta-

miento, es un proceso continuo sin punto final. Que la gente esté ansiosa por usar los juegos como un atajo, como una forma de sentir que ya han hecho el trabajo y excusarse de seguir educándose, eso me enoja y me disgusta. No sabes lo que es ser yo.

Anthropy considera que los videojuegos son capaces de “comunicar información y experiencias significativas” (Anthropy, 2015) pero que nunca pueden replicar por completo las complejidades y matices de las experiencias de otras personas, especialmente de quienes ocupan una posición marginada. En particular, desprecia la forma en que la etiqueta de juegos de empatía ha sido utilizada y distribuida, principalmente, “por los que tienen más privilegios y menos voluntad para mejorarse a sí mismos” (Anthropy, 2015). El atractivo de “jugar a ser como el otro” (Shaw, 2014: 176) implica un riesgo de apropiación cultural y política (Nakamura, 2002), lo que está lejos de ser un detonante de conductas empáticas. En particular, se pueden establecer aquí paralelos con la crítica de los videojuegos deportivos realizada por David J. Leonard (2004). Leonard sostiene que, aunque videojuegos como *NBA Live* (1994-2009; 2013 hasta la fecha) y *Madden NFL* (EA Sports, 1988-hasta la fecha) de EA Sports permiten que una masa de jugadores predominantemente blancos juegue con los personajes de las estrellas deportivas negras, esto no hace nada para “desestabilizar las nociones dominantes” o “romper barreras”, sino que a la inversa, refuerza los estereotipos dominantes del atletismo negro, y para el jugador blanco actúa como una especie de maquillaje *blackface*.

Puede que incluso se puedan dar casos en los que los videojuegos van más allá de la “ineficacia empática”, o de las apropiaciones culturales a manos de sectores dominantes y privilegiados, y tengan otras consecuencias negativas imprevistas. En un artículo para *The Guardian*, Simon Parkin (2016) señala el ejemplo de *Spent* (5) (McKinney, 2011), un videojuego *online* gratuito sobre cómo sobrevivir a la pobreza y la falta de vivienda en el contexto de Estados Unidos. El juego tiene como objetivo que los jugadores comprendan a las personas que viven en la pobreza para generar una corriente de empatía hacia los más necesitados. Sin embargo, *Psychology Today* (Roussos, 2015) realizó un estudio que sugería que muchos de los que jugaban al juego no se veían afectados por este y, además, había algunos participantes en los que tenía un efecto negativo (incluyendo a algunos jugadores que empatizaban con los pobres de antemano). Parece que el problema reside “en la mecánica del juego, que deja a los jugadores con la impresión de que las personas que viven en la pobreza pueden cambiar sus circunstancias simplemente cambiando sus elecciones personales” (Parkin, 2016). Se podrían establecer aquí paralelismos con los argumentos que presentamos en el capítulo 3, que destacan los videojuegos como un ejemplo de cultura neoliberal por excelencia. Los videojuegos tienden a cuantificar lo no cuantificable y a convertir situaciones sociales complejas en elecciones racionales simples. Por ejemplo, comprar alcohol en lugar de comida puede no parecer la opción más racional para alguien que vive en la pobreza,

pero para esa persona puede ser una adicción, una forma de aliviar el dolor de su situación o incluso el único placer disponible. Lo que realmente se siente al vivir en la pobreza extrema nunca se puede comunicar en un videojuego, y convertir el tema en un asunto de simples elecciones racionales equivale a simplificar terriblemente sus aspectos complejos y multifacéticos. Por lo tanto, Parkin llega a la conclusión de que, aunque los juegos pueden “crear empatía y profundizar nuestra comprensión de los sistemas sociales”, también “refuerzan valores problemáticos de manera profunda”. En una línea similar, Gorry (2009: 11) centra su preocupación en el modo en que la cultura digital “al exponernos al dolor y sufrimiento de tantos otros sujetos, también podría adormecer nuestras emociones, distanciarnos de nuestros semejantes y atenuar nuestras respuestas empáticas a sus desgracias”, y añade que “en nuestra vida en la pantalla, es posible que sepamos más y más de los demás, pero que nos importe cada vez menos”. Esto podría describirse como un proceso de empatía disonante por el cual los videojuegos, lejos de conectarnos con otras realidades, nos están alejando aún más de ellas.

Otros casos también señalan las dificultades, si no la imposibilidad, de transmitir una experiencia. Esto es perfectamente visible en una campaña que UNICEF lanzó en 2014 para crear conciencia sobre la situación de los niños en Sudán del Sur. Enviaron a un actor para simular el lanzamiento de un nuevo videojuego frente a una audiencia de jugadores, desarrolladores y periodistas de videojuegos, que estaban convencidos de que el lanzamiento era real, en la convención de Video Gamers United, en Washington, DC. (6) El juego se titulaba *Elika's Escape*: el jugador debía controlar a una niña de siete años, Elika, en las situaciones extremas de un conflicto bélico. El objetivo del juego era que ella y su hermano pequeño sobrevivieran en esas condiciones particulares. *Elika's Escape* supuestamente comienza cuando la madre de Elika muere de cólera, su hermano mayor es asesinado por defenderla de los atacantes y ella huye con su hermano menor. En ese momento de la presentación, el actor a cargo del lanzamiento gritó con entusiasmo: “¡Llevamos el nivel de horror de este juego incluso a los bebés! ¿Estamos todos viéndolo, ¿no?”. Pero la reacción de los espectadores fue de notable malestar: no les quedó nada del entusiasmo inicial antes de que supieran de qué se trataba el videojuego. El presentador continuó contando la historia de Elika: ahora el jugador llega a un campo de refugiados sin comida ni las condiciones sanitarias más elementales. Para sobrevivir y salvar a su hermano pequeño, Elika, es decir el jugador, debe decidir si se somete a la prostitución para obtener el dinero que necesitan. Es entonces cuando varios asistentes salieron del salón, disgustados con lo que estaban presenciando. Después de esto, el actor le pasó el micrófono a Mari Malek, una refugiada de Sudán del Sur, en cuya vida se basa *Elika's Escape*: “Esto no es un juego”, dijo. “La historia de Elika es cierta, es la mía, la de muchos de los niños de Sudán del Sur que están pasando por esta experiencia en este momento”. En el video de UNICEF, afirman que “lo que es demasiado para un videojuego les sucede a diario a los niños en Sudán del Sur”. Esto

demuestra la *intraducibilidad* de determinadas experiencias, y evidencia los límites y las grandes dificultades del medio a la hora de comunicar y expresar esas realidades extremas para crear experiencias de juego basadas en ellas.

Todo esto nos muestra que es compleja la relación que los jugadores pueden tener con los videojuegos, sus ricos universos y la realidad, y que, aunque los videojuegos tienen el potencial de fomentar respuestas empáticas, no se trata de una conexión que se establezca fácilmente. No importa qué tan cerca o lejos estemos de las circunstancias descritas en esos videojuegos, qué tan complejas o simples sean las situaciones reproducidas, o incluso si hay aspectos de una experiencia que son por definición irrepresentables, viviremos (o no) diferentes grados de conexión con ellos en función de los procesos que faciliten o impidan las (des)asociaciones.

Haraway ofrece una solución o una forma de sortear este problema: no se trata de construir un dispositivo universal para transmitir cualquier experiencia a cualquiera, sino de una forma de traducir las experiencias entre diferentes personas y culturas: necesitamos una “red mundial de conexiones, incluida la capacidad de traducir parcialmente los conocimientos entre comunidades muy diferentes (y con poder diferenciado)” (Haraway, 1991: 187). Por tanto, no se trata de tener la misma experiencia que tienen los demás, sino de una forma de conectar con ellos y comprender parcialmente su situación. La identificación y la empatía no son experiencias absolutas sino mediadas. Los videojuegos, como cualquier tecnología (biológica o de otro tipo), son entidades activas y capaces de producir nuevos significados, agregándole capas a la experiencia y ocultando otras. Por eso preferimos hablar de conectarnos con diferentes aspectos de una situación determinada, en lugar de empatizar o identificarnos por completo con el otro.

Conclusiones

En este capítulo hemos visto que los videojuegos no se tratan solo de “escapismo”, sino que hemos podido demostrar que los videojuegos también son dispositivos de mediación que nos permiten vivir situaciones por las que nunca hemos pasado o por las que no pasaríamos de otra manera. Esto nos brinda la oportunidad de fomentar procesos de empatía e identificación entre los jugadores como una forma de conectar con las circunstancias y las personas, ya sean familiares o ajenas a nosotros. Los videojuegos no solo funcionan como sofisticados instrumentos de escapismo, sino que también pueden abrir múltiples caminos hacia otros aspectos de la realidad que pueden ayudarnos a (re)conectarnos con ella de formas imprevistas.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas son experiencias de juego, que pueden transmitir algunos aspectos de las experiencias que están recreando, representando o simulando, pero que no son la experiencia en sí. Como mostramos en el capítulo 4, la actualización o realización es una noción clave para entender no solo los videojuegos como experiencia, sino también la forma como funciona la realidad. Reflexionando sobre la relación entre los métodos de estudio de la realidad y la realidad estudiada, John Law dice que los métodos “participan en la actualización de esas realidades” y no son “solo un conjunto más o menos complicado de procedimientos o reglas, sino más bien una profundidad interconectada” (Law, 2004: 45). De la misma forma, los videojuegos como experiencias no son solo una forma de descubrir o representar una realidad, sino que también participan activamente de la puesta en escena de esas realidades que se traducen en una experiencia de juego. La relación entre el jugador y las realidades expresadas en un videojuego no se define, por tanto, en términos de correspondencia, sino de conexión, emergencia o realización. Los videojuegos son un conjunto de experiencias.

1- <http://edition.cnn.com/specials/middleeast/syrian-refugees/> [Última consulta: 14/04/2023].

2- <http://www.blog.radiator.debate.us/2017/06/the-tearoom-as-record-of-risky-business.html> [Última consulta: 14/04/2023].

3- Definición extraída del sitio web de Educational Simulations: <http://www.educationalsimulations.com/>

4- Hace referencia a la exhibición de arte interactiva en Babycastles que presentaba un par de botas viejas y usadas que pertenecían a Anthropy, un podómetro y una pizarra. Se animó a los visitantes a caminar con sus zapatos, medir la distancia caminada con el podómetro y luego registrar su puntuación en la pizarra (un punto por milla). La instalación fue producto de la respuesta irónica que le dio a alguien que le pidió permiso para exhibir *Dis4ria* como una forma de mostrar cómo los videojuegos podían “hacernos empatizar con los demás al dejarnos caminar una milla en sus zapatos” (Anthropy, 2015).

5- <http://playspent.org/html/>

6- El lanzamiento se grabó para registrar las reacciones de la audiencia y utilizar el video para su campaña. Se puede acceder al video aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=iN6Wc-9r3l4> [Última consulta: 18/04/2023].

6. VIDEOJUGADORES Y (POST)IDENTIDAD

Introducción

La identidad es una noción difícil de abordar. Quienes la estudian a menudo intentan determinarla sin siquiera mencionarla de manera explícita. Paradójicamente, para comprender la identidad debemos huir de ella. Stuart Hall (1996: 2) la define como una noción que opera “bajo borrado”, es decir, “una idea que no se puede definir a la manera antigua, pero sin la cual ciertas cuestiones clave no se pueden pensar en absoluto”. Su punto aquí es que el concepto de identidad ya no es útil ni aplicable por un lado, pero por otro parece que no tenemos una alternativa adecuada para reemplazarlo.

De manera muy general, podemos ver la identidad como las formas en que nos definimos individual y colectivamente y como los procesos mediante los que nos identificamos y nos diferenciamos de los demás. La identidad toma diferentes formas, que van desde sus conceptualizaciones más esencialistas basadas en ideas del ser (y por lo tanto bastante sólidas) y las que se basan en actos, en el hacer, y que tienden a ver la identidad de forma más fluida. La primera idea de identidad como conjunto suele asociarse con sociedades premodernas y modernas, mientras la segunda forma de ver la identidad como más fluida a menudo se vincula con la modernidad tardía o posmodernidad. Por lo tanto, con frecuencia se argumenta que vivimos en tiempos en que las identidades se vuelven más flexibles e incluso esquivas, pero las configuraciones residuales de identidad tampoco han desaparecido.

En este capítulo, exploraremos la naturaleza contemporánea de la identidad en relación con los videojugadores y su comunidad. En particular, nuestra hipótesis es que los videojuegos brindan un punto de vista útil para observar uno de los procesos sociales más complejos, debatidos y esquivos: la formación de la identidad. El capítulo comienza con una breve revisión de algunas de las discusiones teóricas sobre la identidad o, más precisamente, sobre la crisis relacionada con la identidad que se ha producido en las ciencias sociales en los últimos años. Después, y principalmente a partir de nuestras entrevistas, analizamos las diferentes conceptualizaciones del videojugador y de las comunidades formadas en torno a los videojuegos.

Esto nos ayudará a conectar estas conceptualizaciones más discursivas de la identidad con las discusiones teóricas previas, que esperamos arrojen nueva luz sobre los procesos contemporáneos de identidad y formación comunitaria. Finalmente, veremos el surgimiento de la postidentidad; en el que los procesos de formación de la identidad cambian radicalmente y se pone en peligro su propia noción. En particular, sostenemos que la cultura de los videojuegos se anticipa y nos ayuda a comprender nuevos modos de significado y procesos de construcción de identidad.

La cuestión de la identidad en la sociedad contemporánea

Parece inevitable que cualquier reflexión sociológica sobre la identidad comience con una digresión, pero trataremos de no quedarnos demasiado tiempo en un territorio que podría ser el reino de los fantasmas o, como Beck puede verlo, de las “categorías zombis” (ver Beck y Beck-Gernsheim, 2001).

Debemos comenzar admitiendo que el término identidad se ha convertido en una boya sociológica: es un concepto al que se aferran los sociólogos y que nos permite pensar en términos sociológicos sobre determinados aspectos de la realidad social aunque, fuera de las conversaciones sociológicas, las discusiones sobre la identidad a menudo están ausentes, si no son extrañas o incluso obscenas. Sin embargo nosotros, como muchos otros, nos aferraremos a esta boya sociológica al menos por ahora, ya que todavía proporciona una herramienta analítica útil para comprender la naturaleza contemporánea de los videojuegos y su comunidad.

Inicialmente, queremos destacar de qué maneras *no* deseamos acercarnos a la identidad: como entidad sustancial, como unidad total, o como algo que permanece inmutable en el tiempo. En otras palabras, no vemos la identidad como esa “parte del yo que permanece siempre siendo la misma” (Hall, 1996: 3). A partir de aquí, hay varias opciones. Pero antes de hacer avanzar nuestra discusión, es útil comenzar con una definición básica y funcional de identidad, como la ofrecida por Richard Jenkins (2008: 18):

La identidad es nuestra comprensión de quiénes somos, de quiénes son otras personas y, recíprocamente, también la comprensión que esas otras personas tienen de sí mismas y de los demás (lo que nos incluye a nosotros). Es un asunto muy práctico, sintetizando relaciones de semejanza y diferencia.

Esta definición de identidad engloba los aspectos fundamentales del concepto, en el sentido de que define la identidad como una forma de representarnos a nosotros mismos y a los demás que se construye en torno a la tensión entre lo que nos hace similares y diferentes. Una vez que hemos establecido los aspectos fundamentales de cómo se emplea con mayor frecuencia este término, el lugar al que nos dirigimos desde aquí es más abierto.

En particular, la identidad puede verse como fuerte, sólida y permanente, o como flexible, fragmentada y temporal. En otras palabras, puede verse de forma esencialista, es decir como lo que alguien es, o más bien como una disposición y, por lo tanto, como parte de un proceso de identificación. Exploraremos estas ideas y otras a lo largo del capítulo; sin embargo, la literatura existente en ciencias sociales sobre identidad es tan vasta que no es posible cubrirla totalmente, ni siquiera de manera superficial. Entonces, para una introducción a los principales debates en esta área, recomendamos los trabajos de Jenkins (2014), Lawler (2014), Hall y Du Gay (1996), y Burke y Stets (2009); mientras que en este capítulo nos centraremos específicamente en cómo la identidad se cruza con la naturaleza contemporánea de los videojuegos. Sin embargo, como paso previo, es necesario reflexionar un momento sobre la naturaleza contemporánea de la identidad y el camino donde estamos actualmente.

Identidad en crisis

En esta sección nos centraremos en la identidad como noción en crisis. Ha habido un diagnóstico generalizado entre los teóricos sociales contemporáneos que sugiere que algunas de las instituciones fundamentales de la modernidad están en crisis o en decadencia; una idea perfectamente encapsulada en la idea de Ulrich Beck (2002) de “categorías zombis”, es decir, ideas que se mantienen vivas, más comúnmente entre científicos sociales, para describir fenómenos sociales que ya no existen, o ciertamente no en la forma en que se teorizaron inicialmente. Entre otros casos, este diagnóstico se materializa en *A Runaway World* (Giddens, 2002), *The Postmodern Condition* (Lyotard, 1984), *Liquid Modernity* (Bauman, 2000), *Risk Society* (Beck, 1992), *The Decline of Institution* (Dubet, 2006) o *The Coming Community* (Agamben, 1993). El proyecto moderno de la Ilustración muestra entonces signos de agotamiento y surge un período de incertidumbre que numerosos académicos han intentado caracterizar y nombrar de diferentes maneras. Se despliegan varios títulos de “lo post-”: posmodernidad (Lyotard, 1984; Lyon, 1999; Jameson, 1990), sociedad postindustrial (Touraine, 1971; Bell, 1976), sociedad postcapitalista (Drucker, 1994), o incluso post posmodernidad (Kirby, 2006); junto a otras que intentan captar la “esencia” de nuestra sociedad actual como la sociedad en

red o la era de la información (Castells, 2010), la modernidad líquida (Bauman, 2000), la modernidad reflexiva (Beck, Giddens y Lash, 1994), la cibernsiedad (Jones, 1998) o la sociedad del conocimiento (Stehr, 1994). Independientemente del término utilizado, todos coinciden en apreciar que “lo social” se ha vuelto algo más fluido, inestable, arriesgado, sin rumbo, fragmentado o incluso sin sentido.

Eso implica que los modelos modernos de construcción de identidad y significado social han cambiado drásticamente. Teniendo en cuenta estos diagnósticos, es posible concluir que las identidades modernas al menos se han descentrado, si es que no han desaparecido del todo. Asistimos, entonces, al surgimiento de nuevos tipos de identidad y nuevas formas de construir universos sociales de significado. La forma en que hemos entendido la realidad social durante casi un siglo ha cambiado radicalmente y esta transformación puede que apenas haya comenzado.

En estos análisis de la sociedad contemporánea, encontramos ciertas analogías con lo que se puede considerar como parte de la mitología fundacional de la sociología como disciplina. A menudo se considera que la sociología emerge en un período de cambio social traumático y fundamental, con el nacimiento de la modernidad en los siglos XVIII y XIX. En otras palabras, lo que Durkheim (2013) describió como el cambio histórico de sociedades gobernadas por una “solidaridad mecánica” hacia aquellas gobernadas por una “solidaridad orgánica”, o lo que Weber (1968) describió como el proceso de racionalización en las sociedades occidentales que llevó a una creciente burocratización e individualización de la sociedad. En resumen, la ya clásica distinción entre comunidad y sociedad, que Tönnies (2001) definió en su distinción entre *Gemeinschaft* y *Gesellschaft*.

Asimismo, muchos comentaristas sociales han afirmado que estamos asistiendo a otro período de gran convulsión y cambio social y que, al igual que con el nacimiento de la modernidad, podemos destacar dos aspectos principales de estos tiempos: la existencia de una realidad inestable, y una crisis en el sentido y las formas de identidad. Además, en nuestra sociedad contemporánea, el origen de la crisis actual se remonta precisamente al desarrollo de la Ilustración, y se considera como la forma en que este proyecto llegó al extremo.

Con el nacimiento de la modernidad, se considera que una versión de la realidad premoderna (y probablemente idealizada), en la que el significado de la vida social se daba por sentado cambia a una forma en la que el significado social se problematiza, se planifica, se construye (Berger y Luckmann, 1997: 80). Una vez que se eliminaron los mecanismos de autorregulación de las comunidades premodernas, la cuestión del control social se volvió mucho más central en la modernidad. Esto impulsó el nacimiento de lo que conocemos, en términos foucaultianos, como la cuestión de la “gubernamentalidad” (Foucault, 1991), una noción que abarca la idea del poder soberano, la disciplina, la biopolítica y las tecnologías del yo, y que puede definirse como “el

terreno común de todas nuestras formas modernas de racionalidad política, en la medida en que interpretan las tareas de los gobernantes en términos de una supervisión calculada” y maximización de las fuerzas de la sociedad (Rose, 1999a: 5).

La sociedad emerge entonces como una realidad planificada. Lo social está diseñado explícitamente (Bauman, 1989: 54), desplegándose en su interior una miríada de elementos, técnicas y procesos que permiten gobernarlo (Rose, 1999b: 51-55). Es entonces con los albores de la modernidad y con el auge del Estado moderno cuando, como sugiere Zygmunt Bauman (2004: 20), nace la identidad como problema y, también, como tarea. En las sociedades premodernas (el reino de la *comunidad* en la teoría de Tönnies), no era posible pensar en términos de identidad; porque preguntarte “quién eres” solo tiene sentido “si crees que puedes ser alguien más” (Bauman, 2004: 19). En el mundo premoderno, la identidad estaba determinada por el nacimiento y había muy pocas ocasiones en las que pudiera cambiar. Las identidades eran sólidas e incuestionables porque se daban por sentado; de ahí que la identidad como noción no tuviera sentido en un mundo premoderno pero, paradójicamente, como veremos, posiblemente lo mismo podría decirse ahora en la sociedad contemporánea.

Por eso, con la modernidad llega el momento en que la identidad adquiere todo su significado y se convierte en una de aquellas “tareas que los individuos tienen que realizar” a través de sus “biografías” (Bauman, 2004: 49). Se trata, según Giddens (1990: 121), “de la búsqueda de la propia identidad”, o “la construcción del yo como proyecto reflexivo”, el espacio en el que los individuos deben encontrar “su identidad en medio de las estrategias y opciones que brindan los sistemas abstractos” (Giddens, 1990: 124).

La identidad como proyecto o búsqueda, en comparación con la atribución premoderna de identidad al nacer, a menudo se veía como un acto de liberación por el que los individuos buscaban desarrollar todo su potencial y convertirse en su “verdadero” yo. Sin embargo, aunque estas eran identidades modernas que los individuos debían elegir y perseguir activamente, como sugiere Bauman (2004: 49), sus trayectorias estaban “dispuestas sin ambigüedades” y cada clase tenía sus “trayectorias profesionales”, que estaban “marcadas con hitos”. Por lo tanto, aunque la identidad se convierte en un proyecto, es un proyecto que hay que recorrer en etapas, como una carrera de posts con puntos fijos; se trata de convertirnos en quienes estábamos destinados a ser.

Sin embargo, como sostiene Bauman (2004: 53), la idea de una “identidad cohesiva, firmemente anclada y sólidamente construida” se convirtió progresivamente en una limitación de “la libertad de elegir” y, por lo tanto, las identidades comenzaron a licuarse. La modernidad estaba destinada a eliminar la ambivalencia, pero dio como resultado su crecimiento exponencial: “en este contexto surge la mayor parte de la ambivalencia y la inseguridad y, por lo tanto, la mayoría de los peligros percibidos” (Bauman, 1993: 214).

Transformando la construcción de la identidad en un proyecto individualizado, la modernidad líquida erosiona las formas colectivas de identidad y asociación. De ahí que las certezas de la vida social y los fundamentos de la identidad moderna, como la clase social, la ocupación, la familia y la ubicación geográfica, comiencen no solo a erosionarse sino también a convertirse en obstáculos. En un mundo cada vez más cambiante y líquido, las identidades establecidas se vuelven redundantes, peor aún, se convierten en impedimentos para la supervivencia en un mundo en constante cambio.

En este sentido, las identidades se reinventan de formas extrañas, fragmentadas y múltiples. Según Bauman (2000: 82), la "búsqueda de identidad" es "una lucha para detener o ralentizar el flujo, solidificarlo, dar forma a lo informe". Al igual que con las nociones de comunidad, la identidad constituye una sensación de seguridad, una sensación de estabilidad, de saber quiénes somos y dónde estamos. En consecuencia, Bauman (2000: 82) escribe:

Siempre que hablamos de identidad hay en el fondo de nuestras mentes una imagen tenue de armonía, lógica, coherencia: todas esas cosas que el fluir de nuestra experiencia parece (para nuestra perpetua desesperación) carecer de manera tan grosera y abominable.

Pero a diferencia de la modernidad, ya no hay una trayectoria establecida, ya no hay un yo "real" hacia el que nos dirigimos. Ahora las identidades se convierten en producto de las elecciones del consumidor. Bauman (2005: 23) dice que "la nuestra es una sociedad de consumo". Por supuesto que todas las sociedades son sociedades de consumo, en mayor o menor medida, pero Bauman (2005: 24) sugiere que hay algo "profundo y fundamental" en la naturaleza de la sociedad de consumo contemporánea que la distingue de todas las demás sociedades.

Lo significativo es que Bauman sostiene que todas las sociedades anteriores han sido principalmente sociedades productoras. Antes de que un individuo pudiera participar plenamente en la sociedad tenía que ser parte del proceso de producción, y la posición de un individuo dentro del orden social se basaba en su ubicación dentro de este proceso. Sin embargo, en "nuestra" sociedad de consumo, un individuo "necesita ser primero que nada un consumidor, antes de pensar en convertirse en algo en particular" (Bauman, 2005: 26). Según Bauman, es el consumo aquello que define quiénes somos y quiénes podemos ser. Por lo tanto, nuestras identidades se vuelven fluidas, flexibles, cada vez más basadas en las elecciones individualizadas de los consumidores, que pueden cambiar fácilmente para satisfacer las necesidades de nuestro mundo líquido.

En esta nueva sociedad de consumo, sostiene Hayward (2012: 214), el capitalismo de consumo apunta a "socavar y erosionar las etapas establecidas del ciclo de vida en la búsqueda de beneficios corporativos". Las etapas bien establecidas de

progresión de la edad, desde la niñez hasta la juventud y la edad adulta, se han erosionado (como etapas de la formación de la identidad), ya que estas capas etarias bien divididas no sirven ya a los propósitos de una sociedad neoliberal capitalista avanzada. Esta sociedad de consumo vende la idea de que podemos elegir ser quienes queramos ser (reflejando las racionalidades políticas asociadas con el neoliberalismo que vimos en el capítulo 3); ya se trate de un joven que quiere ser mayor o de un adulto que intenta aferrarse a su juventud. La falta de seguridad se convierte no solo en un hecho de la naturaleza sino también en algo deseable. Significa ausencia de responsabilidades (adultas), no quedarse nunca quieto, no asentarse. De esta forma, la cultura del consumidor se infantiliza, particularmente entre los hombres (Smith, 2014). Esta idea les ofrece (especialmente a los hombres mayores) una “vida de ocio” (Blackshaw, 2003), libre de responsabilidad, donde la vida se convierte en una serie de estilos de vida intrascendentes y elecciones divertidas.

Por ejemplo, la identidad del videojugador y su sentido de comunidad se representan a través de ciertas actividades y elecciones de consumo que la reproducen y le dan una consistencia temporal, aunque inestable: leer reseñas de juegos, participar en foros en línea y redes sociales, comprar juguetes, *merchandising* y *souvenirs* relacionados con videojuegos, asistir a eventos de videojuegos, usar guías de juegos y hablar sobre videojuegos con otros. La materialidad de la identidad del jugador se sustenta y expresa a través de los diversos elementos que, según Zelda (mujer, 25 años, jugadora levemente autoidentificada y muy involucrada en la cultura de los videojuegos), mantienen el juego “en marcha durante el tiempo que sea posible”: figuras, carteles, objetos firmados, camisetas y fotografías. De esta forma, Zelda sugiere que pertenecer a la comunidad de jugadores es un acto que se puede realizar a través del consumo: “A veces me gusta comprar cosas que demuestren que soy un jugador”. Esta práctica describe, de acuerdo con Miller y Rose (2008: 101), un proceso de “afiliación a comunidades de estilo de vida a través de prácticas de consumo” que “desplaza dispositivos más antiguos de formación de hábitos que imponían obligaciones a los ciudadanos como parte de sus responsabilidades sociales”.

Por lo tanto, en nuestra sociedad líquida, tardomoderna y contemporánea, las identidades se vuelven irrelevantes a la vez que conforman una preocupación central para todos nosotros. Al igual que ocurre con la idea de comunidad (véase Bauman, 2001), la identidad se vuelve fluida, incluso esquiva, lo que (irónicamente) la hace aún más importante y aún más deseable. Las cosas que no podemos captar del todo son a menudo aquellas a las que nos esforzamos más por aferrarnos. Exploraremos empíricamente algunas de estas preocupaciones en torno a la noción de identidad a través de la categoría del videojugador, que encarna las principales características que definen la naturaleza contemporánea de la identidad y, además, nos muestra lo que le espera a la noción.

El enigma del jugador

Quando le preguntamos a Alfred, 26 años, jugador de videojuegos dedicado, si se consideraba jugador, su respuesta fue clarísima: “¿Si me definiría como un jugador? ¡Sí!”. Luego elaboró el punto, afirmando que el tema estaba claro para cualquiera: “Yo soy esto”, dijo, los videojuegos “son la esencia misma de todo lo que hago”. Esta adhesión entusiasta a la identidad del videojugador contrasta con la respuesta de Elisabeth (mujer, 25 años, jugadora que no se autoidentifica a sí misma como jugadora) a la misma pregunta: “No. ¡Definitivamente! Mil veces diría que no, no y no”. Alfred y Elisabeth están en los extremos del espectro de (auto)identificación del videojugador. Uno se identifica claramente con una identidad de videojugador, la otra la niega y corta cualquier conexión con esa categoría. La identidad del “jugador” es poderosa porque toma, en mayor o menor grado, la forma de las articulaciones políticas, culturales y sociales. Es algo a la vez sólido y volátil, y fomenta las lealtades de la misma manera que permite la promiscuidad de la identidad; a veces es una etiqueta casual que se vuelve ampliamente inclusiva y, en otras ocasiones, es tan restrictiva que llega a ser muy excluyente. La identidad del videojugador es en muchos sentidos una construcción de límites, hasta el punto de superar la noción misma de identidad. El “videojugador” es una categoría que causa incomodidad y, como tal, es una forma útil de explorar cómo se forma y se disuelve la identidad en la sociedad actual.

Para comprender cómo funcionan las identidades en torno a los videojuegos, es útil comenzar por considerar hasta qué punto los entrevistados se identifican como jugadores y cuán importante es “ser videojugador” para ellos. La noción de identificación es, como vimos en el capítulo 5, fundamental para estas discusiones. Según Hall (1996: 2-3), la identificación es una “construcción, un proceso nunca completado” y, lo que es más importante, también es un proceso que vincula a los individuos con otras personas sin fusionarse completamente con ellos. En este sentido, el proceso de identificación implica que la identidad es, ante todo, un concepto estratégico y posicional, y no lo que señala “ese núcleo estable del yo” (Hall, 1996: 3). Las identidades están, al final, “constituídas al interior, y no fuera de la representación” (Hall, 1996: 4). Esto significa que las propias representaciones de los individuos respecto de quiénes son, junto con las representaciones que otros tienen de ellos, son cruciales para la formación de su identidad. Basándose en la teoría de Althusser (1971), Hall (1996: 5-6) sostiene que la identidad es “el punto de encuentro” entre “los discursos y prácticas que intentan interpelarnos” y los procesos que “nos construyen como sujetos hablados”. La identidad es, entonces, el resultado de la intersección entre el punto donde queremos estar y lo que otros quieren que seamos.

Por su parte, hay quienes están muy involucrados en la cultura de los videojuegos y consideran que ser videojugador es una gran parte de su identidad. Alfred es, obviamente, uno de ellos. Menciona el tema varias veces durante la entrevista: “No sé si escuchas esto mucho, pero creo que los juegos de computadora siempre han sido una gran parte de mi vida”. No está solo en esta fuerte asociación con una identidad de jugador. Carl (hombre, 28), otro entusiasta videojugador, expresó sentimientos similares:

Creo que es una gran parte de mi identidad. Quiero decir, hay muchas cosas que componen lo que soy, [...] pero los videojuegos son una gran parte de mi vida.

Por lo tanto, aunque Carl reconoce que los videojuegos son solo una de las muchas cosas que definen su identidad, tiene muy claro que juegan un papel importante en quién es él, en su identidad. Tanto para Carl como para Alfred, los videojuegos son una gran parte de sus vidas. Además, se ha dicho que esta fuerte identificación, basada en un tipo de consumo cultural, está particularmente asociada a la cultura del videojuego. Por ejemplo, Klimmt *et al.* (2009: 363) argumentan que “los modelos de experiencias de los videojuegos interactivos pueden afirmar la utilidad de la ‘identificación’ con una legitimación especialmente fuerte”, mientras que Gee (2003: 58) caracteriza la identificación de jugadores de videojuegos con personajes de juegos como “bastante poderosos”, trascendiendo los procesos de identificación que tienen lugar “en novelas o películas”. De manera similar, King y Krzywinska (2006: 168-169) argumentan que, debido a la “naturaleza activa del juego”, los jugadores parecen estar más “directamente implicados que los consumidores de medios tradicionales”. Estos autores consideran que los juegos son “fuentes potentes de interpelación” y que los jugadores están “más literalmente interpelados” (King y Krzywinska, 2006: 197), lo que conduce a una forma de interpelación que constituye al jugador de videojuegos como jugador o videojugador. Esto promueve una conciencia generalizada y fuerte del jugador como una posición de sujeto que ocupa quien juega a los videojuegos.

La fuerte afiliación e identificación que tienen algunos jugadores se usa a veces para criticarlos a través de estereotipos negativos, como adictos, *geeks* obsesionados, violentos o intolerantes. Sin embargo, en nuestra opinión, esto hace que la identidad y las afiliaciones del juego sean particularmente interesantes, al menos desde un punto de vista sociológico. ¿Qué tienen los videojuegos y sus construcciones de identidad para convertirlos en poderosos artefactos sociales? Creemos que la respuesta no debería ser ignorar la etiqueta “jugador”; por el contrario, tenemos que lidiar con ella, diseccionarla y comprender cómo se forma. Como sociólogos, estamos aquí para comprender los procesos que dan como resultado determinadas

definiciones de la realidad, incluyendo, en la medida de lo posible, a todos los actores que participan en la construcción de esta definición.

A la hora de definir qué es un jugador, Carl, Alfred y Elisabeth representan diferentes articulaciones de la categoría, en un arco semántico que va desde las definiciones más restrictivas, puristas y elitistas del videojugador a las más abiertas, vagas e inclusivas; incluidos aquellos que explícitamente no se identifican como jugadores. Es en este espectro de la identidad, y en su exterior constitutivo (Butler, 1993), donde se imagina y realiza la posición de sujeto del videojugador. Por esta razón, exploraremos cinco categorías no excluyentes, entendidas como herramientas de representación (tipos ideales) en lugar de identidades fijas, que nos ayudan a entender la identidad del videojugador como una construcción fluida, flexible e inestable: “jugador *hardcore*-subcultural”, “jugador casual”, “jugador como *gourmet* o *connoisseur*”, “intelectual de la cultura” y “todo el mundo es un jugador”.

Jugador *hardcore* y subcultural

El “jugador *hardcore*” es una clasificación restrictiva y excluyente. Esto también podría denominarse la versión clásica o canónica del “gamer”, que nació “en la anomalía histórica de las décadas de 1980 y 1990 cuando los videojuegos eran jugados solo por una pequeña parte de la población” (Juul, 2010: 20). En este sentido, el jugador *hardcore* es inseparable de la formación del juego como una subcultura que se produjo en la década de 1980. Graeme Kirkpatrick (2015) ha demostrado que las revistas especializadas en videojuegos han contribuido fundamentalmente a la creación, en la década de 1980, de una subcultura de los videojuegos claramente distinguible de otros artefactos circulantes de la cultura informática más amplia. Particularmente importante en este sentido fue el surgimiento y popularización de la noción de “tiempo de juego” en la segunda mitad de la década de 1980, que marcó una tendencia a “evaluar los juegos en términos de su sensación” (Kirkpatrick, 2015: 64). Es decir, los juegos comenzaron a entenderse como experiencias (ver capítulo 4). La actividad de jugar, sostiene Kirkpatrick (2015: 66-67), se vuelve fundamental en “la constitución de los videojuegos como práctica cultural autónoma” y le da sentido a los gustos y preferencias del jugador auténtico. Según Kirkpatrick (2015: 68), es en el “descubrimiento del tiempo de juego” donde “el jugador se incorpora al juego y marca el punto en el que el juego se establece como un campo, como una institución cultural con un grupo establecido de participantes”. Por lo tanto, la jugabilidad sirve para “afirmar y regular la identidad del jugador” (Kirkpatrick, 2015: 69), delineando la figura del “jugador real” como el individuo experimentado y conocedor cuyo

desempeño en los juegos lo coloca en un plano superior en relación con el jugador novato o no jugador. Estos “verdaderos jugadores” se asocian entonces con los “adolescentes varones” (Kirkpatrick, 2015: 80) como el público objetivo preferido tanto para los medios como para la industria. Así es como nació la imagen tradicional del jugador a la luz de la cultura de los videojuegos que emergió durante la década de 1980.

Este tipo subcultural es probablemente la definición más problemática de videojugador, la que suscita debates furiosos en torno a la categoría, pero es fundamental para comprender la naturaleza contradictoria de la identidad del videojugador. Por ejemplo, Frans Mäyrä (2008: 25) describe a los jugadores dentro de un marco subcultural al afirmar que parecen compartir el mismo lenguaje (por ejemplo, adoptando terminologías específicas para los juegos que juegan), los mismos rituales (como reunirse para jugar y recopilar artefactos como dispositivos de juego, libros y carteles) y los mismos espacios (sitios web, foros, etc.). Mäyrä (2008: 26) sostiene que, por supuesto, esta categoría no incluye a todas las personas que juegan videojuegos, sino que se aplica más específicamente a los llamados jugadores *hardcore*. Según nuestros entrevistados hay tres características principales que definen a este tipo de jugador *hardcore*: la dedicación/pasión, la inmadurez y el tribalismo.

Este tipo de jugador subcultural, a menudo denominado jugador *hardcore*, se define principalmente por su dedicación y pasión por los videojuegos, pero sobre todo por sus horarios de juego, intensivos y constantes. Precisamente, King y Krzywinska (2006: 220) afirman que aquellos “que invierten una gran cantidad de tiempo, dinero y energía en los juegos están más inclinados a identificarse como parte de una categoría distinta de jugadores”. Por lo tanto, se considera que los jugadores pasan una gran cantidad de tiempo jugando videojuegos:

Para ser un jugador de verdad creo que [...] deberías ser alguien que [...] invierte una parte importante de su vida jugando. (Iker, hombre, 43, jugador habitual no autoidentificado)

Para ser una jugadora, debes ser una apasionada de jugar y ser constante, poder decir “sí, la verdad que juego una cierta cantidad de horas a la semana”. Eso para mí es un jugador, no alguien como yo que tal vez juega durante uno o dos días y luego no vuelve a jugar durante tres meses. (Elisabeth)

El tiempo dedicado a los videojuegos parece ser crucial para determinar si alguien es un jugador en este caso. Las personas que nos presentaron a Iker, parientes de él, que no están particularmente interesados en la cultura de los videojuegos, nos dijeron que era un “jugador *hardcore*” que jugaba videojuegos “todo el tiempo”. Sin embargo, Iker no se identifica como un jugador en

esos términos en particular, porque no cree que pase la cantidad de tiempo necesaria para calificar como un jugador *hardcore*, aunque otros cercanos a él lo ven como alguien muy dedicado a los juegos.

Hay ciertamente lugar para las ideas de dedicación y pasión en esta definición de jugador. Sin embargo, a diferencia del enfoque experto o los aires de *connoisseur* del tipo *gourmet*, nuestros entrevistados describen al jugador subcultural como alguien que no se esfuerza por explorar la cultura de los videojuegos en su conjunto, sino que “se dedica a un juego o tipo de juegos específico, en el que se concentra con mucha intensidad” (Zelda, mujer, 25 años, jugadora de baja intensidad y auto-identificada, muy involucrada en la cultura de los videojuegos). Con esto, según Juul (2010: 29), viene una especie de ética de lo *hardcore* “se trata de pasar el mayor tiempo posible jugando, jugar juegos tan difíciles como sea posible, jugar a expensas de todo lo demás”. El jugador *hardcore* se centra en juegos específicos y los juega a fondo, en lugar de abordar los videojuegos como un medio y una cultura. Esto nos lo confirma el único entrevistado que se definió claramente como jugador *hardcore*, Alfred, en los siguientes términos: “Probablemente diría que soy un jugador *hardcore*, pero en el extremo leve de la escala”. Como vimos anteriormente, Alfred cree que cualquiera que se considere un jugador lo es. Sin embargo, para ser un jugador *hardcore*, considera que es necesario “jugar mucho” y hacerlo “en modo difícil”. Este es un enfoque que ciertos estudios de comportamiento (como Kapalo *et al.*, 2015) han utilizado para distinguir entre un jugador *hardcore* y un jugador casual. Para estos psicólogos, un jugador *hardcore* no se define por su experiencia, sino por el tiempo y el dinero que invierten en los juegos. El juego *hardcore* no se trata entonces de experiencia sino de maestría.

La segunda categorización clave del jugador *hardcore* o subcultural es la asociación de este tipo de jugador con la juventud, o incluso más típicamente, la inmadurez. Por ejemplo Elisabeth, que como dijimos es una joven que juega esporádicamente a ciertos videojuegos, en especial juegos en sitios de redes sociales en línea y en dispositivos móviles, ve la cultura de los videojuegos y a los jugadores dedicados en términos bastante negativos. A pesar de reconocer que jugar videojuegos es una actividad ampliamente extendida y aceptada en nuestra sociedad, su representación del jugador típico es la de un hombre joven, solitario y con escasas habilidades sociales. En resumen, se trata del jugador entendido como lo que Bergstrom *et al.* (2016: 234) llaman “ese tipo”, una percepción estereotipada, fijada en la cultura popular, el jugador arquetípico de videojuegos como un “adolescente varón blanco, probablemente con sobrepeso y socialmente torpe o aislado”. Kowert y col. (2012: 473) sostienen una descripción similar de los jugadores como “sujetos socialmente ansiosos e incompetentes, mentalmente atrofiados y retraídos, físicamente malsanos (por ejemplo, sobrepeso, palidez)”. Elisabeth ofrece un relato casi caricaturesco de este tipo de jugador:

El típico jugador en el que pienso es un chico de entre 12 y 30 años en pantalones deportivos con media pizza al lado, así es como me lo imagino, sentado así, con la capucha del buzo a medio subir, con algo como una cadena de plata. [...] Veo personas que juegan que son así, que no tienen nada mejor que hacer con sus vidas, que son un poco estúpidos y pueden desconectarse y jugar todo el día y se sientan en su propia inmundicia y nunca se bañan, eso es lo que imagino.

La figura del jugador a menudo se asocia, tanto literal como metafóricamente, con la adolescencia y la inmadurez. Esta estrecha representación de la adolescencia muestra aquí al adolescente como un individuo problemático, tonto y vago que “no se preocupa por la higiene personal” (Zelda). El tipo de jugador *hardcore*-subcultural se vincula entonces al videojuego como objeto de consumo y, además, a prácticas de consumo particularmente agresivas. Por lo tanto, el jugador *hardcore* a menudo está vinculado a comportamientos inmaduros e impulsivos. Como dice Edward (hombre, 54 años, director de un máster en videojuegos):

Vas a cualquier convención de juegos y realmente es como ir a una convención de pornografía, no es que haya tenido experiencias con estas últimas [risas], pero está lleno de chicos adolescentes, acomplejados y problemáticos. No es algo real, ni diverso. Se podría decir que la mayoría de los jugadores son adolescentes varones de todas las edades y sexos. Es decir, podríamos estar hablando de una mujer de 45 años que juega videojuegos, pero que tiene esa mentalidad de chico adolescente.

Esta comparación entre los jugadores y el público de las convenciones de pornografía es un símil poderoso, aunque perturbador. No se trata solo de una categoría que imaginamos formada principalmente por adolescentes varones, sino que también sugiere un estado mental, un modo de conducta y una forma de representar el mundo. Edward alude a una mentalidad particular que normalmente se asocia a los muchachos adolescentes, aunque no esté limitada a ellos. El oxímoron que utiliza, “adolescentes varones de todas las edades y sexos”, apunta a un supuesto central: que la cultura de los jugadores sigue siendo la de los adolescentes, independientemente de las características sociodemográficas específicas de sus integrantes, y pese a su crecimiento y consolidación en los últimos años.

Esta representación de los jugadores subculturales como un cuerpo homogéneo de individuos dedicados nos lleva a la tercera característica que suele asociarse con ellos: su tribalismo. Darius es un diseñador de juegos independiente de 28 años, que

es crítico con ciertos aspectos de la industria de los juegos, los medios de comunicación y la comunidad de jugadores, y en particular del tipo *hardcore* y subcultural. Darius habla de los jugadores como un grupo tribal que parece sentir que está perdiendo su espacio cultural y social como consecuencia de una cultura del juego en crecimiento y en el proceso de consolidación:

Es tribalismo. Hay una cosa de que los *geeks* se están multiplicando, creen en eso de que [...] “los videojuegos eran lo nuestro y ahora se están acomodando en la cultura en términos más amplios y lo repudiamos”. Dependiendo de con quién hablemos, también nos dirán que “las chicas están arruinando la industria de los juegos”. Existe toda esta animosidad, todo este tribalismo. Es la línea que trazamos, los miramos a ellos [...] no a “nosotros” sino a esos jugadores que juegan *Halo* comiendo Doritos.

El tono despectivo de su discurso degrada a este grupo de comunidad a multitud, a una masa particular que se identifica con los chips de tortilla de maíz marca Doritos (una marca que, junto con Mountain Dew, se asocia peyorativamente con este tipo de jugador) y con *Halo*, un juego AAA que, en la misma línea que *Call of Duty*, *FIFA* y *Grand Theft Auto*, se considera parte de una serie de títulos *hardcore*. Volvemos a encontrar una representación de este tipo de jugadores que los vincula directamente con patrones de consumo descuidados, malsanos e impulsivos. Pero, además, Darius sugiere una situación en la que este grupo se ve a sí mismo como una comunidad atacada y en peligro. Estos jugadores *hardcores*, argumenta, se sienten amenazados por la cultura más ampliamente considerada, que ven como un intento de robar su lugar y la cultura que han construido. Al igual que con otros entrevistados, Darius describe la demografía social de estos jugadores: “El videojugador es blanco, heterosexual, masculino”. Por más duros que parezcan sus comentarios, no alcanzan las alturas de la opinión de Edward, el director de una maestría de videojuegos que los compara con los yihadistas:

Están acostumbrados a estar en un entorno en el que, con solo mover el pulgar, pueden causar estragos y destrucción virtual sin consecuencias. Con solo teclear un mensajito en Twitter, pueden decirle a alguien que amenaza su visión del mundo que morirá en sus manos. Es lo mismo que el yihadismo, me parece. Muy, muy similar.

Edward aquí describe lo que él ve como un grupo extremadamente territorial de individuos que antagonizan con cualquiera que pueda estar amenazando su *statu quo*. Por el contrario, Alfred no comparte esta visión adolescente y tribal del videojuga-

dor, y cree que las personas que se comportan de esta manera son solo una minoría y no pueden considerarse jugadores bajo ninguna circunstancia:

No creo que sean verdaderos jugadores, creo que son despreciables. La gran mayoría de las personas que en realidad se llamarían a sí mismas jugadores, o que se considerarían jugadores, son personas muy comprensivas, y creo que es una cultura realmente buena la que generan los juegos.

Alfred insiste en la idea de que los jugadores, lejos de ser “esos idiotas, niños de 13 años”, son “una comunidad tan solidaria” que “siempre se ayudan unos a otros”. Como ejemplo de la conducta empática de los jugadores, también agrega que cuando “se trata de cosas como el socorro mutuo [...] será una segunda naturaleza ayudarse mutuamente, apoyarse mutuamente”. Según Alfred, los jugadores no son un grupo de adolescentes egoístas, sino un grupo diverso de personas que se apoyan entre sí. En esta visión, entonces, los jugadores no son parte de una tribu, sino más bien una comunidad.

Por lo tanto, es importante reconocer que el concepto de “jugador” siempre ha sido algo poco definido, un término demasiado fluido e inclusivo o también, en ocasiones, exclusivo. Siempre, probablemente incluso más hoy en día, se ha utilizado para describir una amplia gama de personas, y en ocasiones también ha sido (re)apropiado por otros típicamente excluidos de esta identidad, como las “jugadoras grrr!” (Bryce y Rutter, 2005) y los “gaymers” (Pulos, 2013). La etiqueta de videojugador entonces funciona como una pantalla donde otros pueden proyectar los elementos discursivos que usan para construir (o negar) sus propias definiciones. Para algunos la idea del jugador puede desagregarse en categorías, como los informales, los *connoisseurs* y los intelectuales, como veremos a continuación. Sin embargo, por lo general encontramos que el videojugador está asociado con un estereotipo negativo particular de hombres jóvenes inmaduros, obsesionados y tribales. Es entonces frente a este estereotipo que la mayoría de nuestros entrevistados buscaban distinguirse; definirse como algo diferente de este jugador “típico” (*hardcore*), un punto que discutiremos más adelante también. Probablemente esta sea la razón por la que solo encontramos una persona, entre los participantes de la investigación, dispuesta a definirse a sí misma como un “videojugador *hardcore*”, y luego solo parcialmente. Sin embargo, este tipo subcultural todavía parece ser la representación dominante del jugador y, a pesar de sus características principales estereotipadas, es una representación a la que ciertos individuos se avienen claramente.

Jugadores casuales

Tradicionalmente, los mismos jugadores tanto como los académicos y estudiosos de los juegos distinguen entre los juegos “hardcore” y los “casuales” (como Juul, 2010; Aarsand, 2012; Kapalo *et al.*, 2015). Por ejemplo, jugar a ciertos tipos de videojuegos que requieren “compromisos más breves” (Juul, 2010: 9) a menudo se asocia directamente con la idea de ser un jugador casual o incluso un no jugador, al menos a los ojos de personas que se asocian fuertemente con la cultura del juego. Esto fue muy evidente cuando, a fines de 2014, un usuario de Reddit compartió en el hilo subreddit *r/Games* dos notas periodísticas que discutían la posibilidad de que la mitad de todos los videojugadores del mundo fueran mujeres. El primer texto era un artículo del diario *The Guardian* que se hacía eco de un estudio publicado por la Oficina de Publicidad en Internet, que sugería que el 52% de la audiencia de los videojuegos estaba compuesta por mujeres (Jayanth, 2014). El segundo posteo era un video de YouTube titulado “¿El 50% de los jugadores son mujeres?”, del canal *Game/Show* de PBS Digital Studios. En este episodio, el conductor Jamin Warren habla sobre el escepticismo generalizado que rodea al dato estadístico de que la mitad de los videojugadores son mujeres. La respuesta típica de los usuarios del hilo de discusión frente a estas dos publicaciones fue tratar de diferenciar claramente la actividad de jugar videojuegos de la categoría videojugador:

¿Todos los que comen son *gourments* o fanáticos de la gastronomía? ¿Todos los que ven películas son cinéfilos?
¿Todos los que leen libros son ratas de biblioteca? ¿Todos los que juegan un juego son jugadores? ¡No, no, no y no! La mitad de las personas que juegan juegos pueden ser mujeres, pero la mitad de los *jugadores* claramente no son mujeres. (Azradesh, usuario de Reddit)

Creo que un jugador es alguien que tiene más probabilidades de explorar nuevas experiencias y buscar nuevos juegos para jugar. Un no jugador que juega juegos dependerá mucho más del boca a boca de sus compañeros al decidir qué juegos jugar a continuación. Tendrá una pequeña cantidad de juegos elegidos y es mucho más probable que se ciña a ellos. (Reliant, usuario de Reddit)

Aquí nos enfrentamos a la idea de que, para alcanzar la categoría de jugador, un individuo necesita un cierto nivel de compromiso y experiencia y, además, para la mayoría de los que están en este hilo de discusión, existe una población para la que no se aplica la etiqueta de jugador: “Mis padres y hermanas juegan *Angry Birds*, *Words with Friends* y *Bejeweled*. ¿Los veo como jugadores? Realmente no. Los veo como jugadores casuales (joester049, usuario de Reddit). En este recuento del tema, las personas mayores y las mujeres en general se representan como jugadoras casuales y rara vez como jugadoras propiamente hablando. La conclusión final es clara: las mujeres no pueden representar el 50% de la población de los jugadores simplemente porque no juegan juegos sino “estupideces y porquería como *Flappy Bird*” (cuenta eliminada de un usuario de Reddit). Por supuesto, estos comentarios no pueden separarse del hecho de que Reddit tiene, en gran parte, usuarios que son hombres jóvenes y blancos, y que al parecer, a menudo buscan justificar la falta de diversidad en su comunidad, como sostiene Massanari (2015: 4), “bajo un pancarta de elección (que la razón por la que más mujeres o personas de color no participan es porque no quieren) en lugar de reconocer las barreras estructurales que pueden hacer que la participación sea difícil o poco atractiva”. Esto es algo que vemos claramente exacerbado en las discusiones relacionadas con lo que constituye un jugador.

En muchos aspectos, esta descripción coincide con lo que Jesper Juul (2010: 8) describe como el estereotipo de un “jugador casual”, que tiene “preferencia por las ficciones positivas y agradables, ha jugado pocos juegos, está dispuesto a dedicar poco tiempo y pocos recursos a los videojuegos y no le gustan los juegos difíciles”. Existe así, al menos en algunos de nuestros entrevistados, un desdén explícito por quienes practican juegos casuales. En especial los videojuegos en dispositivos móviles o redes sociales, por muchas horas que los jugadores inviertan en ellos. En videojuegos como *Candy Crush Saga* (King, 2012), la gente puede invertir tantas horas como cualquier jugador *hardcore* en *Call of Duty* o *FIFA*. Pero igualmente, títulos como *Candy Crush* todavía son rotulados como un “no juego” destinado “a no jugadores” por los autoconsiderados jugadores tanto como por su propio público, que no se identifica como jugador. Como Elisabeth piensa de sí misma: “No asocio ser una jugadora con alguien que juega juegos en las aplicaciones y cosas así. Así que no diría que soy una jugadora casual, diría que me vuelvo adicta a los juegos tontos por un tiempo y luego me detengo”. Del mismo modo, Jack, un coordinador de programa de 46 años que trabaja en una universidad que se especializa en el diseño de juegos, no cree que sea jugador:

En mi iPhone, juego. Tengo algunos juegos en mi computadora portátil en el trabajo también. Juego los juegos de los estudiantes, pero no soy un jugador. No me siento frente a la pantalla durante horas.

Incluso después de admitir que juega a menudo en el trabajo y en sus dispositivos móviles, Jack todavía no se ve a sí mismo como un jugador. Las razones por las que Jack no se identifica como tal son que no juega en consolas o computadoras de alta gama, lo que asocia con ser un jugador, y porque no cree que invierta suficientes horas jugando. Los juegos casuales se consideran una actividad superficial y no dedicada y se considera que los jugadores casuales “evitan deliberadamente el apego corporal de la consola dedicada o el juego de PC para que estén siempre listos para reanudar sus actividades temporalmente interrumpidas” (Richardson, 2011: 423). Algunos de nuestros entrevistados que se identifican como jugadores casuales, como Jill (mujer, 26 años, poco involucrada en la cultura del juego), parecen tener puntos de vista similares:

Creo que un jugador propiamente dicho sabe cuándo saldrá un juego y lo ordena por adelantado, así es de los primeros en probarlo. [...] Obviamente compra los juegos [...] pero también pasa más tiempo jugándolos.

El jugador casual, en cambio, no necesariamente sabe cuándo se lanzará un juego y, en general, no le importa todo lo que rodea a la cultura de los videojuegos. Igualmente, el jugador casual no invierte demasiado tiempo en los videojuegos, porque para él es simplemente una actividad de tiempo libre. Cuando Jill explica por qué no aspira a ser una jugadora regular o *hardcore*, a pesar de que le gusta jugar videojuegos, concluye: “Estoy demasiado ocupada, porque trabajo a tiempo completo”. El juego casual también es producto de la evolución de la cultura de los videojuegos y de situaciones cambiantes de las personas: quienes comenzaron a jugar videojuegos cuando eran niños tienen “menos tiempo libre del que solían tener, pero buscan experiencias con videojuegos que resulten adecuadas a su situación actual” (Juul, 2010: 147).

El jugador casual, entonces, es una construcción más reciente que normalmente se encuentra en oposición al jugador *hardcore*. También es la primera señal de una categoría que no solo se está ampliando (cada vez más gente diversa jugando videojuegos de formas cada vez más diferentes), sino que está empezando a perder sus capacidades definitorias. A medida que comenzamos a ver un alejamiento del estereotipo de todos los jugadores como hombres jóvenes aislados, y “la construcción de la industria del juego del jugador *hardcore* como el mercado ideal” (Shaw, 2014: 45), las prácticas de juego casual ganan tracción y, con ellas, comienza el vaciado de la categoría del “jugador” como etiqueta de identidad. La idea de que “todos son jugadores”, que exploraremos a continuación, comienza con la generalización de los juegos casuales y los jugadores casuales.

El jugador como *gourmet* o *connoisseur*

Carl es un jugador ávido, que se identifica a sí mismo y está muy involucrado en la cultura de los videojuegos. Asiste a convenciones y conciertos de videojuegos, sigue las noticias sobre videojuegos, está interesado en el diseño de los juegos y compite como jugador de *Super Smash Bros* (Nintendo, 1999 hasta la fecha). A pesar de tener preferencia por algunos géneros y plataformas, a Carl le gusta explorar una amplia gama de títulos. Pasa una buena parte de su tiempo libre jugando, leyendo o escuchando la música de los videojuegos. Su mayor interés son, sin duda, los videojuegos. Curiosamente, Carl usa otra figura controvertida, la del *gourmet*, como analogía para definir qué es un videojugador:

Creo que un jugador es alguien que explora el medio. Por ejemplo, hay muchas personas que solo juegan *Call of Duty* y dicen ser jugadores *hardcores*. [...] Eso es como decir “sí, voy a comer a McDonalds, soy un verdadero *gourmet*”. Bueno, ¿sabes qué? Un *gourmet* es alguien que explora todo tipo de comidas y culturas relacionadas con la comida. [...] Que busca chefs y recetas, que explora todo el medio, o la cultura, de la comida. Como jugador, no solo juegas. Escuchas música de videojuegos, sigues los temas, [...] lees sobre diseño de juegos, sigues el negocio... No solo juegas a los juegos más comercializados, no te quedas en McDonalds.

La analogía entre el jugador y el aficionado a la comida sitúa la identidad del jugador en un espacio restrictivo y elitista. El hecho de que Carl recurra a la categoría *gourmet*, con sus propias áreas grises, para ilustrar la noción de jugador, destaca lo poroso que se ha vuelto el concepto. Sin embargo, la analogía funciona porque sitúa la etiqueta “videojugador” en un espacio semántico y sociocultural delimitado, con capacidades discriminatorias. Carl amplía más su analogía:

Tengo un amigo que se considera un jugador y [...] lo que sí juega son las cosas que más se comercializan. Juega *Minecraft*, ya sabes, lo que sea, *Pokémon*, etc. Claro, disfruta esos juegos, pero realmente no lo considero un jugador. Simplemente come en McDonalds, Burger Kings y KFC's. Eso es todo. No está probando, ya sabes, fideos *soba* japoneses o lo que sea, no está probando todas estas cosas diferentes que hay para ti. Es bastante justo que no

te guste eso, pero cuando dices “oh, McDonalds tiene la mejor hamburguesa” [...] Irónicamente, también le gusta McDonalds.

Carl sigue impulsando la analogía entre los juegos más comercializados y populares como *Call of Duty* (Activision, Infinity Ward, 2003 hasta la fecha), *Minecraft* (Mojang, 2011) y *Pokémon* (Nintendo, Bandai Namco, 1996 hasta la fecha) con los restaurantes de comida rápida, lo que implica que aquellos que solo juegan este tipo de juegos no pueden ser considerados jugadores de la misma manera que aquellos que solo comen comida rápida no pueden ser considerados amantes de la comida. En esta conceptualización del videojugador, la autoidentificación con la categoría o el tiempo dedicado a jugar videojuegos no es suficiente ni, directamente, relevante. Pero Carl no está solo en esta representación del jugador. Javier, un diseñador de juegos de 32 años que trabaja en una compañía independiente, retrata una versión similar del jugador:

Básicamente, un jugador es alguien que planea jugar videojuegos en su tiempo libre. Te daré un ejemplo: mi novia. Tiene *Candy Crush* en su teléfono y puede abrirlo si está en el autobús o esperando a alguien en la calle. Pero rara vez se sienta y juega de forma planeada. Hay gente que espera a que salgan los juegos. Hay personas que investigan, que visitan sitios web en busca de noticias sobre videojuegos. Hay personas que descargan los *podcasts* de los videojuegos y los escuchan porque les interesan. Para mí, esas son las personas que forman parte de la comunidad de los videojugadores. Ni mi novia ni mis primos, que solo juegan algunos juegos como *Gran Turismo* y *Grand Theft Auto* pueden considerarse jugadores.

Según estas definiciones, un jugador es alguien que se involucra profundamente con el medio y lo explora como un todo, prestando atención a sus dimensiones artísticas, culturales, técnicas y económicas. En este caso, el jugador debe convertirse en un *connoisseur* videolúdico que trata el videojuego con cuidado y respeto; para él es un medio, un arte, una cultura.

En esta definición, el acto de jugar videojuegos no es suficiente; ser jugador exige una participación activa y sustancial en la cultura de los videojuegos más amplia. De todas formas, nunca se define claramente qué nivel de participación calificaría para convertir a un jugador casual en un jugador propiamente dicho. Sin embargo, hay algunas indicaciones. A estos entrevistados les parece que un jugador es alguien informado, un *connoisseur* de la cultura de los videojuegos. Los jugadores deben dedicar explícitamente una buena parte de su tiempo a jugar videojuegos y, lo que es más importante, a explorar su cultura más amplia. De ahí que para estos entrevistados el videojuego sea una actividad planificada, no casual, y que se complementa con

otras actividades relacionadas. No hay lugar para prácticas de juego casual porque, según Javier, eso significaría usar “el juego como un pasatiempo”: quienes se dedican a tales prácticas, juegan a los videojuegos de la misma manera que podrían “recoger piedras del suelo y tirarlas a un río”.

Por lo tanto, nuestros jugadores como *gourments* y *connoisseurs* buscan distinguirse de los jugadores casuales, pero también del tipo de jugador “subcultural”, aquel a quien Carl (citado anteriormente) considera como alguien que simplemente juega los juegos AAA “más comercializados” como *Call of Duty*. Parece haber un desprecio hacia este tipo de jugadores también. Los jugadores como *connoisseurs* a menudo agrupan a los jugadores casuales y a los *hardcores*, individuos que solo están interesados en los juegos como “mero entretenimiento”. El jugador como *connoisseur* no ve los videojuegos principalmente como una industria del entretenimiento sino más bien como una cultura, y se ve a sí mismo como diferente de aquellos que solo juegan los “juegos más comercializados” tanto como de los “jugadores casuales”.

El intelectual-cultural

Estrechamente relacionado con la noción del jugador como *gourmet* o *connoisseur* encontramos a lo que nos gustaría definir como el enfoque intelectual-cultural de los videojuegos. Esta es una categoría de individuos que, como el *connoisseur*, explora el medio y, por lo general (pero no necesariamente), juega diferentes tipos de juegos y se acerca a los videojuegos como cultura. La principal diferencia entre estos tipos es que, mientras que el *connoisseur* se identifica como jugador, el intelectual-cultural puede no hacerlo. El intelectual-cultural establece una distancia con el videojuego como medio; él estudia, analiza y aborda los videojuegos desde un punto de vista crítico. Por otro lado, el *connoisseur*, aunque se acerque a los videojuegos de manera crítica, siempre está en busca de nuevas experiencias. La categoría del intelectual-cultural está formada en cambio por periodistas, académicos, investigadores, críticos, curadores y artistas, y los videojuegos suelen ser parte de lo que hacen para ganarse la vida. Tienen una relación intelectual y profesional con los videojuegos, mientras que el *gourmet-connoisseur* tiene una relación visceral con ellos (es un hobby, o una pasión). Utilizando de nuevo la analogía de la comida, la diferencia entre el intelectual y el conocedor es similar a la que existe entre el crítico gastronómico y el *gourmet*: ambos comen muchas cosas diferentes y tratan la comida como cultura, pero este último lo hace como hobby y como experiencia, mientras que el primero lo hace como trabajo, como parte de un acercamiento intelectual a la comida y su cultura. Por supuesto, tanto el intelectual-cultural como el conocedor de la comida pueden ser apasionados por los videojuegos, pero los tratan de manera diferente.

Edward, director de una maestría en desarrollo de videojuegos que intenta inculcar un sentido de estudios culturales en sus estudiantes, explica que lo que están tratando de hacer es “crear un campo más amplio y culturalmente más esclarecedor alrededor de los videojuegos”. Edward encarna el enfoque intelectual-cultural de los videojuegos a la perfección: “No me interesa lo trivial. No me interesa tanto la diversión [...]. Me interesan más las experiencias emocionalmente profundas que, incluso si son divertidas, te atraen a un nivel cerebral y emocional”. De la misma manera, Emmett, de 48 años, director de un museo dedicado a los videojuegos, deja clara esta distinción y no se describe a sí mismo como un “jugador *hardcore*” porque su enfoque de los videojuegos es “un enfoque más cultural que un enfoque de entretenimiento”. Dentro de esta categoría, los aspectos culturales y artísticos de los videojuegos priman sobre los lúdicos. El intelectual-cultural no se ocupa principalmente de los videojuegos como un mero entretenimiento, sino que busca una mejor comprensión de la cultura de los videojuegos en su conjunto. Por ejemplo, Dante es el director de un sitio web especializado en videojuegos, en el que intentan construir, según nos dice, un espacio cultural y profesional apto en torno a los videojuegos. Dante intenta distanciarse a sí mismo y a su sitio web de la visión típica de la cultura de videojuegos en la adolescencia:

Dejamos de publicar noticias. No les ponemos puntajes a los juegos. Decidimos abordar los videojuegos como cualquier otro producto cultural. Enfatizar ese aspecto. En definitiva, crecimos en diversos aspectos al hablar de videojuegos de manera seria y profesional, alejándonos del jugador que busca pegársela jugando un día entero. En resumen, tomamos distancia de una serie de cosas y detalles que creo que perpetúan la visión adolescente de los videojuegos.

Lo que Dante insinúa que están tratando de hacer con su sitio web es atender más a lo que podría verse como una audiencia cultural-intelectual; y admite abiertamente que no le gusta en absoluto el término “jugador”. Esta abierta hostilidad del intelectual-cultural hacia la categoría de jugador es una de sus características más destacadas. Para comprender mejor esto, puede ser de gran ayuda discutir brevemente el fenómeno “gamergate” que irrumpió en la escena de los videojugadores en la segunda mitad de 2014 y todavía resuena en la actualidad.

En agosto de 2014, *gamergate* surgió como un movimiento que supuestamente defendía la ética en el periodismo de juegos, justo después de que Eron Gjoni publicara una diatriba en la que acusaba a su expareja, Zoe Quinn, la desarrolladora independiente del juego *Depression Quest*, de tener sexo con un periodista a cambio de críticas favorables sobre su juego (ver Massanari, 2015; Shepherd *et al.*, 2015; Braithwaite, 2016; Mortensen, 2016; Perreault y Vos, 2016). Se dijo que fue el actor Adam Baldwin

quien acuñó el hashtag de Twitter #gamergate para identificar publicaciones en línea relacionadas con el debate en torno a la ética en el periodismo de juegos. Sin embargo, a pesar de haber comenzado supuestamente como una reacción a las prácticas éticas presuntamente deficientes de ciertos periodistas de juegos, un gran número de partidarios del *gamergate* se pusieron a “hostigar de forma obstinada a los desarrolladores de juegos, a las críticas feministas y a sus aliados masculinos en Twitter y otras plataformas” (Massanari, 2015: 6). Aquellos a los que los partidarios de *gamergate* hostigaban fueron etiquetados peyorativamente como “Guerreros de la justicia social” (SJW). SJW es una etiqueta que los individuos de extrema derecha y conservadores han usado durante algún tiempo para definir a aquellos que sostienen públicamente puntos de vista progresistas. En este sentido, muchos de los que pueden ser identificados como pertenecientes al grupo intelectual-cultural serían catalogados como SJW; una etiqueta de la que muchos incluso se han vuelto a apropiarse como un logro orgulloso.

De ahí que, una vez más, nos encontremos ante una categoría que se construye en gran medida en oposición a la versión más estereotipada del jugador, el tipo *hardcore*-subcultural. Como afirma Robert, 47 años, director de un museo de videojuegos y organizador de eventos de videojuegos con periodistas, desarrolladores, investigadores y aquellos interesados en la cultura de los videojuegos: “No excluimos a nadie, y ellos [jugadores *hardcores*] sí lo hacen. Siento que hay una base de usuarios que sienten que son los dueños de los videojuegos tanto crítica como culturalmente”.

Sin desear disminuir la importancia de cuestionar el abuso y la misoginia en todas sus formas y donde sea que ocurran, en lo que queremos enfocarnos particularmente aquí es en lo que el *gamergate* puede decirnos sobre la identidad del videojugador, y en particular, del videojugador como “tipo de la masculinidad geek” (Braithwaite, 2016: 2). Por supuesto, el *gamergate* no fue el comienzo de esta agresión, ni el comienzo del maltrato hacia las mujeres en la industria de los juegos (y más allá), ni es tampoco algo aislado de movimientos sociales más amplios, como el surgimiento de la (extrema) derecha (lo que algunos llaman eufemísticamente la “derecha alternativa”) a mediados y finales de la década de 2010, caracterizada por la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca, el Brexit en el Reino Unido, la creciente popularidad de Marine Le Pen en Francia y otros ejemplos mundiales de retroceso y xenofobia (Lees, 2016). Sin embargo, el *gamergate* trajo un cierto antagonismo y una línea de misoginia claramente a la luz y (literalmente) le dio una etiqueta bajo la cual identificarse.

En particular, está claro que en las semanas posteriores al posteo que provocó el *gamergate*, algunas de las discusiones clave giraron en torno a esta idea de la identidad del videojugador; un debate iniciado por una serie de artículos que declaraban “el fin de los jugadores”. Los dos textos que llamaron especialmente la atención fueron los escritos por Dan Golding (2014) y Leigh Alexander (2014), quienes encarnan claramente el enfoque intelectual-cultural de los videojuegos. En este caso, Golding sostiene que la identidad del jugador nació cuando jugar era una “actividad inusual” y principalmente una “cultura mascu-

lina”; sin embargo, a medida que la actividad de los videojuegos se movía más allá de este nicho, “la identidad del jugador permaneció estancada e inmóvil de manera bastante uniforme” (Golding, 2014: en línea). La identidad de jugador, argumenta Golding, no era lo suficientemente flexible como para incluir simultáneamente a personas tan diferentes como, por ejemplo, por un lado, jugadores de *Candy Crush* y los de *Call of Duty*. Los videojuegos cambiaron, pero “la identidad del jugador no se extendió, por lo tanto, se rompió”. La conclusión de Golding es que estamos presenciando el “fin de los jugadores”: la “identidad de jugador tradicional” se ha vuelto “culturalmente irrelevante”. En una línea similar, Alexander se dirige a los periodistas de videojuegos, los medios de comunicación y la industria de los juegos para argumentar que el estereotipado joven jugador blanco no necesita ser su único público objetivo. Según Alexander, el jugador no es meramente “una etiqueta demográfica anticuada”, sino una figura que está directamente “terminada”. En particular, uno de nuestros entrevistados, Edward, se suscribe mucho a esta posición:

La palabra jugador ahora está desacreditada. Si miras el artículo de Leigh Alexander, [...] dijo que “jugador” parece referir a un montón de personas que están obsesionadas con un subconjunto particular de experiencias que entran en la categoría que podríamos llamar juegos”. Hay un rasgo de obsesión, de ahí vino el *gamergate*. Los jugadores no son buenas personas. Los jugadores son lo que son, el público es lo que es. En cierto sentido, [...] [si] los jugadores parecen ser el tipo de personas que amenazan de muerte a otras personas en Internet por señalar que la representación femenina en el medio de su elección no es como debería ser, yo no lo avalo. Me parece que es una subcultura de la que no hay que enorgullecerse.

Entonces, parece que la etiqueta de jugador se aplicó más fácilmente en una era en la que este pasatiempo era más de nicho y podía asociarse más claramente con un grupo demográfico particular de hombres blancos jóvenes. Sin embargo, a medida que ha crecido la diversidad de los videojuegos y la población de jugadores, la disonancia interna en términos de identidad se vuelve tan fuerte que la categoría implosiona; provocando una reacción entre algunos de los que todavía consideran que esta etiqueta se les aplica (exclusivamente a ellos y a quienes son como ellos). Por eso muchos jugadores sintieron, y probablemente todavía sienten, que su propia identidad y su comunidad estaban bajo ataque. Conan, 23 años, youtuber y crítico de videojuegos (y en ocasiones también de cine), podría identificarse fácilmente como perteneciente a la categoría intelectual-cultural, expresa su preocupación por un ataque despectivo indiscriminado a la categoría de jugador:

Es irónico porque, cuando se ataca la idea del videojugador, y teniendo en cuenta que es un término que abarca tantas cosas porque no hemos definido qué es, cuando [...] alguien dice que todo jugador es un misógino, es posible que también me esté atacando, porque no sé a quién se está refiriendo.

Conan no solo señala que podría haber algunos problemas si el tipo de jugador *hardcore*-subcultural se equipara exclusivamente con la etiqueta de jugador, sino que también indica que el videojugador es, en términos de identidad, una categoría indefinida o, a lo sumo, muy vaga. Esto nos lleva a comenzar a buscar definiciones más abiertas de los jugadores y, al hacerlo, enfrentarnos a su vaguedad constitutiva.

Todo el mundo es un jugador

El crecimiento de diferentes tipos de juegos y de una población más diversa que los juega (ver capítulo 2) ha contribuido a ahondar la naturaleza problemática de la etiqueta y la identidad del videojugador, si no es que la derrumbó totalmente. La industria ya no necesita apuntar exclusivamente al nicho masculino joven que, en las décadas de 1980 y 1990, “se percibía como clave para el dominio en todo el negocio” (Kline *et al.*, 2003: 250).

Esto lo ilustra uno de los participantes de nuestra investigación, Alfred, que se ha considerado un jugador desde la infancia y proviene de una familia en la que todos juegan videojuegos de una forma u otra. Aunque no vive en la misma ciudad que sus padres y su hermano, Alfred habla y juega en línea con ellos con frecuencia. En particular, la mayoría de las interacciones con su familia y sus amigos más cercanos ocurren a través de los videojuegos. Jugar videojuegos media fuertemente la forma en que socializa e interactúa con su red social y familiar. En este caso, es interesante ver cómo, aunque Alfred comparte la mayoría de las características de un jugador *hardcore*-subcultural (se identifica como tal, aunque “en el extremo ligero de la escala”), él abre la definición de jugador a cualquiera que se identifica como tal; como él dice: “Un jugador es simplemente alguien que se autopercebe jugador”.

Este es el quinto gran tipo de definición de “jugador” que encontramos en nuestra investigación. Es una definición completamente abierta, casi hasta el punto de diluir la categoría. Una definición que es en gran medida tautológica: un jugador es todo aquel que se identifica como jugador. El criterio se basa puramente en la autoidentificación. Si te consideras un jugador, por lo tanto, eres un jugador. Según Alfred, si alguien juega una vez a la semana o menos, siempre que se considere un jugador,

no importa, es un jugador. Por el contrario, si alguien juega miles de horas al año y no quiere ser considerado jugador, porque solo quiere jugar, entonces no es un jugador. Por lo tanto, para Alfred, el jugador es una etiqueta autoimpuesta, es una identidad elegida, no una categoría con parámetros establecidos. Como él agrega, “creo que es una mentalidad, y que si no quieres serlo, no tienes que serlo”. Esta es una imagen poderosa: el ser videojugador como mentalidad. Sin embargo, como Kallio *et al.* (2011) mostraron en su estudio de tres años de los distintos abordajes las culturas de los videojuegos y las prácticas de juego, hay varias mentalidades de jugador (dependiendo del contexto), en lugar de una única mentalidad monolítica. En particular, encontraron que la mayoría de las prácticas de videojuegos tienen lugar “entre la relajación casual y el entretenimiento involucrado” (Kallio *et al.*, 2011: 347), lo que desborda el estereotipo de un jugador como alguien que está completamente inmerso en el juego y comprometido con su cultura. Esto resalta que la realidad y la identidad del videojugador están definidas por una mentalidad fluida y una práctica situada al interior de la vida cotidiana de los jugadores. Los videojuegos se están convirtiendo inexorablemente en partes normalizadas “de las invisibles realidades sociales cotidianas de grandes grupos de personas” (Kallio *et al.*, 2011: 348), se están convirtiendo en una actividad cada vez más común y mundana (Crawford, 2012: 143-159), y todo el mundo está empezando a convertirse en un videojugador.

Conan, el youtuber de 23 años cuya audiencia es principalmente gente que tiene un gran interés en los videojuegos, cree que “hay mil formas de jugar y entender los videojuegos” y se considera a sí mismo “un jugador, sí, pero alguien que solo juega FIFA y Minecraft también lo es”. El desarrollador independiente Noel (hombre, 24, jugador que se identifica a sí mismo) ofrece una definición muy abierta de jugador cuando afirma que para él “todo el mundo es un jugador de alguna manera”. También agrega:

Juego, por lo tanto, soy un jugador. Si la mayoría de la gente juega algunos juegos, técnicamente eso convierte a todos en jugadores, porque efectivamente están jugando.

Según Noel existe una correlación directa entre jugar videojuegos y ser un jugador. En una perífrasis filosófica casi, si no intencional, afirma que “juego, por lo tanto soy un jugador”. Para Noel, como para algunos otros que entrevistamos, no existe una condición previa para ser un jugador, ni siquiera un proceso de autoidentificación; si alguien juega un videojuego, lo quiera o no, es un jugador. Así, el universo de jugadores potenciales aumenta exponencialmente y, en consecuencia, la definición de jugador se simplifica inmensamente: un jugador es todo aquel que juega videojuegos, y todo aquel que juega videojuegos es un jugador. La principal consecuencia de esto es obvia: si todo el mundo es técnicamente un jugador, entonces la categoría

pierde su poder definitorio. Por lo tanto, esta etiqueta se vuelve tan genérica que no crea ningún sentido real de pertenencia o diferenciación.

Conan afirma que, si alguien le dijera que estaba hablando con un jugador, no sabría con quién estaba hablando; para Conan, un “jugador es una amalgama indefinible” y también agrega:

Lo peor de todo es que seguimos usando el término “jugador”; yo lo uso mucho, y no sé por qué. Soy así de estúpido porque, al final, este término trata de definir lo que no se puede definir. Las personas que defienden la palabra “jugador” están defendiendo un fantasma, porque no es nada, no puedes tocarlo. No sé a qué se aferra alguien cuando dice “jugador”, no lo sé. [...] Cuando uso la palabra “jugador” es simplemente como diciendo “jugador, o sea quienquiera que juegue videojuegos”.

Al final de *Casual Revolution*, Juul (2010: 152) concluye que su texto “documenta ese momento cultural en el que los videojuegos se volvieron normales; cuando ya no es excepcional jugar”. En 2010, los videojuegos ya se estaban “convirtiendo rápidamente en un producto para todos”. Y si los videojuegos son para todos, eso significa que son una parte esencial de nuestra sociedad y no solo un subconjunto de ella:

Ciertamente, algunos jugadores parecen pertenecer a una cultura distinta del *mainstream* social. El término “subcultura”, sin embargo, es demasiado limitado para explicar adecuadamente el mundo más amplio de juegos y jugadores que existe en la actualidad. (Consalvo, 2007: 3)

En particular, la mayoría de nuestros entrevistados parecen suponer que esta normalización de los videojuegos ya es parte de nuestro panorama social común. Zelda, jugadora dedicada y habitué de eventos relacionados con los videojuegos (como convenciones, conferencias y conciertos), considera que jugar videojuegos “se ha convertido en parte de nuestra cultura” mientras que Albert, 25 años, artista de juegos *indie* y un jugador autoidentificado, sugiere que la época en la que los jugadores eran “solo nerds y geeks” ha terminado realmente. Para él, “el *geek* [ahora] es todo lo que está bien” porque “todo hace referencia a los videojuegos hasta cierto punto”. Lo que Albert y muchos otros de nuestros entrevistados señalan, entonces, es que los videojuegos se han convertido no solo en una actividad de ocio común para muchos, sino que la popularidad (si no el dominio)

de esta industria cultural le ha permitido ampliarse hasta impactar fuertemente en muchas otras áreas de la vida social y cultural.

Ian Bogost (2011), en la conclusión de *How to Do Things with Videogames* ["Cómo hacer cosas con videojuegos"], sostiene que a medida que los videojuegos se enreden más en el tejido general de la sociedad, a medida que la demografía de sus jugadores se vuelva cada vez más diversa, la idea del videojugador como categoría identitaria perderá definición. Bogost (2011: 154) sugiere que a medida que los videojuegos "amplían su base de atención, ser un videojugador pierde sentido específico", por lo que jugar a los videojuegos deja de considerarse "una parte principal de la identidad". Jugar videojuegos se convertirá cada vez más en una actividad mundana, sin una capacidad particular para moldear la identidad de una persona. Emmett, director de un museo de videojuegos, resume esta proyección de la siguiente manera:

Creo que hoy en día hay más gente que en el pasado entra en contacto con los videojuegos, y por supuesto eso les ayuda a entender del tema. Pero, por otro lado, este desarrollo tiene la tendencia de que ya no se lo entiende como algo especial, sino como algo común, simplemente normal. Por ejemplo, no diríamos que hay una "comunidad de personas con jeans" que usan jeans [risas]. Este podría ser un problema hace cien años, en la era del rock and roll, en la década de 1950 [...]. Hoy [...] hay millones de personas que usan los jeans como pantalones normales. Creo que pasa lo mismo con los videojuegos.

A medida que jugar videojuegos se convierte cada vez más en algo parecido a usar jeans, deja de ser especial. Si no es especial, entonces significa que no es distintivo. Y si no es distintivo, la categoría de jugador difícilmente será algo alrededor de lo que un individuo o comunidad pueda construir una identidad o un sentido de pertenencia. Por lo tanto, existe aquí una tensión significativa entre las nociones del videojugador más restrictivas y las que abren la etiqueta a todos, pero vaciándola de significado. La identidad del jugador es, al mismo tiempo, fuerte y débil, sólida y líquida, limitada e ilimitada. "Jugador" es una categoría que define a los individuos y las comunidades tanto como no dice nada (de relevancia) sobre ellos.

Aunque para algunos la idea del "videojugador" todavía se ve como una identidad fuertemente limitada, la indefinición de la categoría crea esta aparente imposibilidad de determinar qué es un jugador o quién puede ser considerado un jugador. Los jugadores parecen no saber si ellos mismos u otras personas son jugadores. "Videojugador" se convierte, de esta manera, en una etiqueta cambiante.

En este sentido, Zelda no está segura de qué responder cuando le preguntan si se identifica como jugadora: “A veces sí y a veces no”. Aunque Zelda es una de las personas más involucradas entre los entrevistados en ciertos aspectos de la cultura del juego, es incapaz de dar una respuesta clara. Su etiqueta de jugadora fluctuante parece variar según con quién esté:

Mi novio definitivamente no me llama “jugadora”, porque juega muchos más juegos que yo. Mientras que mi hermana me consideraría jugadora porque no juega a ningún juego. Depende de con quién hables, de verdad.

O según las circunstancias:

¿Un jugador es alguien que juega todos los días? ¿Es alguien que pasa mucho tiempo en un juego en el pasado, o ahora? Porque si me hubieras hecho esta pregunta hace unos años, cuando jugaba *Final Fantasy*, sí, era un jugador. Pero ahora, tal vez no tanto.

Personas tan cercanas a Zelda como su pareja y su hermano tienen opiniones opuestas sobre el estatus de Zelda como videojugadora. La percepción de un individuo como jugador depende de diferentes factores que no siempre se alinean, particularmente entre las fuerzas opuestas que implican los procesos de autoidentificación e interpelación externa (Hall, 1996; Butler, 1999). La inseguridad de cualquiera para llamarse a sí mismo “jugador” es completamente comprensible dado que las personas que los rodean, y presumiblemente los conocen bien, sostienen representaciones tan diferentes al respecto.

De una forma u otra, la identidad del jugador baila figurativamente en torno a las diferentes versiones de identidad imaginadas por los científicos sociales, sin decantarse por ningún tipo en particular; el videojugador es obstinado, sólido y perenne, pero también abierto, libre y etéreo. En cualquier caso, la disyunción entre el acto de jugar y la autoidentificación como jugador evidencia algunos de los debates contemporáneos en torno a la identidad en los que, por ejemplo, el trabajo (tradicionalmente, lo que haces) y la nacionalidad o ciudadanía (tradicionalmente, lo que eres) no definen necesariamente la identidad de las personas. La identidad pasa a formar parte de las inseguridades que pueblan la sociedad contemporánea y, entre ellas, la identidad del jugador refleja y fomenta esos procesos.

En relación con esto, Darius, 28 años, diseñador de juegos *indie*, retoma su discurso sobre los jugadores y explica los procesos que, como comunidad, han experimentado durante las últimas décadas. Darius sugiere que, en el pasado, alrededor de la década de 1980, los jugadores podrían haber tenido la oportunidad de formar una comunidad; había un sustrato subcultural

que permitía ese tipo de ensamblaje colectivo. Pero ahora, en opinión de Darius, solo un cuerpo residual de individuos ubicaría sus identidades dentro de esa comunidad, que se ha vuelto casi obsoleta debido a su fragmentación. Hay tantos y diversos tipos de juegos y personas que los juegan, ya sea que se llamen a sí mismos jugadores o no, que es muy difícil construir una identidad fuerte y delimitada a su alrededor.

Es la realización del panorama social de los jugadores descrito por Bogost (2011: 154) en su versión de la idea del fin de los jugadores: “habrá muchos grupos, comunidades e individuos más pequeños con una amplia variedad de intereses, algunos de los cuales ocasionalmente se cruzarán con títulos de videojuegos particulares”. La normalización de los videojuegos trae consigo la fragmentación y, eventualmente, la disolución de su identidad. La identidad del jugador anticipa entonces, paradójicamente, un escenario posterior a la identidad.

La hipótesis de la postidentidad

Todo lo que hemos dicho hasta ahora convierte la identidad del jugador en un enigma. La identidad de jugador es, de esta manera, una categorización de identidad que no define la identidad de quienes son definidos por ella. Como cualquier acertijo, la identidad del jugador es complicada y está llena de contradicciones: ¿una definición no definitoria? ¿Una identidad que no da sentido de identidad? Por sorprendente y contradictorio que parezca, este es el corolario de la identidad del jugador. Aunque es difícil de expresar con palabras, algunos de nuestros entrevistados se expresan de una manera que se asemeja a este acertijo:

“Jugador” es una forma justa de resumir que me encantan los videojuegos y poder decir: “Soy un jugador de toda la vida”. Pero no como una forma de definirme a mí mismo. (Víctor Somoza, hombre, 26 años, director de un documental sobre videojuegos)

En este caso, la categoría “jugador” ayuda a Víctor Somoza a hacer pública una de sus pasiones y referirse a lo que parece ser una parte importante de su vida (que tiene una historia con los videojuegos). Sin embargo, se niega a utilizar el término como una categoría definitoria de su persona social. Es, al mismo tiempo, un jugador y no un jugador. No tiene problemas para identificarse como jugador siempre que eso no signifique que deba ser identificado como jugador. La tensión es palpable a medida que surge el enigma del jugador. Karla Zimonja, 37 años, artista, desarrolladora y cofundadora de Fulbright (desarrolladores

del videojuego *Gone Home*), que no se identifica como jugadora, ayuda a ver un ángulo diferente, igualmente paradójico, del enigma:

Si alguien me dijera “tú juegas, eres una jugadora”, yo diría “está bien, claro”. No me voy a enfadar mucho por eso. Pero creo que yo no lo diría de esa manera.

A diferencia de Somoza, Zimonja no parece demasiado preocupada por la posibilidad de ser identificada como jugadora; aunque ella misma no se identifica como tal. Aceptaría que la llamen jugadora, una etiqueta plausible ya que juega videojuegos, pero ella misma no usará esa identificación. Por supuesto, no es nuevo que alguien sea identificado con algo con lo que no se identifica particularmente, pero es menos común considerar esa categorización como aceptable a la vez que se niega a usarla para sí mismo. En cualquier caso, los aspectos fundamentales del dilema, sostenidos principalmente por una categoría de identidad no definitiva, siguen vigentes. Después de todo, son dos caras de la misma moneda. En una línea similar, Laura, una desarrolladora independiente de veintiséis años, expone su relación con la noción de videojugador:

Creo que el término “jugador” me define, pero bueno, no necesariamente [...] juego videojuegos, soy un jugador. No lo sé. Me gusta explorar los mundos, las historias, todas esas cosas que son los videojuegos. Pero lo hago más allá de la etiqueta “jugador”.

Las dudas surgen todo el tiempo; las inseguridades que rodean la identidad del jugador siempre están ahí. Y esas incertidumbres hacen que la identidad del jugador sea una identidad marginal. Aunque Laura se define claramente a sí misma como una jugadora, casi de inmediato intenta trascender esa categorización. Se trata de ser una jugadora sin ser una jugadora. “Jugador” es una categoría que se asocia a estos entrevistados, hasta el punto de afirmar “soy un jugador”, pero, al mismo tiempo, no los define. “Soy un jugador que no es un jugador”, parecen decir.

El dilema del jugador encarna el dilema de la identidad. La identidad sigue siendo un concepto necesario para hacer pensables algunos aspectos de la realidad social, pero, a la vez, es un concepto con el que no podemos, de forma adecuada, abordar esos aspectos. Necesitamos hablar de identidad para poder hablar de cosas que la identidad no puede explicar. Los videojuegos prefiguran, entonces, la hipótesis de la postidentidad; que estamos entrando en un tipo de sociedad en la que la identidad

perderá sus características definitorias. Identificamos tres elementos que definen la hipótesis de la era postidentidad: los hechos breves, la creación de comunidades sin nada en común y la ruptura de los ejes definitorios de la identidad.

Datos breves

Era la primera semana de junio de 2014. La TV transmitía en vivo la fiesta de lanzamiento de *Big Brother UK 2014*. Cada vez que alguien entraba en la casa iba precedido por una descripción del concursante a través de tres datos breves, que también se superponían en la pantalla. Los datos no seguían ningún patrón en particular más allá de algunas opiniones comunes sobre la elección del dinero sobre el amor (o viceversa), ambiciones o ciertas preferencias. Debido a su concisión y aleatoriedad, estos hechos eran paradójicamente genéricos y específicos, sin sentido y definitorios, irrelevantes y pertinentes. Hechos que difícilmente podrían ayudar a definir a alguien, pero que de alguna manera fueron significativos, al menos en ese lugar y momento. Datos breves como “Odía las verduras, las personas que defienden los derechos de los animales y los desempleados”, “Usa las cartas del tarot para decidir qué ponerse”, “Va a la iglesia todos los domingos”, “Rescató a un perro de un edificio en llamas”, “Miedo al fracaso”, “Rechazó una propuesta de matrimonio”, “Nunca ha tenido una relación”, “Una vez bebió champán con Sir Sean Connery”, “Fue a bailar con su madre” y “Quiere abrir una tienda de kebab”. La televisión, un medio ya bastante antiguo, parece estar mediada por medios más nuevos, en particular Internet y sus redes sociales, en los que la presentación del yo se realiza en una secuencia (no necesariamente integrada) de *hashtags*, declaraciones breves, imágenes, gifs, memes, mensajes de estado, comentarios, likes, “acciones” y “retweets”. Decimos y mostramos varios aspectos de nuestra vida y de nosotros mismos, pero lo hacemos de manera breve, fragmentada y caótica.

Esto nos plantea una serie de preguntas: ¿podemos ser definidos por una serie de declaraciones breves, expresadas discursivamente o por otros medios? ¿Así funciona hoy la formación de la identidad? ¿Es la identidad un pastiche de declaraciones, imágenes y etiquetas (casi) no relacionadas sobre uno mismo o sobre otros? ¿La identidad se ha convertido en una categorización no definitoria? Lejos de dejar que estos pensamientos se fueran a la deriva, nos detuvimos en ellos.

Unos días antes de la fiesta de lanzamiento, apareció en las tiendas el videojuego *Watch Dogs* (Ubisoft, 2014) en el que, sorprendentemente, encontramos notables similitudes con el programa de televisión (e, indirectamente, con la identidad del jugador). En el universo de *Watch Dogs* existe un sistema de vigilancia orwelliano llamado ctOS (disfrazado de sistema operativo), que puede ser pirateado para acceder y controlar cualquier dispositivo o elemento electrónico que esté gobernado

digitalmente (desde teléfonos inteligentes y computadoras hasta tuberías de vapor y explosivos). El sistema está grabando y almacenando constantemente lo que los ciudadanos de Chicago (una Chicago ficcionalizada en el juego) dicen, hacen y escriben; cualquier cosa que pueda captarse a través de los dispositivos que los rodean en su vida diaria.

Sin embargo, lo que resulta particularmente interesante de este juego es, nuevamente, la apariencia de definir hechos breves. Siempre que el jugador usa el generador de perfiles (una herramienta de piratería que nos permite acceder a las entrañas del ctOS), aparece en la pantalla una gran cantidad de información sobre las personas (personajes no jugables, NPCs) que están alrededor del jugador. Una vez más, frases como “Grupo de aerofobia unido”, “Dislético”, “Citado por crueldad animal” o “Experto en explosivos” aparecen y desaparecen frenéticamente ante los ojos de los jugadores. Todo también va acompañado de información sobre su edad, ocupación e ingresos. De esta manera, *Watch Dogs* nos permite realizar una sociología de hechos breves, permitiéndonos echar un vistazo a lo que podría considerarse como un sistema de categorización posterior a la identidad. Invitamos al lector a echar un vistazo a la siguiente clasificación:

En sus remotas páginas está escrito que los animales se dividen en (a) pertenecientes al Emperador, (b) embalsamados, (c) amaestrados, (d) lechones, (e) sirenas, (f) fabulosos, (g) perros sueltos, (h) incluidos en esta clasificación, (i) que se agitan como locos, (j) innumerables, (k) dibujados con un pincel finísimo de pelo de camello, (l) etcétera, (m) que acaban de romper el jarrón, (n) que de lejos parecen moscas. (Borges, 1974: 708)

Tenemos que admitir que nos reímos mucho cada vez que leemos esta clasificación de animales (extraída de la vívida imaginación de Borges, quien lo atribuye a cierta enciclopedia china). La lista es desconcertante, si no divertidísima. ¿Por qué esta clasificación tiene este efecto en nosotros? Foucault (1989: xvi), al comienzo de *Las palabras y las cosas* y después de plantear esta delirante clasificación, concluye que, cuando nos enfrentamos a otros sistemas de pensamiento, comenzamos a comprender los límites del nuestro: “la cruda imposibilidad de pensar eso”. Esta clasificación extravagante pertenece a una forma fundamental de conocimiento diferente, lo que Foucault llama “episteme”, y que nos hace imposible pensar dentro de sus límites:

En cualquier cultura dada y en cualquier momento dado, siempre hay una sola episteme que define las condiciones de posibilidad de todo conocimiento, ya sea expresado en una teoría o invertido silenciosamente en una práctica. (Foucault, 1989: 183)

La episteme delimita el espacio de lo pensable dentro de una sociedad particular en un momento específico. Cuanto más nos alejamos de estas coordenadas temporales y espaciales, mayor es la posibilidad de encontrarnos con un terreno diferente de positividad: la episteme. En cierto modo, el desconcierto que probablemente la mayoría de la gente siente cuando lee algunos hechos breves en hashtags de ctOS, mirando *Gran Hermano*, leyendo Twitter o Instagram, por ejemplo, podría explicarse por este enfoque, que muestra las costuras de nuestra vieja episteme en su transición a las nuevas condiciones de posibilidad, donde la forma en que pensamos acerca de las identidades, o lo que viene después, está cambiando radicalmente.

En términos de identidad, ¿por qué una persona debería definirse a través de aspectos muy específicos o detalles microscópicos de su vida? Aquí, nuestra hipótesis es que ya no existen elementos centrales que definan la identidad en las sociedades contemporáneas; las antiguas coordenadas por las que se entendía a las personas (como nación, género y clase) se han descentrado, y ahora nuevos elementos, casi al azar, se están volviendo tan importantes como ellos para definir la identidad de alguien. Eso explicaría, por ejemplo, por qué nuestras búsquedas más frecuentes en Internet pueden ser tan importantes para nuestros procesos de formación de identidad como las enfermedades que tenemos (como se ve en *Watch Dogs*). O por qué tuitear con el hashtag *#parentslife* (“vida de padres”) es tan relevante como participar en la asociación de padres y maestros de la escuela de los hijos. Según Maffesoli (2001: 68), el *presentismo* se ha instalado en nuestras sociedades, y no consideramos que “hay cosas que son más importantes que otras”. En la vida cotidiana, si nada es importante, todo es importante.

Entonces, la pregunta clave es si es posible definirse por uno o varios de estos datos breves, como los límites de caracteres de una publicación en Twitter, un *gamertag* de Xbox Live o una imagen publicada en Facebook o Instagram. Una vez que nuestras identidades parecen no estar ligadas a metanarrativas específicas (Lyotard, 1984), otros fragmentos de significado, cada vez más específicos y globales al mismo tiempo, están ocupando el escenario de la identidad. Una vez más, la experiencia es única y compartida (capítulo 4). Por eso lo que nos define aparece en un momento, como lo que es relevante en un punto dado y puede cambiar en cualquier otro momento, por un nuevo evento, por un cambio de contexto; puede cambiar también en el mismo día varias veces, en un proceso continuo de superposición. Lo que hacen estos datos breves y definitorios es resaltar lo que importa en un momento dado, declarar lo que es relevante en un tiempo y lugar específicos. Precisamente porque los individuos no pueden ser definidos por algo que abarque todo lo que son, pueden ser definidos por cualquier cosa que los describa en un momento determinado; como vimos anteriormente con respecto a la noción de “jugador”. Por lo tanto, la identidad es contextual y mutacional (Zingsheim, 2011). La noción misma de identidad está siendo cuestionada, entrando en una era posterior a la identidad.

Comunidades sin nada en común

A lo largo de este libro hemos insistido en la idea de que los videojuegos son un terreno teórico fértil para observar cuestiones de relevancia en la sociedad contemporánea. En algunos casos, incluso ayudan a vislumbrar algunos aspectos de la sociedad verdadera. Este es también el caso de la idea de comunidad como expresión colectiva de la formación de la identidad. Por ejemplo, Emmett, 48 años, director de un museo de videojuegos, considera que lo digital ha cambiado fundamentalmente nuestra cultura y la forma en que las personas viven juntas y, además, que ofrecen pistas valiosas sobre el tipo de comunidad al que nos dirigimos:

Creo que lo digital cambió nuestra cultura de vivir juntos y construir y desarrollar comunidades de manera radical. Estas nuevas tecnologías, si quieres tener una idea de lo que esto significará para la sociedad humana global, dale un vistazo incluso a los viejos juegos multijugador en línea, que nos dieron una buena impresión de cómo se verán las comunidades futuras, cómo funcionarán, lo que será relevante y lo que no lo será, lo que podremos hacer y lo que perderemos en comparación con las formas anteriores de vivir juntos.

Mirar los videojuegos podría brindarnos información útil sobre los modos actuales y futuros de vivir juntos, incluida una comunidad renovada (o tal vez totalmente reimaginada). En particular, la comunidad de jugadores aparece como una comunidad que no genera un sentido de comunidad. Basamos nuestra afirmación en dos características interrelacionadas que surgieron durante las entrevistas: la falta de interacción social y la similitud. La fragmentación del universo de jugadores y sus microcomunidades conduce a una falta de interacción entre ellos que hace que sea casi imposible crear una comunidad global de jugadores. Las interacciones solo ocurren, cuando ocurren, dentro de espacios muy específicos (a menudo en línea), generalmente vinculados a juegos particulares:

Alguien que juega *Minecraft* y alguien que juega *Bloodborne* puede que nunca interactúen. Por lo tanto, son parte de la comunidad de videojugadores más grande, pero en realidad forman parte respectivamente de la comunidad de *Minecraft* o de la comunidad de *Bloodborne*. (Alfred)

Según Alfred hay grupos de personas que pertenecen a grandes comunidades, que, muy probablemente, nunca entrarán en contacto entre sí. Lo que es digno de mención de la declaración de Alfred es el hecho de que alude a una comunidad general de jugadores, a pesar de que, aparentemente, los ejemplos de jugador que pone no son parte de las mismas comunidades y no comparten los mismos espacios de interacción social. En este sentido, Carl presenta un escenario similar, desarticulado y contradictorio:

Puedo decir “Soy un jugador. Juego *Smash*, juego juegos de rompecabezas”. Tú puedes decir “Soy un jugador, juego *Call of Duty*. Disfruto de los juegos de disparos en primera persona [FPSs]”. Probablemente no haya interacción entre nosotros.

Una vez más, distintas personas que comparten la identidad de jugador tienen, en realidad muy poco en común y tienen poca o ninguna interacción entre sí. Carl comparte la suposición generalizada de que hay diferentes “comunidades específicas” en lugar de una gran comunidad de jugadores, y sin embargo afirma que si alguien pertenece a una de esas comunidades en particular, “de repente es parte de esa comunidad” de jugadores. La contradicción constitutiva de esta fórmula es que *ser parte de una comunidad, pero sin conformar una comunidad* refleja una tendencia en la sociedad contemporánea que sigue la estela de identidades indefinidas. Esto se parece precisamente a la representación de Bauman (2001: 68) de las comunidades mediadas por tecnologías electrónicas, una “comunidad de no pertenencia, una especie de rejunto de solitarios”. De igual manera, en relación con estas comunidades, Bauman (2001: 69) también explora las que se forman alrededor de ídolos o celebridades que “evocan la ‘experiencia de comunidad’ sin comunidad real, la alegría de pertenecer sin la incomodidad de estar atado”. Lo importante es la *experiencia de la identidad* y no la *identidad en sí*. Estas son comunidades que crean un sentido de pertenencia (temporal) sin generar lazos sociales.

Estas nuevas comunidades, y en particular la comunidad de jugadores, solo parecen existir como parte de una situación continua, colectiva y efervescente (Durkheim, 1995: 216-225). Bauman (2004: 31) acuñó la noción de “comunidades de guardarropa” para aludir a esas formaciones sociales que “se agrupan durante el espectáculo y se vuelven a desmontar rápidamente una vez que los espectadores recogen sus abrigos de los ganchos del guardarropa”. Estas son comunidades que “tienden a ser volátiles, transitorias, centradas en un solo aspecto o un solo propósito” (Bauman, 2000: 199) y, como las comunidades de juego, unen a los individuos “durante un período de tiempo en el que los otros intereses, los que los dividen en lugar de unirlos,

se dejan temporalmente a un lado” (Bauman, 2000: 200). En este sentido, encontramos entre los participantes de nuestra investigación la máxima definición de la comunidad que gira en torno a los videojuegos:

Este es un malentendido muy común: acercarse a los jugadores como una comunidad. No existe una comunidad de jugadores. Hay comunidades en torno a ciertos juegos, tal vez en torno a ciertos géneros. Pero los jugadores son tan diferentes que no tienen nada en común. (Emmett)

Comunidades sin nada en común; “videojugadores”, una noción que une a un grupo de personas tan diferentes que no pueden unirse bajo ninguna noción. La comunidad venidera, predijo Giorgio Agamben (1993: 85) a principios de la década de 1990, estaría “mediada no por una condición de pertenencia (ser rojo, ser italiano, ser comunista) ni por la simple ausencia de condiciones (una comunidad negativa [...]), sino por la autopertenencia”. Esta es una comunidad que, agrega Agamben (1993: 86), se formaría “sin afirmar una identidad”, y en la que los individuos “copertenecen sin ninguna condición representable de pertenencia (incluso en la forma de una simple presuposición)”. Casi veinticinco años después, a finales de la década de 2010, los videojuegos y su cultura parecen corroborar el pronóstico de Agamben. Los videojuegos anticipan la naturaleza postidentitaria de los entornos sociales que comienzan a surgir en la sociedad contemporánea.

“Solo un jugador”: fuera de los ejes definatorios de la identidad

La noción de identidad, nos gustaría afirmar, puede abordarse utilizando dos ejes de análisis. El primero hace referencia a la forma de la identidad: ¿es sólida, estable y permanente? ¿O es algo fragmentado, débil, inestable, temporal, múltiple y líquido? En las ciencias sociales, como vimos anteriormente, esta narrativa se construye en torno a la idea de que las sociedades tradicionales y de la modernidad temprana estaban dominadas por un tipo sólido de identidad, y las sociedades posmodernas o de la modernidad tardía están más cerca de una identidad fluida, que al final es evidencia de una categoría que está comenzando a disolverse.

El segundo eje se refiere al ensamblaje de la identidad en sí misma: ¿es la identidad una posición, un punto de partida desde donde los individuos son capaces de enunciarse y actuar? ¿O es más bien un punto de llegada, el resultado no preexistente de diferentes asociaciones, mediaciones y procesos? Según Latour (1993: 1-3), ya a principios de la década de 1990 la proli-

feración de híbridos era más que visible: el surgimiento de esos “embrollos de ciencia, política, economía, derecho, religión, tecnología y ficción” que pueblan el mundo y son fáciles de detectar en todas partes. Por ejemplo, en relación con un artículo periodístico sobre el SIDA, Latour (1993: 2) dice:

El diminuto virus del SIDA te lleva del sexo al inconsciente, luego a África, al cultivo de tejidos vivos, al ADN y a San Francisco, pero los analistas, pensadores, periodistas y decisores políticos cortarán la delicada red que el virus trazó para ti en compartimentos estancos donde solo encontrarás ciencia, o solo economía, o solo fenómenos sociales, o solo noticias locales, o solo sentimiento, o solo sexo.

La modernidad, entonces, se construyó sobre el discurso de la diferenciación de esferas (social, cultural, natural, biológica, humana, animal, económica, tecnológica, política, etc.), ya sea una diferenciación funcional dentro de un sistema social (Luhmann, 1996; Parsons, 2012; Durkheim, 2013), la polarización dialéctica de las fuerzas sociales (Marx, 1976; Horkheimer y Adorno, 2002), o un inevitable proceso de individualización y especialización experta (Bell, 1976; Giddens, 1991; Stehr, 1994). Sin embargo, como afirma Latour, la modernidad, y particularmente la modernidad tardía, ha fomentado un proceso incesante de desdiferenciación entre entidades que antes estaban aisladas o no existían. En este contexto de hibridación aumentada entre elementos heterogéneos, la identidad aparece como un esfuerzo por compartimentar lo que se expresa, por definición, en términos diversos, complejos e híbridos. Esto también insinúa que la identidad se ha convertido en una categoría desbordada por las mareas de los tiempos, incapaz de contener una realidad social promiscua y en constante cambio.

La contradicción real surge en la sociedad contemporánea, cuando los dos ejes se desmoronan tan pronto como intentan capturar un sentido de identidad. Como argumenta Bauman (2004: 16), la “fragilidad y el estado de identidad provisional para siempre ya no pueden ocultarse”; “el secreto está fuera”. La identidad del jugador, como hemos visto a lo largo de este capítulo, podría entenderse como el ejemplo prototípico de una realidad social emergente dominada por posiciones de postidentidad.

La identidad de videojugador, como ocurre con muchas otras construcciones de identidad contemporáneas, no puede encontrar acomodo en el espectro de solidez/liquidez del primer eje y, como vimos anteriormente, salta de definiciones extremadamente sólidas y conformadas del videojugador a definiciones radicalmente líquidas y fragmentadas. La identidad del jugador circula inquieta entre estos dos polos y, eventualmente, escapa de sus coordenadas para quedarse en un estado indeterminado. En relación con el segundo eje, la identidad del videojugador es incapaz de proporcionar un resultado definido y (al menos moderadamente) estable para convertirse en un punto de enunciación o acción para los individuos que se identi-

fican (o son identificables) con ella. La identidad de videojugador es una lucha perenne por convertirse (o no convertirse) en videojugador. Como otros aspectos de la realidad social (véanse los capítulos 4 y 5), la identidad se está convirtiendo, a lo sumo, en una experiencia de la identidad. La identidad de videojugador es, por lo tanto, el ensamblaje de una esencia; la articulación de diferentes discursos, prácticas y experiencias que permite a los individuos ocupar la categoría sin ninguna (pre)condición de pertenencia.

Por lo tanto, los videojuegos y su cultura cuestionan la noción misma de identidad. Después de todo, la identidad de videojugador se basa en una serie de experiencias de juego (o parajuego), que son una acumulación inconexa de hechos y situaciones singulares, pero también compartidos (reconocidos incluso en su estado efímero). Y eso es lo que define la realidad social actual. Nos define lo que no nos define (esencialmente), y esa es la paradoja fundamental que las prácticas de los videojuegos están haciendo espectacularmente visible. El jugador es lo que Agamben (1993: 65) llama “una singularidad sin identidad”, que supera la idea de la búsqueda de una “propiedad individual” con “una identidad propia”. Sobre la base de Agamben (1993: 9-11), consideramos que el jugador es “el ejemplo”, “ni particular ni universal”; “una singularidad entre otros, que sin embargo representa a cada uno de ellos y sirve para todos”. Los jugadores son entonces como estas singularidades que “se comunican solo en el espacio vacío del ejemplo, sin estar atados por ninguna propiedad común, por ninguna identidad”. En este caso, argumentamos que nos enfrentamos a una secuencia de experiencias relacionadas que nunca emergen del todo como una identidad, sino más bien como la experiencia de esa identidad; se acerca a lo que Martínez de Albeniz (2017: 3) identifica como una identidad 3.0, una “identidad que se expresa a través de su despliegue”. La identidad como “referencia circulante” (Latour, 1999: 24-79), sin principio ni fin.

Como vimos antes, Bogost (2011: 154) piensa que “jugador” pronto será una anomalía, o incluso una categoría que probablemente desaparecerá. Pero a pesar de que los hallazgos de nuestra investigación podrían interpretarse en una dirección que corrobore el pronóstico de Bogost, no creemos que esto signifique que la categoría simplemente desaparecerá o se convertirá en una anomalía. La categoría de jugador podría incluso volverse más relevante que nunca, pero sin contenido de identidad. Es la noción de identidad la que se convertirá en la anomalía.

El escenario de postidentidad que discutimos aquí es como los videojuegos: una experiencia posfenomenológica encarnada que articula un sentido de pertenencia sin pertenencia; es la experiencia de la identidad, su caparazón, por así decirlo, no la identidad misma. Este enfoque no rechaza la noción de “identidad para construir identidad” (una identidad negativa, como propone Pulkikinen (2015)), sino que abraza construcciones de identidad particulares para rechazar la noción de identidad. Alfred resume todo esto con una claridad impecable: “De verdad, solo soy un jugador”. Esta es una manera simple y directa de

definirse a sí mismo, usando una etiqueta que se presenta como evidente por sí misma, pero que en realidad no dice mucho sobre él.

Conclusiones

En este capítulo nos hemos centrado en lo que nos dice la categoría de videojugador sobre la noción de identidad en la sociedad contemporánea. En particular, afirmamos que la cultura de los videojuegos proporciona un punto de vista útil para observar el proceso de formación de la identidad en el mundo actual. Así, de acuerdo con los teóricos sociales que han abordado la crisis de identidad (junto con otras instituciones de la modernidad) en la modernidad tardía presentamos un marco teórico que ilustra la transición de un modelo de construcción identitaria basado en identidades sólidas y permanentes a otro que gira en torno a identidades fluidas y fragmentadas. En este sentido, sostenemos que la identidad de videojugador corrobora algunos aspectos de esta transición y, además, anticipa nuevos modos de construcción de significados.

Después de revisar algunas de las discusiones teóricas sobre identidad que han tenido lugar en los últimos años, analizamos las diferentes conceptualizaciones del videojugador y sus comunidades que surgen de nuestras entrevistas. Por lo tanto, hemos explorado diferentes categorías de jugadores, junto con diversos enfoques de la cultura de los videojuegos. Esto incluye al jugador *hardcore*-subcultural, al jugador casual, al jugador como *gourmet* o *connoisseur*, al intelectual cultural y a la idea de que “todo el mundo es un jugador”. En este proceso, llegamos a la conclusión de que la cultura de los videojuegos y los videojugadores representan de manera impecable el enigma que define la identidad en la contemporaneidad y, además, ofrecen respuestas parciales al asunto. La identidad de videojugador nos muestra el camino hacia la hipótesis de la postidentidad, que explica cómo los procesos de formación de la identidad han cambiado radicalmente en el presente y cómo la propia noción de identidad se ve comprometida.

Por lo tanto, la cultura de los videojuegos plantea la hipótesis de la postidentidad, donde la identidad de videojugador y las comunidades construidas alrededor de los videojuegos aparecen como uno de los primeros ejemplos empíricos que le ofrecen plausibilidad. Vimos que la identidad de videojugador se libera de los ejes de análisis que suelen apoderarse de la identidad: por un lado, su forma (si las identidades son sólidas o líquidas); por otro lado, la forma en que se ensamblan las identidades (si las identidades se deben considerar como una sustancia o como un proceso). La identidad del jugador no se puede definir según estos ejes, porque se mueve sin cesar entre los dos polos del primer eje (la identidad del jugador a veces parece ser sólida y otras

veces parece ser completamente fluida e inestable) y, en relación con el segundo eje, no es un punto desde donde enunciar la acción para aquellos que se identifican (o son identificables) como videojugadores, ni es tampoco un proceso teleológico. La cultura de los videojuegos, como muchos otros elementos que definen la sociedad contemporánea, describe nuestro entorno social actual tanto como anticipa la sociedad venidera. La identidad de jugador puede considerarse como el primer ejemplo de relevancia en una era emergente posterior a la identidad.

7. CONCLUSIÓN

ESTO NO ES UN VIDEOJUEGO, ¿O SÍ?

Al final del primer episodio del videojuego *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015), Max, el personaje controlado por el jugador, le confiesa a su mejor amiga Chloe que tiene la capacidad de revertir el tiempo (la mecánica central del juego). Chloe, desconcertada, intenta calmar a su amigo: “Está bien. Veo que ahora eres un *geek* con una gran imaginación, pero esto no es un animé ni un videojuego”. *Life is Strange* genera su propia crisis de representación, a la manera de Magritte. René Magritte, el pintor surrealista belga, es el autor del popular cuadro *La Trahison des Images* (“La traición de las imágenes”), que representa una pipa. Debajo de ella, Magritte escribió la siguiente frase: *Ceci n’est pas une pipe* (“esto no es una pipa”). Lo que Magritte parece estar tratando de transmitir es: “Esto no es una pipa, sino más bien una pintura de una pipa; la palabra pipa *tampoco* es una pipa”. La X en el mapa no se refiere (generalmente) a una X real en el suelo, pero incluso si lo hace, la X en el mapa *no es* la X en el suelo. Es una representación de ella. Y esta representación no es lo que se representa: el signifiante no es el significado, el mapa no es el territorio.

Sin embargo, ¿cómo es posible que un videojuego contenga la afirmación “esto no es un videojuego”? *Life is Strange* no es una representación de un videojuego; es un videojuego. Además, esta pregunta es particularmente relevante para un videojuego como *Life is Strange*, que integra como su mecánica principal la posibilidad de revertir el tiempo para explorar nuevos cursos de acción o intentar triunfar tras el fracaso, algo que se atribuye a la mayoría de los videojuegos: la falta de consecuencias (importantes) para el jugador, ya que normalmente pueden recargar una partida guardada o un punto de control, o volver a jugar un área desde el principio. De forma intencionada o no, *Life is Strange* es implícitamente un metajuego. Sin embargo, si es posible afirmar, dentro de un videojuego, que “esto no es un videojuego”, es porque los videojuegos también son representaciones de la realidad (o *vivencias* de la realidad, como vimos en el capítulo 4), y eso es lo que permite que el juego pueda referirse a la “vida real” como lo opuesto de un juego, una fantasía o una ficción. En los videojuegos (normalmente) tienes tantas oportunidades como quieras. En este sentido, los videojuegos representan la actividad sin consecuencias por ex-

celencia. Por el contrario, en la “vida real”, como en la canción de Eminem “Love the Way You Lie” (“no tienes otra oportunidad, la vida no es un juego de Nintendo”), cada acción tiene consecuencias que no se pueden revertir. Si estás leyendo esto, puedes decirlo en voz alta: “Esto no es un videojuego”. Y sin embargo, son varias las dimensiones de la realidad social que comienzan a entenderse mejor en términos videolúdicos.

En la introducción establecemos el objetivo principal de este libro: nuestra intención es explorar aspectos clave de la realidad contemporánea a través de la lente de la cultura de los videojuegos. En este sentido, los videojuegos son, a la vez, un factor condicionante y el reflejo de las transformaciones fundamentales que dan forma a la sociedad y la cultura contemporáneas. En la introducción también delineamos un mapa para guiarnos el viaje intelectual que teníamos por delante. Mostramos el contenido de nuestras maletas: un proyecto de investigación de tres años, un conjunto de datos cualitativos sólido y original, y un marco teórico construido sobre un marco interdisciplinario rico y diverso (conformado por, entre otras disciplinas, sociología, estudios de medios, juegos estudios, estudios culturales, antropología, filosofía, estudios de gubernamentalidad y psicología social). Durante el viaje hemos atravesado algunos de los temas y las transformaciones fundamentales de la sociedad contemporánea que los videojuegos pueden ayudarnos a comprender, como la digitalización, la educación, el trabajo, la naturaleza de la agencia, el neoliberalismo, la cultura participativa, la experiencia, la tecnología, el cuerpo, la empatía, la identificación, la identidad y la comunidad. Obviamente, la cultura de los videojuegos no es el único filtro a través del que es posible comprender la realidad, pero, en el mundo actual, es un lente cada vez más poderoso.

En el contexto de una cultura digital creciente, definimos la cultura de los videojuegos como la institucionalización de las prácticas, experiencias y significados de los videojuegos en la sociedad contemporánea. Así vemos que la cultura de los videojuegos está impregnando cada rincón de la realidad, otorgándole propiedades que generalmente asociamos con los videojuegos a numerosos aspectos de nuestra sociedad y de nuestra cultura, propiedades que, incluso si no se ven directamente, tienen una influencia palpable. La presencia e influencia de la cultura de los videojuegos se puede percibir en diferentes situaciones: en la floreciente industria de los videojuegos propiamente dicha, en el hecho de que personas cada vez más diversas están jugando videojuegos, en la conversión de los videojuegos en una rama importante de la cultura (en términos académicos y artísticos tanto como en el creciente interés por ellos que puede encontrarse en viejos y nuevos tipos de medios de comunicación) y en la contribución significativa de los videojuegos en la difuminación de los límites entre los campos de la educación, el juego y el trabajo. Pero, sobre todo, esta cultura de los videojuegos ampliamente extendida y que afecta a la sociedad en su conjunto se puede resumir en el proceso en curso de videoludificación de la sociedad, a través del que varios

aspectos de la sociedad contemporánea se convierten en algo parecido a un (video)juego. Los videojuegos y su cultura son, en consecuencia, la versión beta de prueba de la sociedad por venir.

También exploramos cómo la cultura de los videojuegos fomenta diferentes formas de entender la naturaleza de la agencia y sus articulaciones políticas. Por tanto, a nivel ontológico, la naturaleza y la forma de la agencia pueden definirse como la transformación múltiple, distribuida y dislocada de la realidad. Las complejas interrelaciones entre los diferentes tipos de actores en la cultura de los videojuegos, incluidos los jugadores, las redes, el *hardware*, el *software*, etc., junto a su naturaleza protésca, híbrida y distribuida, cuestionan las nociones convencionales de agencia. Esto nos llevó a repensar la agencia en el contexto de ensamblajes heterogéneos y posthumanistas.

A nivel sociopolítico, la cultura de los videojuegos nos muestra que la agencia es parte de prácticas emancipadoras tanto como alienantes. La noción de agencia está fuertemente influenciada por las racionalidades políticas hegemónicas del neoliberalismo, como vimos al analizar la forma en que la cultura de los videojuegos fomenta la idea de individuos libres, activos y poderosos que son considerados responsables de sus propias acciones y de su autogobierno. (Esto se refleja, en la sociedad en general, en la idea de los individuos responsables de su propia seguridad, bienestar y educación). Sin embargo, utilizando precisamente las mismas fuerzas que impulsan al neoliberalismo como un conjunto hegemónico de racionalidades, la cultura de los videojuegos también nos muestra que la agencia se puede articular de manera más colaborativa y participativa. Este es el caso de la cultura participativa, que encuentra en la cultura de los videojuegos el caldo de cultivo perfecto para desarrollarse. Aunque la agencia es la fuerza genérica que transforma la realidad, es una fuerza que también se altera e impulsa a través del tejido social cuando se actualiza al interior de la cultura de los videojuegos, reproduciendo sus formas hegemónicas, vinculadas al neoliberalismo, pero también facilitando modos de agencia nuevos y más prometedores. La cultura del videojuego, por tanto, nos ayuda a visualizar las materializaciones contemporáneas de estas dos dimensiones sociales y políticas interrelacionadas de la agencia.

Además, analizamos cómo la cultura de los videojuegos podría ayudarnos a entender la sociedad como un conjunto de experiencias diseñadas que se realizan en un marco post fenomenológico. Identificamos la característica fundamental que está presente en casi todas las definiciones de videojuegos: la experiencia. En particular, a los videojuegos a menudo se los define como experiencias diseñadas mediadas por tecnología digital. Existen diferentes razones para hacerlo: los videojuegos son experiencias mediadas tecnológicamente de otras experiencias (reales o imaginarias); los actores sociales a menudo relatan sus experiencias de juego como lo harían con otras experiencias en su vida diaria; la naturaleza interactiva de los videojuegos los convierte en experiencias que deben ser realizadas o actualizadas; los videojuegos son experiencias corporizadas, articuladas,

protésicas y cyborgianas. Estos son algunos factores que nos impulsan a analizar el papel de la experiencia en la sociedad contemporánea y su particularidad. Las experiencias que nos enseñan los videojuegos son únicas, personales y contingentes y, al mismo tiempo, compartidas, colectivas y estructurales. En el caso de los videojuegos, además, las experiencias no son solo una colección de fenómenos sino también la red de elementos heterogéneos que hacen emerger esos fenómenos. Las experiencias emergen, entonces, en un contexto post fenomenológico y dan paso a una sociedad que puede entenderse como un conjunto de experiencias diseñadas. En este sentido, la sociedad se está convirtiendo progresivamente en un conjunto de experiencias mediadas tecnológicamente (como vimos, entre otros ejemplos, en los campos del turismo, la cultura, el ocio, la gastronomía, las relaciones sociales, la política y el trabajo) y la lógica y la práctica de los videojuegos, nuevamente, anticipa e informa este mismo proceso.

En relación a esto, exploramos cómo los videojuegos son ventanas que, en cierta medida, le permiten al jugador acceder a otras experiencias y realidades. Los videojuegos pueden verse como dispositivos de mediación que permiten a los jugadores experimentar (representaciones, recreaciones o reactualizaciones de) situaciones que no han tenido o que no podrían tener. Es por eso que los videojuegos son capaces de facilitar los procesos de empatía e identificación en los jugadores, permitiéndoles conectarse con una variada gama de situaciones. Los videojuegos no solo funcionan como herramientas para el escapismo, sino que también posibilitan diferentes formas de ayudar a los jugadores a crear vínculos con la realidad social, lejana o cercana, que los rodea. Estas experiencias de juego son, no obstante, experiencias por sí mismas. Los videojuegos transmiten algunos aspectos de las experiencias que recrean, pero las experiencias de los videojuegos no son, en sí mismas, las experiencias recreadas. La relación que se establece entre el jugador y las realidades expresadas en un videojuego no se define, por tanto, en términos de correspondencia sino de conexión, emergencia o (re)actualización. En esta compleja conexión entre los videojuegos, los jugadores y la realidad social, la experiencia del juego refleja y transforma las experiencias de la "vida real". La videoludificación de la sociedad avanza inexorablemente.

Finalmente, nos enfocamos en lo que las identidades de los videojugadores pueden decirnos sobre los procesos contemporáneos de formación de identidad. A partir de teóricos sociales que se han acercado a la crisis de identidad (junto con otras instituciones de la modernidad) en la sociedad contemporánea, establecemos un marco teórico que describe el cambio en los modelos de construcción de identidad de aquellos basados en identidades sólidas y permanentes a aquellos centrados en torno a identidades fluidas y fragmentadas. Explorando diferentes categorías de videojugadores y distintos enfoques de la cultura de los videojuegos (incluyendo el jugador *hardcore*-subcultural, el jugador casual, el jugador *gourmet*, el jugador cultural-intelectual y la idea de que todos son jugadores) llegamos a la conclusión de que la cultura de los videojuegos retrata a la

protésicas y cyborgianas. Estos son algunos factores que nos impulsan a analizar el papel de la experiencia en la sociedad contemporánea y su particularidad. Las experiencias que nos enseñan los videojuegos son únicas, personales y contingentes y, al mismo tiempo, compartidas, colectivas y estructurales. En el caso de los videojuegos, además, las experiencias no son solo una colección de fenómenos sino también la red de elementos heterogéneos que hacen emerger esos fenómenos. Las experiencias emergen, entonces, en un contexto post fenomenológico y dan paso a una sociedad que puede entenderse como un conjunto de experiencias diseñadas. En este sentido, la sociedad se está convirtiendo progresivamente en un conjunto de experiencias mediadas tecnológicamente (como vimos, entre otros ejemplos, en los campos del turismo, la cultura, el ocio, la gastronomía, las relaciones sociales, la política y el trabajo) y la lógica y la práctica de los videojuegos, nuevamente, anticipa e informa este mismo proceso.

En relación a esto, exploramos cómo los videojuegos son ventanas que, en cierta medida, le permiten al jugador acceder a otras experiencias y realidades. Los videojuegos pueden verse como dispositivos de mediación que permiten a los jugadores experimentar (representaciones, recreaciones o reactualizaciones de) situaciones que no han tenido o que no podrían tener. Es por eso que los videojuegos son capaces de facilitar los procesos de empatía e identificación en los jugadores, permitiéndoles conectarse con una variada gama de situaciones. Los videojuegos no solo funcionan como herramientas para el escapismo, sino que también posibilitan diferentes formas de ayudar a los jugadores a crear vínculos con la realidad social, lejana o cercana, que los rodea. Estas experiencias de juego son, no obstante, experiencias por sí mismas. Los videojuegos transmiten algunos aspectos de las experiencias que recrean, pero las experiencias de los videojuegos no son, en sí mismas, las experiencias recreadas. La relación que se establece entre el jugador y las realidades expresadas en un videojuego no se define, por tanto, en términos de correspondencia sino de conexión, emergencia o (re)actualización. En esta compleja conexión entre los videojuegos, los jugadores y la realidad social, la experiencia del juego refleja y transforma las experiencias de la "vida real". La videoludificación de la sociedad avanza inexorablemente.

Finalmente, nos enfocamos en lo que las identidades de los videojugadores pueden decirnos sobre los procesos contemporáneos de formación de identidad. A partir de teóricos sociales que se han acercado a la crisis de identidad (junto con otras instituciones de la modernidad) en la sociedad contemporánea, establecemos un marco teórico que describe el cambio en los modelos de construcción de identidad de aquellos basados en identidades sólidas y permanentes a aquellos centrados en torno a identidades fluidas y fragmentadas. Explorando diferentes categorías de videojugadores y distintos enfoques de la cultura de los videojuegos (incluyendo el jugador *hardcore*-subcultural, el jugador casual, el jugador *gourmet*, el jugador cultural-intelectual y la idea de que todos son jugadores) llegamos a la conclusión de que la cultura de los videojuegos retrata a la

perfección el problema de la identidad en la contemporaneidad y, además, lo trasciende. Los videojuegos no solo expresan la naturaleza fluida, contingente y volátil de la identidad en el mundo actual, sino que también anticipan entornos sociales en los que la noción misma de identidad está bajo escrutinio. La cultura de los videojuegos plantea la hipótesis de la postidentidad, un mundo futuro del que la identidad de los videojugadores y las comunidades construidas alrededor de los videojuegos parecen ser uno de los primeros ejemplos empíricos. La identidad del jugador escapa de los ejes de análisis que suelen captar la identidad: su forma (sólida o líquida) y la forma en que se ensambla (como punto de partida, una sustancia; o como punto de llegada, un proceso). Las identidades que emergen dentro de la cultura de los videojuegos no descansan entre ninguno de estos ejes. La identidad de los jugadores circula inquieta entre los dos polos del primer eje (sólido/líquido) y es incapaz de brindar un resultado definido y (al menos moderadamente) estable para convertirse en un punto de enunciación o acción para los individuos que se identifican (o que son identificables) como jugadores en relación con el segundo eje. La cultura de los videojuegos se infiltra en la forma como pensamos sobre nosotros mismos y sobre los demás. El juego de la identidad adquiere una nueva dimensión.

En el breve texto (disfrazado de cita de un libro del siglo XVII) “Del rigor en la ciencia”, Jorge Luis Borges (1974: 847) escribe:

En aquel Imperio, el arte de la cartografía logró tal perfección que el mapa de una sola provincia ocupaba toda una ciudad, y el mapa del Imperio, toda una provincia. Con el tiempo, estos mapas desmesurados no satisficieron y los colegios de cartógrafos levantaron un mapa del Imperio, que tenía el tamaño del Imperio y coincidía puntualmente con él.

Menos adictas al estudio de la cartografía, las generaciones siguientes entendieron que ese dilatado mapa era inútil y no sin impiedad lo entregaron a las inclemencias del sol y los inviernos. En los desiertos del Oeste perduran despedazadas ruinas del mapa, habitadas por animales y por mendigos; en todo el país no hay otra reliquia de las disciplinas geográficas.

Ha habido muchas interpretaciones de este texto de Borges, pero la mayoría de ellas giran en torno a la cuestión de la representación científica de la realidad. Como vimos arriba, el mapa no es el territorio y, en consecuencia, un mapa que coincida con el territorio no serviría de nada. Sin embargo, en la introducción escribimos sobre la “X”, que marca el lugar en el mapa tanto como en el territorio de la isla de *Monkey Island*. Y nos preguntamos: ¿qué “X” fue primero, la impresa en el mapa o la que surca

la tierra? El mapa está destinado a ser una representación fácil de manejar del territorio; sin embargo, el mapa no es una representación inocente, sino que el mapa también contribuye a producir el territorio.

La cultura de los videojuegos es, entonces, un magnífico mapa que nos ayuda a comprender la sociedad contemporánea. Refleja aspectos fundamentales del mundo actual y también anticipa la sociedad emergente o venidera. Pero la cultura de los videojuegos es más que eso; también informa la cultura y la sociedad contemporáneas. Entre el mapa y el territorio no hay una simple correspondencia; se influyen mutuamente de muchas formas. Esto es lo que ocurre con la cultura de los videojuegos y con el contexto social en el que ha surgido. La realidad no es un videojuego, pero está empezando a estar impregnada de la cultura de los videojuegos en más áreas de las que podríamos imaginar. En cierto sentido, este libro es un mapa de ese mapa de la sociedad contemporánea. Necesitaremos más mapas para comprender realmente todo lo que la cultura de los videojuegos tiene para ofrecer. Esperamos que este libro se convierta en un excelente trabajo de cartografía para una mejor comprensión de la cultura de los videojuegos y de la sociedad contemporánea, en el primer mapa de esta naturaleza que abre el campo a otros trabajos que estudien los vínculos entre los videojuegos y la sociedad y la cultura en general.

Por lo tanto, esto no es un videojuego; *este libro* no es un videojuego, pero solo tiene sentido en una sociedad que ha sido atravesada y profundamente afectada por una cultura de los videojuegos creciente y penetrante. Esto no es un videojuego... ¿O sí?

GLOSARIO

AAA (pronúncie

Término inform

dos y muy prom

Actualización

Ciertos aspectos

Agencia

Capacidad de ac

acercarnos a la a

podrían o no pre

Beta tester

Individuo que tr

Ciberespacio

Ver *realidad virtu*

Círculo mágico

Argumento difu

parcialmente) de

Comunidad

Tradicionalmen

las costumbres y

grupo de persona

acción cara a car



Los videojuegos como cultura: Identidad y experiencia en el mundo actual (Comunicación y lenguajes nº 6)

Daniel Muriel, Garry Crawford

Calificación general

Haga una reseña de este libro en Amazon.



Recomendar este libro

¿Te ha gustado el libro? Recomiéndaselo a un amigo

Recomendar

es, bien financia-

grande. Debemos

s de observar que

uego" (al menos

tiendo la cultura,

ra referirse a un

cesidad de inter-

GLOSARIO

AAA (pronúnciese “triple A”)

Término informal, equivalente en videojuegos a la “película de gran éxito”. Es decir, lanzamientos importantes, bien financiados y muy promocionados, de los grandes desarrolladores de videojuegos. Vea también *juegos indie*.

Actualización

Ciertos aspectos de la realidad social deben realizarse, recrearse o “actualizarse” para existir.

Agencia

Capacidad de actuar sobre la realidad. Es lo que produce cualquier tipo de transformación, sea pequeña o grande. Debemos acercarnos a la agencia enfocándonos en sus consecuencias en lugar de otros elementos intangibles y difíciles de observar que podrían o no precederla, como la intencionalidad.

Beta tester

Individuo que trabaja, de forma remunerada o no, probando los juegos antes de su lanzamiento oficial.

Ciberespacio

Ver *realidad virtual*.

Círculo mágico

Argumento difundido en los estudios de juegos que sostiene que los juegos tienen lugar en un “espacio de juego” (al menos parcialmente) delimitado y separado de la vida cotidiana.

Comunidad

Tradicionalmente, este término define a un grupo de personas que conviven en una misma localidad, compartiendo la cultura, las costumbres y las formas de hacer y vivir. Más recientemente, empezó a usarse de manera más vaga para referirse a un grupo de personas que comparten intereses comunes, sin ninguna otra condición previa de pertenencia ni necesidad de interacción cara a cara.

Corporización

Herramienta teórica que nos ayuda a analizar nuestra relación con la sociedad y el medio ambiente, que le da al cuerpo un papel importante en nuestras experiencias de la vida cotidiana y pone en tela de juicio la división entre lo corporal y lo cognitivo.

Cultura digital

La tecnología digital ha transformado la realidad a todos los niveles. Esto significa que casi todos los aspectos de nuestra vida social y personal se han convertido en medios digitales, lo que hace de la cultura digital la lógica cultural dominante y la fuerza transformadora de la sociedad contemporánea.

Cultura participativa

Argumento según el cual ha habido una evolución tanto en la tecnología y las expectativas como en los comportamientos de las audiencias que ha propiciado una mayor participación de las mismas en el consumo y la producción de medios.

Cultura de los videojuegos

Institucionalización de las prácticas, experiencias y significados de los videojuegos en la sociedad contemporánea.

Cyborg

Organismo cibernético, es decir, organismo biológico que integra algún tipo de tecnología con el fin de incrementar sus habilidades y capacidades. Consulte también *prótesis*.

Digimodernismo

Según Alan Kirby, el digimodernismo es la lógica cultural dominante del siglo XXI, mediada y dominada por la cultura digital. Ver también *cultura digital*.

Dispositivo

Red de relaciones entre elementos heterogéneos como discursos, instituciones, formas arquitectónicas, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas. Ver también *ensamblaje*.

Empatía

Capacidad de una persona de ponerse en el lugar de otra.

Ensamblaje

Articulación de diferentes actores y sistemas que se comportan, aunque temporalmente, de forma orgánica.

Ergódico

Medida del esfuerzo explícito y no trivial para poder interactuar con un producto.

Escapismo

Proceso a través del cual las personas escapan temporalmente de algunos aspectos de su vida actual, como el aburrimiento, el trabajo, la rutina o el estrés.

eSports

Práctica de videojuegos en competiciones organizadas, a menudo profesionales.

Evento de tiempo rápido

Partes de un videojuego donde el jugador tiene que actuar con el controlador de manera oportuna, normalmente siguiendo una secuencia de indicaciones en la pantalla.

Experiencia

Lo que aprehendemos y entendemos a través de nuestros sentidos. De manera crucial, la experiencia no solo está determinada por nuestra percepción, sino que también está condicionada por otros factores (incluidas las experiencias de otras personas) que la estructuran.

FPS (juego de disparos en primera persona, por sus siglas en inglés)

Videojuego que se juega desde la perspectiva “en primera persona” (a través de su propia visión) del protagonista del juego, donde la acción principal que se lleva a cabo es disparar a otros personajes jugadores o no jugadores (PCs o NPCs, por sus siglas en inglés).

Identidad

Forma en que pensamos sobre nosotros mismos y los demás. Es cómo nos vemos a nosotros mismos como individuos y como parte de un grupo, y al mismo tiempo, cómo entendemos a los demás como diferentes a nosotros.

Identificación

Proceso mediante el cual las personas establecen una conexión con otras personas o situaciones sin formar parte de ellas.

Interpelación

Proceso por el cual a un individuo se le da una idea, identidad o ubicación social, a través de las prácticas e ideologías sociales dominantes que dominan la vida cotidiana, y que luego acepta (o rechaza) como propia.

Juegos indie

Término informal y flexible que se utiliza para describir los juegos producidos por pequeñas empresas de juegos independientes, generalmente sin el apoyo directo de un editor. Ver también AAA.

Juegos serios

Término para videojuegos o herramientas digitales similares, diseñadas específicamente con fines educativos, comerciales o de capacitación.

Jugador casual

Tipo de videojugador que se involucra en prácticas de juego discontinuas, con un involucramiento vago y una participación limitada con la cultura de los videojuegos. Consulte también *cultura de los videojuegos, jugador hardcore y videojuego*.

Jugador hardcore

Tipo de jugador que invierte mucho tiempo jugando videojuegos y está muy involucrado en la cultura de los videojuegos. Se identifican fuertemente como jugadores y, por lo general, son vistos como el jugador prototípico. Ver también *cultura de los videojuegos, jugador casual y jugador*.

Ludificación (o también Gamificación)

Uso de elementos o dinámicas de juego en entornos que no son juegos, como el trabajo, la educación o el marketing.

Ludología

Perspectiva para el estudio de los videojuegos que los aborda principalmente como formas de juego conformadas y delimitadas por reglas (al menos parcialmente) separadas de la vida cotidiana. Ver también *narratología*.

Mecánica de juego

Diferentes tipos de acciones que un jugador de videojuegos puede realizar dentro del mundo del juego.

Mediación

Procesos y dispositivos que interceden entre los diferentes agentes, procesos y elementos que configuran nuestro mundo y lo hacen posible. Por ejemplo, un controlador de juego media la relación entre el jugador y el videojuego, transformando la forma en que interactúan entre sí, pero también habilitando esa interacción.

MMOG (Juego en línea multijugador masivo, por sus siglas en inglés)

Videojuego que se juega en línea con una gran cantidad de jugadores concurrentes. A veces abreviado simplemente a MMO o, si el juego es un juego de rol, MMORPG (Juego de rol en línea multijugador masivo).

Narratología

Perspectiva difundida en los estudios de juegos que sostiene que los juegos pueden estudiarse utilizando las mismas herramientas metodológicas y teóricas aplicadas previamente a otras formas de medios, como el cine o la literatura. Ver también *ludología*.

Neoliberalismo

Se lo define como una evolución, fechada en el siglo XX, de las ideas del siglo XIX sobre la libertad individual, que enfatiza la responsabilidad individual y la rendición de cuentas, el gobierno pequeño y el capitalismo de libre mercado.

Post fenomenología

Perspectiva que tiene en cuenta otros aspectos más allá de lo que experimentamos a través de nuestro cuerpo para comprender lo que nos rodea. Aborda la noción de experiencia de una manera más compleja, incluyendo nuestra percepción del mundo, junto con los elementos externos que participan en la configuración de esa percepción. Ver también *experiencia*.

Posthumanismo

Paradigma que descentra al ser humano como el agente más importante en las narrativas científicas, sociales y culturales.

Postidentidad

Escenario social en el que las cuestiones de construcción de sentido y sentido de pertenencia se mantienen fuera de las coordenadas teóricas de la identidad.

Prótesis

Parte del cuerpo artificial, que a veces conduce a la articulación de cyborgs. Ver también *cyborgs*.

Racionalidad política

Regularidades en el discurso político que justifican una forma idealizada de representar, analizar y actuar sobre la realidad, en particular, la población.

Realidad aumentada (AR, por sus siglas en inglés)

Sistema que complementa nuestra visión con imágenes o información adicional generada por computadora. Los ejemplos incluyen el uso de las cámaras de los teléfonos y otras tecnologías, de modo que puedan mantenerse en la línea de visión del usuario y mostrarles información o imágenes adicionales. Ver también *realidad virtual*.

Realidad virtual (VR, por sus siglas en inglés)

La realidad virtual describe operar en un espacio más allá de lo cotidiano y ordinario. El ejemplo contemporáneo más común de esto es el uso de cascos de realidad virtual para jugar videojuegos, que le dan al jugador una sensación más profunda de presencia directa en el juego. Ver también *realidad aumentada*.

Videojuego

Término más común utilizado para describir juegos (*software*) que se juegan en dispositivos electrónicos (*hardware*), como consolas de videojuegos, computadoras personales, teléfonos móviles y tabletas.

Videojugador

Jugador de videojuegos que construye una identidad y una cultura en torno a los videojuegos.

Videoludificación

Proceso por el cual la vida cotidiana está impregnada de la lógica de los videojuegos, que incluye, entre otros, los campos de la economía, el trabajo, el ocio, la educación, la salud y el consumo.

Walking Simulator (o Simulador de caminata)

Subgénero de videojuegos que describe una fuerte experiencia de juego basada en la narrativa. En ellos, el jugador no se apresura a actuar o cumplir objetivos específicos, y no hay estados fallidos que impidan críticamente su progreso (como morir).

BIBLIOGRAFÍA

- Aarsand, Pal (2012) "The Ordinary Player: Teenagers Talk about Digital Games", *Journal of Youth Studies*, 15 (8): 961–977.
- Aarseth, Espen (2001) "Computer Game Studies, Year One", *Game Studies*, 1 (1), [[http:// www.gamestudies.org/0101/editorial.html](http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html)] [Última consulta: 14/04/2023].
- Aarseth, Espen (2003) "Playing Research: Methodological Approaches to Game Analysis", trabajo presentado en la conferencia Digital Arts and Culture (DAC), 28–29 de agosto de 2003, Melbourne.
- (2004) "Genre Trouble: Narrativism and the Art of Simulation", en Wardrip-Fruin, Noah y Harrigan, Pat (eds.), *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*. Cambridge, MA: MIT Press, 45–54.
- (2007) "Allegories of Space: The Question of Spatiality in Computer Games", en F. von Borries, S.P. Walz; M. Böttger (eds.), *Space Time Play: Computer Games, Architecture and Urbanism: The Next Level*. Berlín: BirkHäuser, 44–47.
- Abt, Clark C. (2002) *Serious Games*. Lanham, MD: University Press of America.
- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max (1979) *Dialectic of Enlightenment*. Londres: Verso Books.
- Agamben, Giorgio (1993) *The Coming Community*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Alexander, Leigh (2011) "Interview: Making Faces with Team Bondi's McNamara, L.A. Noire", Gamasutra, [http://www.gamasutra.com/view/news/123427/Interview_Making_Faces_With_Team_Bondis_McNamara_LA_Noire.php] [Última consulta: 19/04/2023].
- (2014) "'Gamers' Don't Have to be Your Audience. 'Gamers' are Over", Gamasutra, [http://www.gamasutra.com/view/news/224400/Gamers_dont_have_to_be_your_audience_Gamers_are_over.php] [Última consulta: 14/04/2023].
- Allen, Samantha (2014) "Closing the Gap Between Queer and Mainstream Games", Polygon, [<http://www.polygon.com/2014/4/2/5549878/closing-the-gap-between-queer-and-mainstream-games>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Althusser, Louis (1971) *Lenin and Philosophy and Other Essays*. Londres: New Left Books.

- Anthropy, Anna (2015) "Empathy Game", Auntiepixelante, [<http://auntiepixelante.com/empathygame/>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Antonelli, Paola (2013) (video) "Why I brought Pac-Man to MoMA", Charla TED [https://www.ted.com/talks/paola_antonelli_why_i_brought_pacman_to_moma] [Última consulta: 14/04/2023].
- Appelbaum, Mark; Calvert, Sandra; Dodge, Kenneth; Graham, Sandra; Hall, Gordon N.; Hamby, Sherry; Hedges, Lawrence (2015) "Technical Report on the Review of the Violent Video Game Literature", Washington: APA Task Force on Violent Media, [<http://www.apa.org/pi/families/review-video-games.pdf>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Approaches, Issues, Applications. Cambridge, MA: MIT Press, 23–64.
- Arsenault, Dominic y Perron, Bernard (2009) "In the Frame of the Magic Circle: The Circle(s) of Gameplay", en Wolf, Mark J. y Perron, Bernard (eds.) *The Video Game Theory Reader 2*. Londres: Routledge, 109–131.
- Augé, Marc (1995) *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. Londres: Verso.
- Azuma, Ronald; Baillot, Yohan; Behringer, Reinhold; Feiner, Steven; Julier, Simon; MacIntyre, Blair (2001) "Recent Advances in Augmented Reality", *IEEE Computer Graphics and Applications*, 21 (6): 34–47.
- Bachen, Christine M.; Hernández-Ramos, Pedro F.; Raphael, Chad (2012) "Simulating REAL LIVES: Promoting Global Empathy and Interest in Learning Through Simulation Games", *Simulation & Gaming*, 43 (4): 437–460.
- Bagnall, Gaynor; Crawford, Garry; Petrie, Matthew; Schutt, Becky (2015) "Monetising Cultural Experiences: Research and Development Report", Digital R&D Fund for The Arts. Londres: Nesta.
- Baudrillard, Jean (1994) *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Bauman, Zygmunt (1989) *Legislators and Interpreters*. Cambridge: Polity Press.
- (1993) *Modernity and Ambivalence*. Cambridge: Polity Press.
- (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- (2001) *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press.
- (2004) *Identity*. Cambridge: Polity Press.
- (2005) *Work, Consumerism and the New Poor*. Londres: Open University Press.
- BBC (2017) "Esports 'Set for £1bn Revenue and 600 Million Audiences by 2020'", BBC Sport, [<http://www.bbc.com/sport/39119995>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Beck, Ulrich (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. Londres: Sage.
- (2002) "The Cosmopolitan Society and Its Enemies", *Theory, Culture & Society*, 19 (1-2): 17–44.

- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony; Lash, Scott (1994) *Reflexive Modernization*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2001) *Individualization: Institutionalised Individualism and its Social and Political Consequences*. Londres: Sage.
- Bell, Daniel (1976) [1973] *The Coming of Post-Industrial Society*. Nueva York: Basic Books.
- Berg, Madeline (2016) "The Highest-Paid YouTube Stars 2016: PewDiePie Remains No. 1 With \$15 Million" [<https://www.forbes.com/sites/maddieberg/2016/12/05/the-highest-paid-youtube-stars-2016-pewdiepie-remains-no-1-with-15-million>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas (1995) *Modernity, Pluralism and the Crisis of Meaning*. Gütersloh: Bertelsman Foundation Publishers.
- Bergstrom, Kelly; Fisher, Stephanie; Jenson, Jennifer (2016) "Disavowing 'That Guy': Identity Construction and Massively Multiplayer Online Game Players", *Convergence*, 22 (3): 233-249.
- Bogost, Ian (2014) "Why ludification Is Bullshit" en Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas (eds.) (2014) *Rethinking Ludification*. Lüneburg: Meson Press, 65-79.
- Bizzocchi, Jim y Tanenbaum, Joshua (2011) "Well Read: Applying Close Reading Techniques to Gameplay Experiences", en *Well Played 3.0: Video Games, Value and Meaning*, Drew Davidson (editor) Pittsburgh, ETC Press.
- Black, Daniel (2015) "Why Can I See My Avatar? Embodied Visual Engagement in the Third-Person Video Game", *Games and Culture*, DOI:10.1177/1555412015589175.
- Blackshaw, Tony (2013) *Leisure Life: Myth, Masculinity and Modernity*. Londres: Routledge.
- Bogost, Ian (2007) *Persuasive Games*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2011) *How to Do Things with Videogames*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- (2015) *How to Talk about Videogames*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Boltanski, Luc y Chiapello, Ève (2005) *The New Spirit of Capitalism*. Nueva York: Verso.
- Borges, Jorge Luis (1974) *Obras completas 1923-1972*. Buenos Aires: Emecé.
- Borowiecki, Karol J. y Bakhshi, Hasan (2017) "Did you Really Take a Hit? Understanding How Video Games Playing Affects Individuals", *Nesta*.
- Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude; Passeron, Jean-Claude (1991) *The Craft of Sociology*. Berlín: Walter de Gruyter.
- Braithwaite, Andrea (2016) "It's About Ethics in Games Journalism? Gamergaters and Geek Masculinity", *Social Media + Society*, 1-10.

- Brookey, Robert Alan y Booth, Paul (2006) "Restricted Play. Synergy and the Limits of Interactivity in the Lord of the Rings: The Return of the King Video Game", *Games and Culture*, 1 (3): 214–230.
- Bryce, Jo. y Rutter, Jason, (2005) "Gendered Gaming in Gendered Space", en Raessens, J. & Goldstein, J. (editores) *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge, MA: MIT Press, 301–310.
- Bulut, Ergin (2014) "Playboring in the Tester Pit: The Convergence of Precarity and the Degradation of Fun in Video Game Testing", *Television and New Media*, 16 (3): 240–258.
- Burke, Peter J. y Stets, Jan E. (2009) *Identity Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Burn, Andrew (2006) "Reworking the Text: Online Fandom", en Carr, Diane; Buckingham, David; Burn, Andrew; Schott, Gareth (eds.) *Computer Games: Text, Narrative and Play*. Cambridge: Polity, 103–118.
- Butler, Judith (1993) *Bodies that Matter. On the Discursive Limits of "Sex"*. Londres: Routledge.
- (1999) *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. Londres: Routledge, segunda edición.
- (2006) *Precarious Life: The Power of Mourning and Violence*. Londres: Verso.
- Caillois, Roger (2001) *Man, Play, and Games*. Urbana-Champaign, IL: University of Illinois Press.
- Calleja, Gordon (2010) "Digital Games and Escapism", *Games and Culture*, 5 (4): 335–353.
- Calleja, Gordon (2011) *In-Game: From Immersion to Incorporation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Castells, Manuel (2010) *The Information Age: Economy, Society and Culture. The Rise of the Network Society Vol 1*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Castronova, Edward (2005) *Synthetic Worlds. The Business and Culture of Online Games*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Centola, Damon; González-Avella, Juan Carlos; Eguíluz, Víctor M.; San Miguel, Maxi (2007) "Homophily, Cultural Drift, and the Co-Evolution of Cultural Groups", *Journal of Conflict Resolution*, 51 (6): 905–929.
- Charles, Alec (2009) "Playing with One's Self: Notions of Subjectivity and Agency in Digital Games", *Eludamos*, 3 (2): 291–284.
- Charsky, Dennis (2010) "From Edutainment to Serious Games: A Change in the Use of Game Characteristics", *Games and Culture*, 5 (2): 177–198.
- Chatfield, Tom (2011) *Fun Inc.: Why Gaming Will Dominate the Twenty-First Century*. New York: Pegasus.
- Chhina, Gagun (2016) "The Emerging Field of Video Gaming in India", tesis de doctorado inédita, Manchester: Universidad de Manchester.
- Clark, Andy and Chalmers, David J. (1998) "The Extended Mind", *Analysis*, (58): 10–23.

- Cline, Ernest (2011) *Ready Player One*. Nueva York: Random House.
- Cogburn, Jon and Silcox, Mark (2009) *Philosophy through Video Games*. Londres: Routledge.
- Consalvo, Mia (2007) *Cheating. Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Conway, Steven (2010) "It's in the Game and Above the Game", *Convergence*, 16 (3): 334–354.
- Copier, Marinka (2007) "Beyond the Magic Circle: A Network Perspective on Role-play Online Games", tesis doctoral, Universidad de Utrecht.
- Costello, Brigid Mary (2016) "The Rhythm of Game Interactions: Player Experience and Rhythm in Minecraft and Don't Starve", *Games and Culture*, DOI:10.1177/1555 4120166466668.
- Crawford, Garry (2006) "The Cult of Champ Man: The Culture and Pleasures of Championship Manager/Football Manager Gamers", *Information, Communication and Society*, 9 (4): 496–514.
- (2012) *Video Gamers*. Londres: Routledge.
- (2015) "Is it in the Game? Reconsidering Play Spaces, Game Definitions, Theming and Sports Videogames", *Games & Culture*, 10 (6): 571–592.
- Crawford, Garry, Gosling, Victoria K. & Light, Ben (2011) "The Social and Cultural Significance of Online Gaming", en G. Crawford, V.K. Gosling & B. Light (eds.) *Online Gaming in Context: The Social and Cultural Significance of Online Gaming*. Londres: Routledge.
- Crawford, Garry y Rutter, Jason (2006) "Cultural Studies and Digital Games", en J. Bryce y J. Rutter (eds.) *Understanding Digital Games*. Londres: Sage.
- Creeber, Glen y Martin, Royston (2009) *Digital Cultures. Understanding New Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Crick, Timothy (2011) "The Game Body: Toward a Phenomenology of Contemporary Video Gaming", *Games and Culture*, 6 (3): 259–269.
- Csikszentmihalyi Mihaly (1988) *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cuttell, J. (2017) "Traumatic Prologues and Ethical Responses", paper presented to *DiGRA UK Conference*, University of Salford, Salford, 5 May 2017.
- Dale, Steve (2014) "Gamification: Making Work Fun, or Making Fun of Work?", *Business Information Review*, 31 (2): 82–90.
- Davis, Mark H. (1996) *Empathy: A Social Psychological Approach*. Nueva York: Avalon Publishing.
- Dean, Carolyn (2004) *The Fragility of Empathy After the Holocaust*. Ithaca, Nueva York: Cornell University Press.

- Debord, Guy (1995) *The Society of the Spectacle*. Nueva York: Zone Books.
- De Certeau, Michel (1984) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Deleuze, Gilles (1990) "What is a Dispositif?", en Armstrong, Timothy J. (ed.) *Michel Foucault Philosopher*. Nueva York: Routledge, 159–168.
- De Marinis, Pablo (2005) "16 comentarios sobre la(s) sociología(s) y la(s) comunidad(es)", *Papeles del CEIC*, (15): 1–39. [<http://www.ehu.es/ojs/index.php/papelesCEIC/article/view/12103/11025>] [Última consulta: 13/04/2023].
- Deterding, Sebastian (2014a) "Eudaimonic Design, or: Six Invitations to Rethink Ludification", en Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas (eds.) *Rethinking ludification*. Lüneburg: Meson Press, 305–331.
- (2014b) "The Ambiguity of Games: Histories and Discourses of a Gameful World" en Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (eds.) *The Gameful World*.
- De Waal, Frans (2009) *The Age of Empathy: Nature's Lessons for a Kinder Society*. Toronto: McClelland & Stewart.
- Dibbell, Julian (2007) *Play Money: Or, How I Quit My Day Job and Made Millions Trading Virtual Loot*. Nueva York: Basic Books.
- Donzelot, Jacques (2007) *La invención de lo social*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Dourish, Paul (2001) *Where the Action Is. The Foundations of Embodied Interaction*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Dovey, Jon y Kennedy, Helen W. (2006) *Game Cultures. Computer Games as New Media*. Maidenhead: Open University Press.
- Dredge, Stuart (2013) "Candy Crush Saga Reaches 500m Installations on Mobile and Facebook", *The Guardian* [<http://www.theguardian.com/technology/2013/nov/15/candy-crush-saga-reaches-500m-installs-mobile-facebook>] [Última consulta: 14/04/2023].
- (2015) "Candy Crush Saga Players Spent £865m on the Game in 2014 Alone", *The Guardian* [<https://www.theguardian.com/technology/2015/feb/13/candy-crush-saga-players-855m-2014>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Drucker, Peter (1994) *Post-capitalist Society*. Nueva York: HarperCollins.
- Dubet, François (2006) *El declive de la institución*. Barcelona: Gedisa.
- (2010) *Sociología de la experiencia [Sociology of Experience]*. Madrid: CIS.
- Durkheim, Émile (1995) [1912] *The Elementary Forms of Religious Life*. Nueva York: The Free Press.
- (2013) [1893] *The Division of Labour in Society*. Nueva York: Free Press.
- Egenfeldt-Nielsen, Simon (2011) *Beyond Edutainment: Exploring the Educational Potential of Computer Games*. Raleigh, NC: Lulu.com.

- Egenfeldt-Nielsen, Simon; Smith, Jonas Heide; Pajares Tosca, Susana (2008) *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. Nueva York: Routledge.
- ERA (2017) "Entertainment Sales Reached £6.3bn in 2016" [http://www.eraltd.org/news- events/press-releases/2017/entertainment-sales-reached-63bn-in-2016/] [Última consulta: 4/04/ 2023].
- ESA (2016) *Essential Facts About the Computer and Video Game Industry*.
- Eskelinen, Markku y Tronstad, Ranghild (2003) "Video Games and Configurative Performances", en Wolf, Mark J. y Perron, Bernard (eds.) *The Video Game Theory Reader*. Nueva York: Routledge, 195–220.
- Evans, Andrew (2001) *This Virtual Life: Escapism in the Media*. Londres: Vision.
- Featherstone, Mike; Hepworth, Mike; Turner, Bryan (eds.) (1991) *The Body*. Londres: Sage.
- Featherstone, Mike and Burrows, Roger (eds.) (1995) *Cyberspace, Cyberbodies, Cyberpunk. Cultures of Technological Embodiment*. Londres: Sage.
- Feifer, Maxine (1985) *Going Places: The Ways of the Tourist from Imperial Rome to the Present Day*. Londres: Macmillan.
- Fine, Gary Alan (1983) *Shared Fantasy: Role Playing Games as Social Worlds*. Chicago: Chicago University Press.
- Foucault, Michel (1989) [1966] *The Order of Things*. Londres: Routledge.
- (1990) *The History of Sexuality, Vol. 1: An Introduction*. Nueva York: Vintage Books.
- (1991) "Governmentality", en Burchell, Graham; Gordon, Colin; Miller, Peter. *The Foucault Effect. Studies in Governmentality*. Chicago: University of Chicago Press, 87–101.
- (1995) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. Nueva York: Vintage Books.
- (2003) "Governmentality" en Rabinow, Paul y Rose, Nikolas (eds.) *The Essential Foucault*. Nueva York: The New Press, 229–245.
- (2003) "The Subject and Power" en Rabinow, Paul y Rose, Nikolas (eds.) *The Essential Foucault*. Nueva York: The New Press, 126–144.
- Frelik, Pawel (2016) "The Master's Digital Tools: Cognitive Capitalism and Non-normative Gaming Practices", *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, 8 (2): 163–176.
- Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas (2014) (eds.) *Rethinking ludification*. Lüneburg: Meson Press.
- García Selgas, Fernando (1994) "El cuerpo como base del sentido de la acción", *REIS*, (68): 41–83.
- (2003) "Hacia una ontología de la fluidez social", *Política y Sociedad*, 40 (1): 27–55.
- (2007) *Sobre la fluidez social. Elementos para una cartografía*. Madrid: CIS.

- Gee, James Paul (2003) *What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy*. Nueva York: Palgrave MacMillan.
- Geertz, Clifford (1973) *The Interpretation of Cultures*. Nueva York: Basic Books.
- Gere, Charlie (2008) *Digital Culture*. Londres: Reaktion Books.
- Gibson, William (2015) [1984] *Neuromancer*. Londres: HarperCollins.
- Giddens, Anthony (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- (1991) *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- (2002) *Runaway World: How Globalisation is Reshaping our Lives*. Londres: Profile Books, segunda edición.
- Giddings, Seth (2009) “Events and Collusions. A Glossary for the Microethnography of Video Game Play”, *Games and Culture*, 4 (2): 144–157.
- (2017) “Pokémon GO as Distributed Imagination”, *Mobile Media & Communication*, 5 (1): 59–62.
- Gittleson, Kim (2014) “Amazon Buys Video-game Streaming Site Twitch”, *BBC News*, [http://www.bbc.co.uk/news/technology-28930781] [Última consulta: 14/04/2023].
- Goffman, Erving (1956) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh.
- (1986) *Frame Analysis. An Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Golby, Joel (2016) “How Video Games Made You the Man You are Today”, *Shortlist* [http://www.shortlist.com/tech/gaming/how-video-games-changed-your-life] [Última consulta: 14/04/2023].
- Goldberg, Daniel y Larsson, Linus (2015) (eds.) *The State of Play: Creators and Critics on Video Game Culture*. Nueva York: Seven Stories Press.
- Golding, Dan (2014) “The End of Gamers”, *Tumblr*, [http://dangolding.tumblr.com/post/95985875943/the-end-of-gamers] [Última consulta: 14/04/2023].
- Google (2013) “Introducing Gen C. The YouTube Generation”, *Think with Google* [https://ssl.gstatic.com/think/docs/introducing-gen-c-the-youtube-generation_research-studies.pdf] [Última consulta: 14/04/2023].
- Gordon, Colin (1980) *Power/Knowledge. Selected Interviews & Other Writings. 1972–1977. Michel Foucault*. Nueva York: Pantheon Books.
- (1991) “Governmental Rationality: An Introduction” en Burchell, Graham; Gordon, Colin; Miller, Peter (eds.) *The Foucault Effect. Studies in Governmentality*. Chicago: Chicago University Press, 1–51.
- Gorry, Anthony (2009) “Empathy in the Virtual World”, *Chronicle of Higher Education*, (56): 10–12.

- Grodal, Torben (2003) "Stories for Eye, Ear, and Muscles: Video Games, Media, and Embodied Experiences", en Wolf, Mark J. P. and Perron, Bernard. *The Video Game Theory Reader*. Londres: Routledge, 129–155.
- Hall, Stuart (1996) "Who Needs Identity?", en Hall, Stuart y Du Gay, Paul (editores) *Questions of Cultural Identity*. Londres: Sage, 1–17.
- Hansen, Mark Victor (2006) *Bodies in Code: Interfaces with Digital Media*. Londres: Routledge.
- Haraway, Donna (1991) *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Nueva York: Routledge.
- (2004) *The Haraway Reader*. Nueva York: Routledge.
- Harris, Barbara; Shattell, Mona; Rusch, Doris C.; Zefeldt, Mary J. (2015) "Barriers to Learning about Mental Illness through Empathy Games – Results of a User Study on Perfection", *Well Playerd*, 4 (2): 56–75.
- Harrison, Andrew (2013) "Rise of the New Geeks: How the Outsiders Won", *The Guardian* [<https://www.theguardian.com/fashion/2013/sep/02/rise-geeks-outsiders-superhero-movies-dork>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Hayles, Katherine (1999) *How We Became Posthuman. Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hayward, Keith (2012) "Pantomime Justice: A Cultural Criminological Analysis of 'Life-stage Dissolution'", *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 8 (2): 197–212.
- Heineman, David S. (2014) "Public Memory and Gamer Identity: Retrogaming as Nostalgia", *Journal of Games Criticism*, 1 (1): 1–24.
- Hill, Charles (2004) "The Psychology of Rhetorical Images", en Marguerite Helmers and Charles A. Hill (eds.) *Defining Visual Rhetorics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 25–40.
- Hine, Christine (2000) *Virtual Ethnography*. Londres: Sage.
- Hjorth, Larissa (2011) *Games and Gaming: An Introduction to New Media*. Oxford: Berg.
- (2017) "Ambient and Soft Play: Play, Labour and the Digital in Everyday Life", *European Journal of Cultural Studies* [<https://doi.org/10.1177/1367549417705606>].
- Hofmann, Sebastian y Mosemghvdlishvili, Lela (2014) "Perceiving Spaces through Digital Augmentation: An Exploratory Study of Navigational Augmented Reality Apps", *Mobile Media & Communication*, 2 (3): 265–280.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W. (2002) [1944] *Dialectic of Enlightenment*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Huizinga, Johan (1949) *Homo Ludens. A Study of the Play-Element in Culture*. Londres: Taylor & Francis.
- Humphreys, Laud (1970) *The Tearoom Trade: Interpersonal Sex in Public Places*. Londres: Duckworth Overlook.

- Ihde, Don (1993) *Philosophy of Technology: An Introduction*. Nueva York: Paragon Press.
- (2009) *Postphenomenology and Technoscience*. Albany, Nueva York: State University of New York.
- INE (2016) “Estadística sobre las actividades en investigación científica y desarrollo tecnológico (I+D)” [Statistics on R+D Activities], *INEbase*, [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176754&menu=ultiDatos&idp=1254735576669] [Última consulta: 4/04/2023].
- ISFE (2012) *Video Games in Europe: Consumer Study*.
- (2014) *GameTrack Survey* (4to trimestre, 2016).
- Jameson, Frederic (1991) *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jayanth, Meg (2014) “52% of Gamers are Women – But the Industry Doesn’t Know It”, *The Guardian*, [https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/18/52-percent-people-playing-games-women-industry-doesnt-know] [Última consulta: 14/04/ 2023]
- Jenkins, Henry (2006) *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*. Nueva York: New York University Press.
- Jenkins, Richard (2014) *Social Identity*. Londres: Routledge, 4th edition.
- Jones, Steven G. (1998) *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Community and Technology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Julier, Guy (2014) *The Culture of Design* (3rd edition). Londres: Sage.
- Juul, Jesper (2005) *Half-Real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2008) “The Magic Circle and the Puzzle Piece”, Actas de la conferencia “Philosophy of Computers Games”, [https://publip.hup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/index/index/docId/2554] [Última consulta: 19/04/2023].
- (2010) *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kallio, Kirsi P.; Mäyrä, Frans; Kaipainen, Kirsikka (2011) “At Least Nine Ways to Play: Approaching Gamer Mentalities”, *Games and Culture*, 6 (4): 327–353.
- Kapalo, Katelynn A.; Dewar, Alexis R.; Rupp, Michael A.; Szalma, James L. (2015) “Individual Differences in Video Gaming: Defining Hardcore Video Gamers”, *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 59th Annual Meeting*, 878–881.
- Karppi, Tero y Sotamaa, Olli (2012) “Rethinking Playing Research: DJ Hero and Methodological Observations in the Mix”, *Simulation & Gaming*, 43, (3): 413–429.
- Katsaliaki, Korina y Mustafee, Navonil (2015) “Edutainment for Sustainable Development. A Survey of Games in the Field”, *Simulation and Gaming*, 46 (6): 647–672.

- Keogh, Brendan (2014) "Across Worlds and Bodies: Criticism in the Age of Video Games", *Journal of Games Criticism*, 1 (1): 1–26.
- (2017) "Pokémon GO, the Novelty of Nostalgia, and the Ubiquity of the Smartphone", *Mobile Media & Communication*, 5 (1): 38–41.
- Kerr, Aphra (2006) *The Business and Culture of Digital Games*. Gamework/Gameplay. Londres: Sage.
- (2017) *Global Games: Production, Circulation, and Policy in the Networked Era*. Londres: Routledge.
- King, Geoff y Krzywinska, Tanya (2006) *Tomb Raiders and Space Invaders. Videogame Forms and Contexts*. Nueva York: I.B. Tauris.
- Kirby, Alan (2006) "The Death of Postmodernism and Beyond", *Philosophy Now*, 58 (Nov/Dec): 34–37.
- (2009) *Digimodernism*. Nueva York: Continuum.
- Kirkpatrick, Graeme (2015) *The Formation of the Gaming Culture: UK Gaming Magazines, 1981–1995*. Londres: Palgrave.
- Klimmt, Christoph; Hefner, Dorothée; Vorderer, Peter (2009) "The Video Game Experience as 'True' Identification: A Theory of Enjoyable Alterations of Players' Self-Perception", *Communication Theory*, (19): 351–373.
- Kline, Stephen; Dyer-Whiteford, Nick; De Peuter, Greig (2003) *Digital Play. The Interaction of Technology, Culture, and Marketing*. Montréal: McGill Queen's University Press.
- Knorr Cetina, Karin (1999) *Epistemic Cultures*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Kossinets, Gueorgi y Watts, Duncan J. (2009) "Origins of Homophily in an Evolving Social Network", *American Journal of Sociology*, 115 (2): 405–450.
- Kowert, Rachel; Griffiths, Mark D.; Oldmeadow, Julian A. (2012) "Geek or Chic? Emerging Stereotypes of Online Gamers", *Bulletin of Science, Technology and Society*, 32 (6): 471–479.
- Kowert, Rachel y Quandt, Thorsten (2016) (eds.) *The Video Game Debate. Unravelling the Physical, Social, and Psychological Effects of Video Games*. Londres: Routledge.
- Kücklich, Julian Raul (2009) "Virtual Worlds and Their Discontents. Precarious Sovereignty, Governmentality, and the Ideology of Play", *Games and Culture*, 4 (4): 340–352.
- Lahti, Martii (2003) "As We Become Machines: Corporealized Pleasures in Video Games", en Wolf, Mark J.P. and Perron, Bernard (eds.) *The Video Game Theory Reader*. Londres: Routledge.
- Latour, Bruno (1993) *We Have Never Been Modern*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- (1999) *Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- (2007) *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Law, John (2004) *After Method. Mess in Social Science Research*. Londres: Routledge Law, Ying-Ying (2016) “The Travelling Gamer: An Ethnography of Video Game Events”, tesis de doctorado, Universidad de Salford.
- Lawler, Steph (2014) *Identity. Sociological Perspectives*. Cambridge: Polity Press, segunda edición.
- Lee, Yu-Hao y Lin, Holin (2011) “Gaming is My Work”: Identity Work in Internet- hobbyist Game Workers”, *Work, Employment and Society*, 25 (3): 451–467.
- Lees, Matt (2016) “What Gamergate Should Have Taught us About the ‘Alt-right’”, *The Guardian*, [https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/01/gamergate-alt-right-hate-trump] [Última consulta: 14/04/2017].
- Leonard, D. (2004) “High Tech Blackface – Race, Sports Video Games and Becoming the Other”, *Intelligent Agent*, 4 (2), online [http://www.intelligentagent.com/archive/Vol4_No4_gaming_leonard.htm] [Última consulta: 14/04/2023].
- (2006) “An Untapped Field: Exploring the World of Virtual Sports”, en A.A. Raney and J. Bryant (eds.), *Handbook of Sports and Media*. Londres: Lawrence Erlbaum, 393–407.
- Lin, Holin y Sun, Chuen-Tsai. (2008) “Invisible Gameplay Participants: The Role of Onlookers in Arcade Gaming”, artículo presentado en la conferencia *Under the Mask*, Universidad de Bedfordshire, 7 de junio, [http://underthemark.wikidot.com/linandsun] [Última consulta: 11/04/2023].
- Linehan, Conor; Kirman, Ben; Roche, Bryan (2014) “Ludification as Behavioral Psychology”, en Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (2014) (eds.) *The Gameful World. Approaches, Issues, Applications*. Cambridge, MA: MIT Press, 81–105.
- Luhmann, Niklas (1996) *Social Systems*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.
- Lyon, David (1999) *Postmodernity*. Maidenhead: Open University Press.
- Lyotard, Jean-François (1984) *The Postmodern Condition*. Manchester: Manchester University Press.
- Ma, Minhua; Oikonomou, Andreas; Jain, Lakhmi (2011) (eds.) *Serious Games and Edutainment Applications*. Berlin: Springer.
- MacCannell, Dean (1973) “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”, *American Journal of Sociology*, 73 (3): 589–603.
- (2011) *The Ethics of Sightseeing*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press.
- Madigan, Jamie (2012) “The Walking Dead, Mirror Neurons, and Empathy”, *The Psychology of Video Games*, 7 de noviembre, online [http://www.psychologyofgames.com/2012/11/the-walking-dead-mirror-neurons-and-empathy/] [Última consulta: 14/04/2023].
- Maffesoli, Michel (2001) *El Instante Eterno*. Paidós: Buenos Aires.

- Markopoulos, Angelos P.; Fragkou, Anastasios; Kasidiaris, Petros D.; Davim, Paulo J. (2015) 'Gamification in Engineering Education and Professional Training', *International Journal of Mechanical Engineering Education*, 43 (2): 118-131.
- Martínez de Albeniz, Iñaki (2017) "¡Funtziona! La identidad como ensamblaje", trabajo inédito.
- Marx, Karl (1976) [1867] *Capital*. Londres: Penguin Books.
- Massanari, Adrienne (2015) "#GamerGate and The Fappening: How Reddit's Algorithm, Governance, and Culture Support Toxic Technocultures", *New Media and Society*, 19 (3): 1-18.
- Maturo, Antonio y Setiffi, Francesca (2016) "The ludification of Risk: How Health Apps Foster Self-confidence and Why This is Not Enough", *Health, Risk, and Society*, 17 (7-8): 477-494.
- McGuigan, Jim (2010) *Cultural Analysis*, London: Sage.
- McLaughlin, Marty (2013) "New GTA V Release Tipped to Rake in £1bn in Sales", *The Scotsman*.
- McPherson, Miller; Smith-Lovin, Lynn; Cook, James M. (2001) "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks", *Annual Review of Sociology*, (27): 415-444.
- Michael, David y Chen, Sande (2006) *Serious Games: Games That Educate, Train, and Inform*. Boston: Thomson.
- Miller, Peter y Rose, Nikolas (2008) *Governing the Present. Administering Economic, Social and Personal Life*. Cambridge: Polity Press.
- Millington, Brad (2009) "Wii has Never been Modern: "Active" Video Games and the "Conduct of Conduct"", *New Media Society*, 11 (4): 621-640.
- Miége, Bernard (2011) *The Capitalisation of Cultural Production*. Nueva York: International General.
- Mortensen, Torill Elvira (2016) "Anger, Fear, and Games: The Long Event of #GamerGate", *Games and Culture*, 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1177/1555412016640408>
- Parsons, Talcott (2012) [1951] *The Social System*. New Orleans: Quid Pro Books.
- Mozur, Paul (2014) "For South Korea, Esports is National Pastime", *The New York Times*, [<https://www.nytimes.com/2014/10/20/technology/league-of-legends-south-korea-epicenter-esports.html>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Muriel, Daniel (2016) "Toward a Sociology of Mediations: Impressionist Mapping and Some (Brief) Rules for a Sociological Method", *REIS*, (153): 111-126.
- (2017) "The Network of Experts and the Construction of Cultural Heritage: Identity Formation in Contemporaneity", *Tecnoscienza*, 8 (1): 23-50.

- Muñoz, José Esteban (1999) *Disidentifications: Queers of Color and the Performance of Politics*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Mäyrä, Frans (2008) *An Introduction to Game Studies. Games in Culture*. Londres: Sage.
- (2017) “Pokémon GO: Entering the Ludic Society”, *Mobile Media & Communication*, 5 (1): 1–4.
- Nakamura, Lisa (2002) *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. Nueva York: Routledge.
- Navarro-Remesal, Víctor and García-Catalán, Shaila (2015) ‘Let’s Play Master and Servant: BDSM and Directed Freedom in Game Design’, in Wysoki, M. and Lauteria, E. W. (editors) *Rated M for Mature*. London: Bloomsbury, 119-132.
- National Library of Australia (2003) “Guidelines for the Preservation of Digital Heritage”, *UNESCO*, [<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001300/130071e.pdf>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Newman, James (2002) “The Myth of the Ergodic Videogame. Some Thoughts on Player-character Relationships in Videogames”, *Game Studies*, 2 (1).
- (2004) *Videogames*. Londres: Routledge.
- (2008) *Playing with Videogames*. Londres: Routledge.
- Newman, Michael Z. (2014) *Video Revolutions. On the History of a Medium*. Nueva York. Columbia University Press.
- Oestreicher, Jason (2014) “Quick Look: This War of Mine”, *GiantBomb*, [<http://www.giantbomb.com/videos/quick-look-this-war-of-mine/2300-9724/>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Office for National Statistics (2017) “UK Gross Domestic Expenditure on Research and Development: 2015”, *Statistical Bulletin*, 16 de marzo de 2017 [<https://www.ons.gov.uk/economy/governmentpublicsectorandtaxes/researchanddevelopmentexpenditure/bulletins/ukgrossdomesticexpenditureonresearchanddevelopment/2015>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Pargman, Daniel y Jakobsson, Peter (2008) “Do you Believe in Magic? Computer games in Everyday Life”, *European Journal of Cultural Studies*, 11 (2): 225–244.
- Parkin, Simon (2016) “Video Games are a Powerful Tool which Must be Wielded with Care”, *The Guardian*, [<https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/03/games-social-issues-who-cares-wins>] [Última consulta: 19/04/2023].
- Pine, Joseph B. y Gilmore, James H. (2011) *The Experience Economy*. Boston: Harvard University Press.
- Pearce, Celia (2009) *Communities of Play. Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Perreault, Gregory P. y Vos, Tim P. (2016) "The GamerGate Controversy and Journalistic Paradigm Maintenance", *Journalism*, 1–17.
- Pitts, Russ (2014) "How Video Games Can Change the World, One Child at a Time", *Polygon* [<http://www.polygon.com/features/2014/4/24/5636832/glasslab>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Planells, Antonio José (2015) 'Video Games and the Crowdfunding Ideology: From the Gamer-Buyer to the Prosumer-investor', *Journal of Consumer Culture*.
- Polygon (2013) "Looking back: Gone Home", *Polygon*, [<http://www.polygon.com/features/2013/12/25/5241552/looking-back-gone-home>] [Última consulta: 19/04/2023].
- Poltronieri, Fabrizio (2015) "Communicology, Apparatus, and Post- history: Vilém Flusser's Concepts Applied to Video Games and Gamification", en Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas (editors) *Rethinking Gamification*. Lüneburg: Meson Press.
- Poremba, Cindy (2013) "Performative Inquiry and the Sublime in Escape from Woomera", *Games and Culture*, 8 (5): 354–367.
- Postigo, Hector (2016) "The Socio-technical Architecture of Digital Labor: Converting Play into YouTube Money", *New Media and Society*, 18 (2): 332–349.
- Preciado, Paul B. (2002) *Manifiesto Contra-Sexual*. Madrid: Opera Prima.
- (2013) *Testo Junkie. Sex, Drugs, and Biopolitics in the Pharmacopornographic Era*. Nueva York: The Feminist Press.
- Prescott, Julie y Bogg, Jan (2014) *Gender Divide and the Computer Games Industry*. Hershey, PA: IGI Global.
- Pulkikinen, Tuija (2015) "Identity and Intervention: Disciplinarity as Transdisciplinarity in Gender Studies", *Theory, Culture and Society*, 32 (5–6): 183–205.
- Pulos, Alexis (2013) "Confronting Heteronormativity in Online Games: A Critical Discourse Analysis of LGBTQ Sexuality in World of Warcraft", *Games and Culture*, 8 (2): 77–97.
- Raessens, Joost (2006) "Playful Identities, or the Ludification of Culture", *Games and Culture*, 1 (1): 52–57.
- (2010) *Homo Ludens 2.0. The Ludic Turn in Media Theory*. Utrecht: Universidad de Utrecht.
- Raessens, Joost y Goldstein, Jeffrey (eds.) (2005) *Handbook of Computer Game Studies*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ramdurai, Gautam (2014) "Think Gaming Content is Niche? Think Again", *Think with Google*.
- Richardson, Ingrid (2011) "The Hybrid Ontology of Mobile Gaming", *Convergence*, 17 (4): 419–430.
- Rifkin, Jeremy (2010) *The Empathic Civilization: The Race to Global Consciousness in a World in Crisis*. Cambridge: Polity Press.

- Robertson, Roland (1995) "Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity", en Featherstone, Mike; Lash, Scott; Robertson, Roland (eds.) *Global Modernities*. Londres: Sage, 25–44.
- Rose, Nikolas (1999) *Politics of Freedom. Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rose, Nikolas (1999a) *Governing the Soul. The Shaping of the Private Self*. Londres: Free Association Books, segunda edición.
- Rose, Nikolas (1999b) *Politics of Freedom. Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Roussos, Gina (2015) "When Good Intentions Go Awry. The Counterintuitive Effects of a Prosocial Online Game", *Psychology Today*, [https://www.psychologytoday.com/blog/sound-science-sound-policy/201512/when-good-intentions-go-awry] [Última consulta: 14/04/2023].
- Rundle, Michael (2016) "Activision Completes \$5.9 Billion Purchase of Candy Crush Makers King", *The Wire* [http://www.wired.co.uk/article/king-candy-crush-activision-acquisition] [Última consulta: 11/04/2023].
- Ryan, Marie-Laure (2001) *Narrative as Virtual Reality*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Salen, Katie and Zimmerman, Eric (2004) *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Sanford, Kathy; Starr, Lisa; Merkel, Liz; Kurki, Sarah Bonsor (2015) "Serious Games: Video Games for Good?", *E-Learning and Digital Media*, 12 (1): 90–106.
- Sarkar, Samit (2017a) "Minecraft Sales Hit 122M Copies", *Polygon* [https://www.polygon.com/2017/2/27/14755644/minecraft-sales-122m-copies] [Última consulta: 11/04/2023].
- (2017b) "Pokémon Go Hits 650 Million Downloads", *Polygon* [https://www.polygon.com/2017/2/27/14753570/pokemon-go-downloads-650-million] [Última consulta: 26/05/2017].
- Schiesel, Seth (2007) "Video Games Conquer Retirees", *The New York Times* [http://nyti.ms/1FY0Ijx] [Última consulta: 11/04/2023].
- Schrage, Niklas (2014) "Ludification and Governmentality" en Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrage, Niklas (eds.) *Rethinking ludification*. Leuphana, Alemani: MIT Press, 21–45.
- Scutti, Susan (2016) "Do Video Games Lead to Violence?", *CNN*, [http://edition.cnn.com/2016/07/25/health/video-games-and-violence/] [Última consulta: 14/04/2023]
- Shaw, Adrienne (2014) *Gaming at the Edge. Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Shepherd, Tamara; Harvey, Alison; Jordan, Tim; Srauy, Sam; Miltner, Kate (2015) "Histories of Hating", *Social Media + Society*, 1 (2): 1–10.

- Shilling, Chris (2003) *The Body and Social Theory*. Londres: Sage.
- Sicart, Miguel (2014a) *Play Matters*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2014b) "Playing the Good Life" en Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (eds.) *The Gameful World. Approaches, Issues, Applications*. Cambridge, MA: MIT Press, 225–244.
- (2017) "Reality has Always been Augmented: Play and the Promises of Pokémon GO", *Mobile Media & Communication*, 5 (1): 30–33.
- Simkins, David W. y Steinkuehler, Constance (2008) "Critical Ethical Reasoning and Role-play", *Games and Culture*, 3 (3–4): 333–355.
- Simmel, Georg (1964) [1917] *The Sociology of Georg Simmel*. Nueva York: Free Books.
- (2004) [1900] *The Philosophy of Money*. Londres: Routledge.
- Skrebels, Joe (2016) "Directors Commentary - Revisiting Life is Strange with its Creators", *Gamesradar+*, [<http://www.gamesradar.com/life-is-strange-interview-directors/>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Smethurst, Toby y Craps, Stef (2015) "Playing with Trauma: Interreactivity, Empathy, and Complicity in The Walking Dead Video Game", *Games and Culture*, 10 (3): 269–290.
- Smith, LauraJane (2006) *Uses of Heritage*. Londres: Routledge.
- Smith, Oliver (2014) *Contemporary Adulthood and the Night-Time Economy*. Londres: Palgrave.
- Staiger, Janet (2005) *Media Reception Studies*. Nueva York: New York University Press.
- Stallabrass, Julian. (1996) *Gargantua: Manufactured Mass Culture*. Londres: Verso.
- Stehr, Nico (1994) *Knowledge Societies*. Londres: Sage.
- Stuart, Keith (2017) "Game Changers: How the Increasing Cultural Significance of Video Games is Reflected in our Coverage", *The Guardian* [<https://www.theguardian.com/membership/2017/jul/21/game-changers-how-the-increasing-cultural-significance-of-video-games-is-reflected-in-our-coverage>] [Última consulta: 4/04/2023].
- Stuart, Keith y Hern, Alex (2014) "Minecraft Sold: Microsoft Buys Mojang for \$2.5bn", *The Guardian* [<http://www.theguardian.com/technology/2014/sep/15/microsoft-buys-minecraft-creator-mojang-for-25bn>] [Última consulta: 11/04/2023].
- Sylt, Christian (2014) "Fourth Pirates of The Caribbean is Most Expensive Movie Ever with Costs Of \$410 Million", *Forbes*, 22 de julio, [<https://www.forbes.com/sites/csylt/2014/07/22/fourth-pirates-of-the-caribbean-is-most-expensive-movie-ever-with-costs-of-410-million/>] [Última consulta: 4/04/2023].

- Taylor, Nicholas; Bergstrom, Kelly; Jenson, Jennifer; de Castell, Suzanne (2015) "Alienated Playbour: Relations of Production in EVE Online", *Games and Culture*, 10: (4): 365–388.
- Taylor, T. L. (2007) "Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture", en Karaganis, Joe. (editor) *Structures of Participation in Digital Culture*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 112–132.
- (2009) *Play between Worlds. Exploring Online Game Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- (2012) *Raising the Stakes. E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Thaler, Richard y Sunstein, Cass (2008) *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*. New Haven: Yale University Press.
- Thornham, Helen (2011) *Ethnographies of the Videogame. Gender, Narrative and Praxis*. Surrey: Ashgate.
- Titchener, Edward (1909) *Lectures on the Experimental Psychology of the Thought-processes*. Londres: Macmillan.
- Toffler, Alvin (1981) *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. Bantam: Nueva York.
- Touraine, Alain (1971) *The Post-Industrial Society*. Nueva York: Random House.
- Tredinnick, Luke (2008) *Digital Information Culture: The Individual and Society in the Digital Age*. Oxford: Chandos Publishing.
- Tuan, Yi-Fu (1998) *Escapism*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Tulloch, Rowan (2014) 'The construction of Play: Rules, Restrictions, and the Repressive Hypothesis', *Games and Culture*, 9 (5): 335-350.
- Turner, Bryan S. (2008) *The Body and Society*. Londres: Sage.
- Tylor, Edward B. (1871) *Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. Londres: John Murray.
- Tönnies, Ferdinand (2001) [1887] *Community and Civil Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ukie (2017) *UK Video Games Fact Sheet* (20 de marzo) [<http://bit.ly/2q92Mpd>] [Última consulta: 11/05/2017].
- Van Allen, Eric (2016) "Millionaires in the Making: Record-setting \$20M Esports Purse", *ESPN esports* [http://www.espn.com/esports/story/_/id/17258717/20m-record-setting-esports-purse] [Última consulta: 11/04/2023].
- Van Vught, Jasper y Glas, René (2017) "Considering Play: From Method to Analysis", *Actas de la conferencia DiGRA 2017*, Melbourne, 2–6 de julio de 2017, [http://digra2017.com/static/Full%20Papers/56_DIGRA2017_FP_Vught_Considering_Play.pdf] [Última consulta: 14/04/2023].
- Walkerdine, Valerie (2007) *Children, Gender, Video Games. Towards a Relational Approach to Multimedia*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

- Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (2014) (eds.) *The Gameful World. Approaches, Issues, Applications*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Warr, Philippa (2014) "Making the Grade: High School Starleague", *RedBull*, [<http://win.gs/1JmBAKi>].
- Webb, Jason (2008) "In Top Hat and Tails, Spanish Debt Agents Prosper", *Reuters*, [<http://uk.reuters.com/article/us-spain-debtors-idUKLJ55251720080821>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Webber, Jordan Erica (2017a) "Learning Morality through Gaming", *The Guardian*, [<https://www.theguardian.com/learning-morality-through-gaming>] [Último acceso: 14/04/2023].
- (2017b) "The Tearoom: The Gay Cruising Game Challenging Industry Norms". *The Guardian*, [<https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/11/the-tearoom-game-gay-cruising-1960s-industry-norms-robert-yang>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Webber, Jordan Erica y Griliopoulos, Daniel (2017) *Ten Things Video Games Can Teach Us*. Londres: Robinson.
- Weber, Max (1968) [1925] *Economy and Society*. Berkeley, CA: University of California Press.
- (2001) [1905] *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Londres: Routledge.
- Webster, Andrew (2013) "Grand Theft Auto V" Sets Record by Earning \$1 Billion in Just Three Days", *The Verge* [<http://www.theverge.com/2013/9/20/4752458/grand-theft-auto-v-earns-one-billion-in-three-day>] [Última consulta: 11/04/2023].
- Webster, Andrew (2014) "Activision is Spending \$500 Million to Make "Destiny" the Next "Halo"", *The Verge* [<http://www.theverge.com/2014/5/6/5687160/destiny-will-cost-500-million>] [Última consulta: 11/04/2023].
- Westecott, Emma (2008) "Bringing the Body Back into Play", *The Player Conference Proceedings*, Copenhagen.
- Weststar, Johanna (2015) "Understanding Video Game Developers as an Occupational Community", *Information, Communication and Society*, 18 (10): 1238–1252.
- Weststar, Johanna y Legault Marie-Josée (2014) "IGDA Developer Satisfaction Survey 2014. Employment Report".
- (2016) "IGDA Developer Satisfaction Survey 2016" [http://www.gameqol.org/s/IGDA-DSS-2016_Summary-Report_04Nov_FINAL.pdf] [Última consulta: 11/04/2023].
- Williams, Peter (2014) "Collaboration in the Gameful World", en Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (eds.) *The Gameful World. Approaches, Issues, Applications*. Cambridge, MA: MIT Press, 481–486.
- Winch, Alison y Hakim, Jamie (2017) "'I'm Selling the Dream Really Aren't I?': Sharing Fit Male Bodies on Social Networking Sites", en McGillivray, D., McPherson, G. y Carnicelli, S. (eds.) *Digital Leisure Cultures: Critical Perspectives*. Londres: Routledge.

- Wired (2017) “Remembering the Wild West Era of Videogame Gold Farming”, *Wired* [<https://www.wired.com/2017/03/geeks-guide-gold-farming/>] [Última consulta: 11/04/2023].
- Wolf, Mark J. y Perron, Bernard (eds.) (2015) *The Routledge Companion to Video Game Studies*. Londres: Routledge.
- Xu, Feifei; Feng, Tian; Buhalis, Dimitrios; Weber, Jessika; Zhang, Hongmei (2016) “Tourists as Mobile Gamers: ludification for Tourism Marketing”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33 (8): 1124–1142.
- Yang, Robert (2017) “The Tearoom as Risky Business”, *Radiator Design Blog*, [<http://www.blog.radiator.debaclle.us/2017/06/the-tearoom-as-record-of-risky-business.html>] [Última consulta: 14/04/2023].
- Zackariasson, Peter y Wilson, Timothy (2014) *The Video Game Industry: Formation, Present State, and Future*. Londres: Routledge.
- Zichermann, Gabe y Linder, Joselin (2010) *Game-Based Marketing: Inspire Customer Loyalty Through Rewards, Challenges, and Contests*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Zichermann, Gabe y Linder, Joselin (2013) *The Ludification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*. Nueva York: McGraw-Hill Education.
- Zimmerman, Eric (2014) “Manifiesto for a Ludic Century” en Walz, Steffen P. y Deterding, Sebastian (2014) (editores) *The Gameful World. Approaches, Issues, Applications*. Cambridge, MA: MIT Press, 19–22.
- Zingsheim, Jason (2011) “Developing Mutational Identity Theory: Evolution, Multiplicity, Embodiment, and Agency”, *Cultural Studies, Critical Methodologies*, 11 (1): 24–37.

Filmografía

- Anderson, Paul W. S. (1995) *Mortal Kombat*.
- Anderson, Paul W. S. (2002) *Resident Evil*.
- Anderson, Paul W. S. (2010) *Resident Evil: After Life*.
- Anderson, Paul W. S. (2012) *Resident Evil: Retribution*.
- Anderson, Paul W. S. (2016) *Resident Evil: The Final Chapter*.
- Badham, John (1983) *WarGames*.
- Bartkowiak, Andrzej (2005) *Doom*.

- Brooker, Charlie (2011-) *Black Mirror*.
- Cardigans, The (1998) *Gran Turismo*.
- Carter, Chris (1995–2002, 2016) *The X-Files*.
- Chvrches (2016) *Warning Call*.
- Columbus, Chris (2015) *Pixels*.
- Cronenberg, David (1999) *Existenz*.
- Darabont, Frank (2010–) *The Walking Dead*.
- David, Larry and Seinfeld (1989–1998) *Seinfeld*.
- Day, Felicia (2007–2013) *The Guild*.
- De Bont, Jan (2003) *Lara Croft Tomb Raider: The Cradle of Life*.
- De Souza, Steven E. (1994) *Street Fighter*.
- Esmail, Sam (2015–) *Mr. Robot*.
- Film Leonard, Brett (1992) *El hombre del jardín* (“The Lawnmower Man”).
- Gans, Christophe (2006) *Silent Hill*.
- Gens, Xabier (2007) *Hitman*.
- Gilligan, Vince (2008–2013) *Breaking Bad*.
- Kurzel, Justin (2016) *Assassin ‘s Creed*.
- Lisberger, Steven (1982) *Tron*.
- Lorre, Chuck and Prady, Bill (2007) *The Big Bang Theory*.
- Marshall, Rob (2011) *Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides*.
- Moore, John (2008) *Max Payne*.
- Moore, Rich (2012) *Wreck-It Ralph*.
- Morton, Rocky and Jankel, Annabel (1993) *Super Mario Bros*.
- Mulcahy, Russell (2007) *Resident Evil: Extinction*.
- Neveldine, Mark and Taylor, Brian (2006) *Crank*.
- Newell, Mike (2010) *Prince of Persia: The Sands of Time*.
- Nolan, Jonathan and Joy, Lisa (2016) *Westworld*.
- Oshii, Mamoru (2001) *Avalon*.

Otros programas Google (2008) *Chrome*.
Roddenberry, Gene (1987–1994) *Star Trek: The Next Generation*.
Snyder, Zack (2011) *Sucker Punch*.
Spielberg, Steven (2018) *Ready Player One*.
Uthaug, Roar (2018) *Tomb Raider*.
Valve (2014) *Free to Play*.
Wachowski, Lana and Wachowski, Lilly (2008) *Speed Racer*.
West, Simon (2001) *Lara Croft: Tomb Raider*.
Willimon, Beau (2013–) *House of Cards*.
Winding Refn, Nicolas (2013) *Only God Forgives*.
Witt, Alexander (2004) *Resident Evil: Apocalypse*.
Wolf, Dick (1990–2010) *Law and Order*.
Zuiker, Anthony E.; Donahue, Ann; Mendelsohn, Carol (2002–2012) *CSI Miami*.

Ludografía

11 bit studios (2014) *This War of Mine*.
Acid Nerve (2015) *Titan Souls*.
Activision, Infinity Ward (2003–) *Call of Duty*.
Activision Blizzard (2014) *Destiny*.
Anthropy (2012) *Dys4ia*.
Avalanche Studios (2015) *Mad Max*.
BBC Media (2015) *BBC CBeebies Playtime*.
Bethesda (1994) *Serie The Elder Scrolls*.
Bethesda (2011) *The Elder Scrolls V: Skyrim*.
Bioware (2003) *Star Wars: Knights of the Old Republic*.
Blizzard Entertainment (2004) *World of Warcraft*.

Blizzard Entertainment (2010) *Starcraft II*.
Blow, Jonathan (2010) *Braid*.
Bungie, Microsoft (2001–) *Saga Halo*.
Campo Santo (2016) *Firewatch*.
Capcom (1991) *Street Fighter II*.
Capcom (1996) *Resident Evil*.
Carlsen, Jeppe (2010) *Limbo*.
CCP Games (2003) *Eve Online*.
CD Projekt Red (2015) *The Witcher 3: The Wild Hunt*.
Creative Assembly (2014) *Alien: Isolation*.
Cronenberg, David (1999) *Existenz*.
Cyan Worlds (1993) *Myst*.
Deconstructeam (2014) *Gods Will Be Watching*.
Dennaton Games (2012) *Hotline Miami*.
Dontnod (2015) *Life is Strange*.
dotGEARS (2013) *Flappy Bird*.
EA Dice (2016) *Mirror's Edge Catalyst*.
EA Sports (1988–) *Saga Madden NFL*.
EA Sports (1993) *Serie FIFA*.
EA Sports (1994–2009; 2013–) *Saga NBA Live*.
Educational Simulations (2010) *Real Lives*.
EFW Collective (2003) *Escape from Woomera*.
Federation of American Scientists and Escape Hatch Entertainment (2008) *Immune Attack*.
Films and television Brooker, Charlie (2011–) *Black Mirror*.
Fincher, David (1997) *The Game*.
Fish, Phil (2012) *Fez*.
Freebird Games (2011) *To the Moon*.
FromSoftware (2011) *Dark Souls*.

FromSoftware (2015) *Bloodborne*.
Fullbright (2013) *Gone Home*.
Giant Sparrow (2017) *What Remains of Edith Finch*.
Headfirst Productions (2005) *Call of Cthulhu: Dark Corners of the Earth*.
Hello Games (2016) *No Man's Sky*.
Hofmeier (2011) *Cart Life*.
HopeLab (2013) *Re-Mission 2*.
Impact Games (2007) *PeaceMaker*.
Infinity Ward (2007) *Call of Duty 4: Modern Warfare*.
Key, Ed and Kanaga, David (2013) *Proteus*.
King (2012) *Candy Crush Saga*.
Klei Entertainment (2013) *Don't Starve*.
Konami (1998) *Metal Gear Solid*.
Konami (2001) *Serie Pro Evolution Soccer*.
Konami, Kojima Productions (1987-) *Serie Metal Gear*.
Linden Lab (2003) *Second Life*.
LucasArts (1990) *The Secret of Monkey Island*.
Maxis (2000) *The Sims*.
McKinney (2011) *Spent*.
McMillen, Edmund and Himsl, Florian (2011) *The Binding of Isaac*.
Mojang (2011) *Minecraft*.
Namco Ltd. (1980) *Pac-Man*.
Naughty Dog (2007-) *Serie Uncharted*.
Naughty Dog (2013) *The Last of Us*.
Niantic Labs (2013) *Ingress*.
Niantic Labs (2016) *Pokémon GO*.
Nintendo (1999-) *Saga Super Smash Bros*.
Nintendo, Bandai Namco (1996-) *Saga Pokémon*.

Nolan, Jonathan and Joy, Lisa (2016) *Westworld*.
Novarama (2009) *Invizimals*.
Numinous Games (2016) *That Dragon, Cancer*.
Pajitnov, Alexey (1984) *Tetris*.
Playdead (2016) *Inside*.
PopCap Games (2001) *Bejeweled*.
Pope, Lucas (2013) *Papers, Please*.
Quantic Dream (2010) *Heavy Rain*.
Quinn, Zoe (2013) *Depression Quest*.
Ready at Dawn (2015) *The Order: 1886*.
Realttime Associates and HopeLab (2006) *Re-Mission*.
Riot Games (2009) *League of Legends*.
Rockstar Games (2001–2013) *Serie Grand Theft Auto*.
Rovio Entertainment (2009) *Angry Birds*.
Rusnak, Josef (1999) *The Thirteenth Floor*.
Sony Online Entertainment (1999) *EverQuest*.
Sports Interactive (1992-) *Championship Manager series*.
Sports Interactive (2004-) *Football Manager series*.
Square Enix (1987-) *Saga Final Fantasy*.
Starbreeze Studios (2013) *Brothers: A Tale of two Sons*.
Supergiant Games (2011) *Bastion*.
Team Bondi (2011) *L.A. Noire*.
Team Meat (2010) *Super Meat Boy*.
Telltale Games (2012) *The Walking Dead*.
Thatgamecompany (2006) *Flow*.
Thatgamecompany (2012) *Journey*.
The Astronauts (2014) *The Vanishing of Ethan Carter*.
The Chinese Room (2012) *Dear Esther*.

The Chinese Room (2015) *Everybody's Gone to the Rapture*.

Ubisoft (2007–2016) *Serie Assassin's Creed*.

Ubisoft (2014) *Valiant Hearts*.

Ubisoft (2014) *Watch Dogs*.

Valve (2000) *Counter Strike*.

Valve (2013) *Dota 2*.

Variable State (2016) *Virginia*.

Wachowski, Lana y Wachowski, Lilly (1999–2003) *The Matrix (series)*.

Wreden, Davey (2013) *The Stanley Parable*.

Yager Development (2012) *Spec Ops: The Line*.

Yang, Robert (2017) *The Tearoom*.

Zynga (2009) *Words with Friends*.



FASHION THEORY

HACIA UNA TEORÍA CULTURAL
DE LA MODA

Valerie Steele

Ampersand