El videojuego como práctica discursiva contemporánea.

Pókemon y la naturalización de la realidad social neoliberal.

Tesis doctoral
Cristian López Raventós

Tutor
Joel Feliu Samuel-Lajeunesse

El videojuego como práctica discursiva contemporánea.

Pókemon y la naturalización de la realidad social neoliberal.

Tesis doctoral realizada por

Cristian López Raventós

Bajo la dirección del

Dr. Joel Feliu i Samuel-Lajeunesse

Doctorado en Psicología Social

Departamento de Psicología Social

Universitat Autònoma de Barcelona

Año 2013

Agradecimientos

Un camino tan largo merece un espacio para recordar y reconocer a todos los que me han ayudado de diferentes formas a llegar hasta aquí. En primer lugar a mi tutor Joel, por haber tenido la amabilidad de responsabilizarse de mi tesis y haberme ayudado a terminarla. A los maestros, compañeros y amigos del departamento de Psicología Social de la Universitat Autònoma de Barcelona. Recuerdo con cariño y nostalgia sus clases, consejos y conversaciones. A mis compañeros del doctorado por haberme dado la posibilidad de compartir conocimientos, experiencias y amistades.

En segundo lugar a mis amigos en Catalunya, por haber tenido la paciencia de aguantarme y la generosidad de haber compartido conmigo parte de sus vidas, reflexiones y aventuras. Un agradecimiento especial a Panxo, Pau, Victor, Bernat y Joan por su incondicional amistad. Gracias también a mis compañeros de la carrera de Sociología de la Universitat de Barcelona, en especial a Marc y Joan por haberme permitido vivir unos años extraordinarios junto a ellos. Mención especial al Dr. Javier Tapia por haberme enseñado a pensar sin hacerme demasiado daño.

En tercer lugar a mis amigos en México, por haberme acogido con esa generosidad abrumadora. Mi más sincero agradecimiento a Raúl y Andrea por su ayuda incondicional y por haberme abierto las puertas de su casa. Mi reconocimiento a los compañeros de la Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo por su ayuda y solidaridad.

En cuarto lugar me gustaría agradecer a los miembros del grupo de investigación PSF, Javier y Simone, su ayuda y amistad. Su compañía ha hecho de este camino algo verdaderamente valioso.

En último lugar me gustaría agradecer de forma especial a la persona que siempre ha confiado obstinadamente en mis posibilidades y sin cuya ayuda nada de esto hubiera sido posible. Gracias Susana, este esfuerzo está dedicado a ti.

A todos gracias.

Índice

Prefacio..... 11

Level 0. Consideraciones acerca de los videojuegos entendidos como discursos. 14

0.1 Los videojuegos: ni buenos, ni malos, ni todo lo contrario..... 14

0.2 Discursos, poder y videojuegos..... 17

0.3 Game Over. Continue? Play again..... 18

0.4 ¿Por qué una investigación sobre videojuegos?..... 19

0.5 La noción de discurso en Ciencias Sociales 21

0.6 Discurso y psicología social 22

0.7 Psicología crítica 23

Level 1. La aparición del universo de los videojuegos. 26

1.1 ¿Los videojuegos son un campo o un objeto de estudio?..... 26

1.2 La aparición de los videojuegos en la vida cultural..... 28

1.3 La entrada de los videojuegos en el mundo académico..... 34

Level 2. Definiendo el campo de juego. 35

2.1 ¿Qué es un videojuego?..... 35

2.2 Juego y jugar..... 35

2.3 Algunos intentos por definir el juego..... 36

2.4 Acotando los límites del videojuego..... 39

2.5 Definiciones operativas de videojuegos..... 44

2.6 ¿Qué es un discurso?..... 46

2.7 La noción de discurso en Michel Foucault..... 47

2.8 El análisis del discurso como forma de psicología crítica..... 50

2.9 Límites y críticas a esta propuesta de análisis del discurso..... 55

Level 3. Imágenes e investigación social. 57

3.1 El miedo a las imágenes en Sociología..... 57

3.2 La mirada del antropólogo..... 59

3.3 Entre la mirada psicológica y la escucha psicoanalítica..... 59

3.4 La aparición de los Estudios Visuales..... 60

3.5 La revolución digital y la emergencia de los videojuegos..... 62

Level 4. La perspectiva económica acerca del videojuego. 64

4.1 Dimensión económica..... 64

4.1.1 Los datos del negocio global..... 64

4.1.2 Formas de negocio..... 65

4.1.3 Las cifras de la industria en España..... 65

4.1.4 Dimensión publicitaria o comunicacional..... 67

4.1.5 Inversión publicitaria y videojuegos..... 68

4.1.6 Los *Advergames* como medio de transmisión de discursos publicitarios. La aparición de los *Serious Games*..... 70

Level 5. La perspectiva psicológica acerca del videojuego. 73

5.1. Dimensión psicosocial..... 73

5.1.1. El miedo a engancharse: adicción..... 75

5.1.2. Violencia fuera de la pantalla: agresividad..... 76

5.1.3. La soledad del jugador: aislamiento social..... 78

5.1.4. ¿Es sano jugar a videojuegos?: salud..... 80

Level 6. La perspectiva educativa acerca del videojuego. 83

6.1. Dimensión educativa..... 83

6.1.1. El juego más allá del entretenimiento..... 84

6.1.2. Los *Serious Games* como respuesta al aprendizaje a partir de videojuegos..... 86

6.1.3. Diferentes modalidades de *Serious Games*..... 88

6.1.4. Experiencias y reflexiones acerca de la utilización de videojuegos en educación..... 93

Level 7. La perspectiva de género acerca del videojuego. 97

7.1. Dimensión de género..... 97

7.1.1. ¿A las chicas les gustan los videojuegos?..... 99

7.1.2. La violencia sólo divierte a los chicos..... 100

7.1.3. Personajes y roles femeninos..... 101

7.1.4 A las chicas no les gusta competir..... 103

7.1.5. ¿Dónde y cuándo juegan las chicas a videojuegos?..... 104

7.1.6. ¿Qué videojuegos prefieren las chicas?..... 106

7.1.7. Diferencias de género en los videojuegos: ¿repensar o reproducir?..... 107

Level 8. La aparición de los Game Studies. 112

8.1 Game Studies. Una disciplina para un mundo propio..... 112

8.2 Estudios formalistas o campo de estudio..... 114

8.3 Estudios contextuales u objeto de estudio..... 115

8.4 Narratología..... 115

8.5 Ludología..... 118

Level 9. Cómo interpretar "Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul". 120

9.1 Criterios para la elección del videojuego a analizar..... 120

9.1.1. ¿Por qué elegir Pokémon?..... 123

9.2 Procedimiento para realizar el análisis..... 125

9.3 Generar un texto en lenguaje escrito..... 128

9.3.1. Empieza el juego: Descripción del texto..... 135

9.4. Los cuatro ejes organizativos: materialidad, inmaterialidad, mecánica de juego y narración..... 137

9.4.1 Objetos, sujetos y estilos de habla..... 138

9.5. Mundos sociales, reglas culturales y contraste de audiencias..... 159

9.6. Cinco discursos emergentes..... 165

Level 10. La naturalización de la realidad social a partir de las prácticas discursivas 168

10.1. Discurso lúdico-tecnológico..... 168

10.2. Discurso pedagógico-legal..... 170

10.3. Discurso narrativo-psicológico..... 171

10.4. Discurso de gestión-economicista..... 172

10.5. Discurso competencia-victoria..... 173

10.6. Instituciones y poder..... 173

10.6.1 El papel de las instituciones..... 174

10.6.2. Discursos en busca de poder..... 182

Final Level. Videojuegos, discurso, poder y subjetividad. 187

Bibliografía..... 191

Anexo..... 211

Prefacio

El siguiente texto es el producto de una investigación que durante varios años ha tratado de generar una nueva mirada sobre los videojuegos. Un espacio desde donde la Psicología Social pueda aportar reflexiones acerca de esta forma de entretenimiento digital. Posicionándose de forma crítica respecto a los postulados teóricos de la disciplina y las discusiones acerca del mundo de los videojuegos. Recorriendo de forma interdisciplinaria campos donde aparecen relaciones que deben ser tenidas en cuenta al hablar de videojuegos. Generando un recorrido propio que ha transitado por diferentes temas, perspectivas y teorías con el fin confeccionar esa mirada discursiva y crítica al mundo de los videojuegos.

Así, el nivel cero está dedicado a clarificar la posición de la investigación respecto los conceptos de videojuego, discurso y psicología crítica. Introducir al lector en los postulados generales en los cuales se mueve la investigación y presentar los elementos teóricos y metodológicos que han sido utilizados. A la vez, justificar los motivos que han llevado a la realización, en estos términos, de una investigación sobre videojuegos.

En el primer nivel se presenta una revisión histórica de la aparición del videojuego en la vida cultural y su impacto a nivel académico. A la vez, se repasan las principales aproximaciones teóricas que surgieron para analizar el fenómeno del videojuego. Se presenta la disyuntiva, explorada en capítulos posteriores, acerca de tratar al videojuego como un campo u objeto de estudio y sus implicaciones teóricas y prácticas.

En el segundo nivel se clarifican teóricamente los conceptos que van a vertebrar la investigación. Se reflexiona sobre la noción de juego y jugar para poder realizar una adaptación metodológica efectiva al mundo del videojuego. A la vez, se construye y clarifica la noción de videojuego que se utiliza en esta investigación situándola dentro de las discusiones teóricas acerca de este término concreto. De la misma forma, se realiza el mismo proceso de clarificación respecto a la noción de discurso y su aplicación metodológica.

En el tercer nivel se introduce la reflexión acerca de la relación entre investigación social e imágenes. Se hace un recorrido histórico por las diferentes aproximaciones que, dentro de las Ciencias Sociales, se han generado respecto de la imagen como objeto y campo de investigación. Se presentan las nuevas aproximaciones interdisciplinares que

exploran las cuestiones visuales en relación a esta investigación cultural y, para terminar, se nombran cuáles son las relaciones entre el enfoque discursivo y la cuestión visual.

El cuarto nivel presenta una de las diferentes dimensiones que implica el mundo de los videojuegos a través del análisis económico. Se analizan cifras de negocio a nivel mundial y local de forma detallada para justificar su importancia desde el punto de vista económico. A la vez, se analiza el caso concreto de España para especificar cuál ha sido el proceso que ha llevado al videojuego a convertirse en la primera industria del ocio digital en el mundo. Para terminar se analiza la inversión publicitaria y las nuevas estrategias de comunicación que produce el videojuego.

El quinto nivel examina el tratamiento que la Psicología ha dado al mundo de los videojuegos desde su aparición. Se analizan las acusaciones sobre adicción, agresividad y aislamiento a partir de una revisión exhaustiva de las investigaciones al respecto. También se analizan los posibles efectos físicos negativos atribuidos a los jugadores de videojuegos. Esta revisión está hecha desde una visión crítica que pone en duda gran parte de las acusaciones sobre los efectos negativos de los videojuegos.

En el sexto nivel se analiza la relación entre videojuegos y educación. Se profundiza en las actuales líneas de investigación que presentan a los videojuegos como una herramienta formativa. A partir de la noción de *Serious Games* se presentan las diferentes formas y características que estos videojuegos formativos proponen. Para finalizar se debaten los límites y problemáticas que han aparecido en las experiencias de aplicación del videojuego como herramienta educativa.

En el séptimo nivel se aborda la problemática del género en los estudios sobre videojuegos. Se analizan las diferentes investigaciones que han intentado explicar la menor relación de las mujeres con el mundo de los videojuegos. Se repasan las cuestiones de los contenidos violentos, las mecánicas de juego competitivas y los espacios y roles que juegan las mujeres en el mundo de los videojuegos. A la vez que se examinan la misma noción de género de forma crítica respecto de la interpretación que estos estudios le han dado. Para terminar cuestionando si estas diferencias de género sirven para producir o reproducir estas situaciones de desigualdad.

El octavo nivel presenta las líneas fundamentales de los denominados *Game Studies*. Se hace un amplio repaso por las propuestas teóricas más relevantes como la narratología y

la ludología. Se presentan las discusiones que los estudios de videojuegos han generado dentro de su corta existencia y las posibles nuevas líneas de investigación. En último lugar, se analizan las diferencias entre los estudios formalistas y contextualistas en relación a la propuesta en esta investigación. A la vez, se justifica la adecuación del análisis del discurso como metodología dentro de este marco teórico y conceptual.

En el noveno nivel se inicia la parte empírica de la investigación. Se justifica la elección del videojuego analizado y se proponen los criterios para su elección. A la vez, se realiza la misma descripción y justificación de las herramientas conceptuales que participan en el análisis. Se organiza operativamente los ejes a partir de los cuales se analiza el videojuego. Para terminar, se presentan los cinco discursos que emergen del análisis del videojuego a partir de la metodología empleada.

El décimo nivel analiza los discursos detectados, a partir de la metodología expuesta anteriormente, a partir de su relación con el contexto material, histórico y político del videojuego. Estos discursos se relacionan con las instituciones que los generan y las relaciones de poder que se establecen entre ellas. A la vez, se establecen relaciones con otros discursos que tienen intereses particulares en el mundo del videojuego. Para terminar reflexionando acerca de las posibles formas de resistencia que pueden aparecen con el videojuego.

El nivel final está dedicado a las consideraciones finales. Se exponen las conclusiones más importantes producidas por la investigación y las posibles nuevas aplicaciones de esta metodología en la investigación de videojuegos. A continuación se encuentra la bibliografía utilizada y el anexo donde se transcribe íntegramente la narración del videojuego “Pókemon mundo misterioso equipo rescate azul”.

Level 0. Consideraciones acerca de los videojuegos entendidos como discursos.

0.1. Los videojuegos: ni buenos, ni malos, ni todo lo contrario

Desde el principio hay que de dejar claras algunas consideraciones acerca de lo que esta investigación propone y lo que no. Cuando se trabaja con discursos desde el punto de vista cualitativo se pueden acabar interpretando algunas ideas como erróneas debido a posturas o enfoques que no son propuestos o utilizados aquí. Asumiendo aparatos conceptuales que vienen habitualmente de otras perspectivas, en especial el enfoque cuantitativo, y que están impregnadas en cierto pensamiento académico predominante. Conceptos como hipótesis, falsaciones o estructuras universales son algunas de estas ideas que pueden causar confusión a la hora de interpretar esta investigación. Por este motivo es necesario presentar una serie de ideas que pueden ayudar al lector a no confundirse acerca de las afirmaciones que se hacen aquí y las que pueden interpretarse resultado de cierta confusión.

Los videojuegos no son buenos. En los últimos años han visto aparecer una ola de investigaciones que parecen querer reivindicar las bondades del videojuego como medio de expresión contemporáneo (Aarseth, 2001; Egenfeldt-Nielsen, Heide-Smith & Pajares, 2008). Esas investigaciones y nuevos enfoques parecen querer presentar al videojuego como un medio lleno de posibilidades para múltiples espacios de la vida social como por ejemplo la educación o la sanidad. Esta reacción en los estudiosos sobre videojuegos responde de forma lógica a todas las campañas de desprestigio y creación de estereotipos que en las décadas anteriores, y aún hoy, se generaron acerca de los efectos producidos por los videojuegos (Fisher, 1995). Las acusaciones sobre los efectos negativos sobre los jugadores, desde el punto de vista psicológico o de forma más amplia en la salud, han sido rebatidas con argumentos e investigaciones bien documentadas (Anderson, 2008; Dorman, 1997). Incluso las acusaciones sobre la pobreza del medio y su limitación a la hora de comunicar y generar narraciones creativas se han visto refutadas a partir de los estudios sobre las posibilidades cibertextuales y generativas de los videojuegos (Aarseth, 1997).

Esta generación de estudios sobre videojuegos aparece como una reacción de defensa intelectual y académica ante las acusaciones, en la mayoría de casos infundadas, sobre la negatividad del mundo de los videojuegos. Estos esfuerzos por entender el videojuego de forma menos estereotipada han generado líneas de investigación serias donde se anali-

zan videojuegos como cualquier otro objeto cultural de masas (Juul, 2002; Wolf, 2001). Se ha empezado a pensar sobre la forma en cómo cuentan historias los videojuegos a partir de sus particulares estructuras narrativas. A la vez, se han presentado líneas de investigación que presentan cómo experienciamos el juego, como actividad antropológica, a partir de este nuevo medio digital (Frasca, 2003a, Wardrip-Fruin & Harrigan, 2004). Así, no sólo se ha pensado acerca de cómo se cuentan historias sino también de cómo las viven los jugadores de videojuegos. Esta necesidad de defenderse de los estereotipos y las acusaciones ha hecho que estos estudios se presenten en muchas ocasiones como descontextualizados (Sicart, 2009). A veces por culpa de los enfoques teóricos que centran su búsqueda en las posibles estructuras universales narrativas del medio. En otras, por asumir que el videojuego es un elemento neutral ajeno a los discursos deseosos de poder que vertebran la realidad social. Para defenderse de acusaciones infundadas se han generado visiones demasiado optimistas y neutrales acerca de los videojuegos y sus posibles utilizaciones. Para decir que los videojuegos no eran necesariamente malos se ha tenido que decir que eran mayoritariamente buenos. Esa visión del videojuego genera riesgos que se deben tener en cuenta antes de aventurarse a hablar de su naturaleza beneficiosa.

Los videojuegos no son malos. De la misma forma, hay que rechazar las visiones que consideran que los videojuegos tienen efectos negativos. Esta fue la línea que de forma mayoritaria se adoptó en los primeros estudios sobre videojuegos (Provenzo, 1992). El desconocimiento y los prejuicios se impusieron a cualquier tipo de análisis mínimamente serio. El nuevo medio formaba parte de un cambio mucho más amplio relacionado con las *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. La aparición de estas tecnologías ha transformado partes fundamentales de nuestra realidad social en las últimas décadas. Esta visión negativa acerca de los videojuegos generó discursos negativos en la opinión pública. Estas acusaciones se centraban en el hecho de que los videojuegos provocaban todo tipo de efectos negativos en los jugadores. Desde la violencia a obesidad pasando por el aislamiento y el fracaso escolar, todo era susceptible de ser provocado por el uso de videojuegos. Incluso se le llegó a acusar a los videojuegos de provocar epilepsia y trastornos psicológicos graves hasta desembocar en la adicción.

Con los años, las nuevas investigaciones (Estalló & Masferrer, 2001; Tejeiro & Pelegrina del Río, 2008) han ido desmontando esas acusaciones sustentadas en estereotipos y demostraron que estos estudios no eran lo suficientemente serios y concluyentes como para poder hacer esas afirmaciones. Los que han buscado las relaciones entre videojuegos y

problemas psicológicos no han encontrado relaciones significativas (Estalló, 1995). Tampoco se han encontrado diferencias entre los jugadores y no jugadores respecto al éxito escolar o las relaciones personales y sociales. De la misma forma, no hay ninguna enfermedad provocada por los videojuegos sino el miedo a un mundo que los padres desconocían y sus hijos idolatraban. Estos estudios han acabado virando hacia nuevas líneas donde se mezclan las posibilidades de los videojuegos para mejorar ciertas actividades en el ámbito de la salud o la educación. Paulatinamente se han abandonado estas posturas acerca de los efectos negativos de los videojuegos para desarrollar explicaciones de alcance mucho más limitado y contextualizado a los usos concretos del medio.

Los videojuegos son todo lo contrario. De esta forma se encuentran posturas que presentan la dicotomía entre estar a favor (Gros, 2000) o en contra (Díez, 2004) de los videojuegos. Esta investigación entiende los videojuegos de otra manera, situándolos en un contexto social, histórico y material concreto. Un espacio donde emergen y se configuran como una práctica discursiva más dentro de nuestra realidad social. Así, la pregunta sobre si los videojuegos son buenos o malos carece de sentido porque obliga a entenderlos como un producto acabado y fuera del alcance transformativo de su creador y el jugador. Los videojuegos son un campo de creación cultural mucho más grande de lo que se ha querido hacer ver como para considerarlos una forma de comunicación unidireccional. En el mundo de los videojuegos se entretejen múltiples formas de relación que toman sentido en dimensiones diferentes de la realidad social.

En esta investigación se muestra cómo a partir del análisis de un videojuego comercial concreto, se puede apreciar cómo se generan ciertas prácticas discursivas que contribuyen a la construcción de una forma concreta de subjetividad. Estas formas de subjetividad contemporánea son las que estos videojuegos ayudan a configurar, reproducir y naturalizar. Se muestra como las características narrativas junto con las reglas que limitan el videojuego generan una experiencia determinada en el jugador. Esa particular forma de experiencia se entiende aquí como prácticas discursivas que producen aquello de lo cual hablan. Así, no se trata tanto de censurar los discursos que el videojuego produce y reproduce como hacen las investigaciones que consideran sus efectos negativos. El objetivo es prestar atención a la forma en cómo se construyen ciertas formas de subjetividad contemporánea. Esos nuevos discursos sobre el videojuego que lo presentan como un elemento positivo que ayuda a educar, formar y preparar a los jóvenes para la vida real, son los que deben ser tenidos en cuenta para observar las posibles relaciones de subordinación que esconden.

0.2. Discursos, poder y videojuegos

El mundo del videojuego es un campo demasiado importante como para entenderlo como algo neutral o despolitizado. Un producto cultural que es capaz de llegar a tanta gente y conseguir que le dediquen infinidad de horas absortas en sus creaciones debe llamar la atención de los investigadores culturales. La pregunta no debería ser por qué una investigación sobre los discursos del videojuego, sino cómo se ha permanecido tan sordo y ciego respecto a este fenómeno. En el videojuego aparecen dos dimensiones fundamentales para la comprensión realidad social contemporánea y que vertebran parte de nuestras vidas. Por un lado, la implantación de las TIC's como parte esencial de nuestra relaciones en la vida social. Y por el otro, la transformación de nuestra subjetividad hacia formas más funcionales de comportamiento en el sistema político y económico capitalista. Estos dos grandes entramados deseosos de poder encuentran en los videojuegos un extraordinario escaparate donde producir, reproducir y naturalizar sus discursos.

La lógica del consumo de productos tecnológicos y las prácticas discursivas basadas en la gestión, la productividad y la funcionalidad van a ser los pilares de esta nueva forma de hablar. La competitividad como forma de subjetividad va a presentarse como la manera natural de relacionarse con el mundo. A partir de este entramado discursivo se muestra como un videojuego concreto es utilizado para producir ciertas visiones sobre la realidad social acordes con esa ideología. El videojuego se convierte en un medio excepcional, por sus cualidades, para nombrar ese mundo entre lo virtual y lo real. El videojuego es un extraordinario entrenamiento para el mundo adulto, convirtiéndose en el primer escenario donde formar la subjetividad en los parámetros del sistema de mercado neoliberal. Las competencias que se adquieren jugando a videojuegos permiten ser más productivos, funcionales y competitivos. Además, construyen la naturalidad de unos procesos por los cuales se configuran ciertas formas de dominación concreta.

Eso no convierte a los videojuegos en un medio maldito o en una herramienta del poder para someter voluntades sino simplemente en una forma más donde los discursos se muestran, se enfrentan y se transforman. Sería un error pensar que los videojuegos simplemente son una forma de comunicación donde algunos presentan sus discursos y otros simplemente pueden aprenderlos. Los videojuegos son un medio especialmente rico que ofrece muchas posibilidades de resistencia y generación de nuevas prácticas alternativas. Los jugadores no sólo obedecen reglas y instrucciones de los creadores sino que

transforman con su juego los discursos establecidos. En la apropiación y la imaginación de los jugadores aparece una forma de resistencia.

0.3. Game Over. Continue? Play again.

Esta forma de abordar los videojuegos, desde la dimensión discursiva, puede parecer que reduce a los videojuegos a una plataforma donde ciertas instituciones intentan naturalizar su visión de la realidad social pero no es así. En esta investigación se aclara en todo momento que no se intenta generar ninguna explicación o teoría acerca del medio en sí. Tampoco se analizan todos los videojuegos disponibles sino uno en concreto, con características especiales, que sirve para presentar la problemática acerca de sus particulares entramados discursivos. A partir de este videojuego se muestra cómo se instituyen ciertas prácticas discursivas que tienen efectos más allá de la experiencia lúdica. El objetivo es mostrar cómo desde un producto aparentemente infantil, basado en el entretenimiento, se pueden observar los mecanismos que instruyen a los jugadores como consumidores funcionales. A la vez, el hecho de utilizar un discurso básicamente visual permite alertar sobre las sutiles formas de generar esos entramados discursivos a través de imágenes que la sociedad contemporánea presenta.

Esto no condena en absoluto a los videojuegos como medio ni a sus creadores a servir los intereses de otros. Existen creadores que están trabajando de forma consistente en otras formas de videojugar, generando nuevas experiencias lúdicas basadas en otras mecánicas de juego diferentes. De la misma forma, los jugadores no deben pensarse como personajes pasivos que sólo obedecen las reglas de los diseñadores. Está forma de entender el aprendizaje es criticada en esta investigación y, por tanto, no puede confundirse con el análisis realizado sobre Pokémon. Los jugadores también desarrollan prácticas discursivas que ponen en entredicho las formas de afrontar estas experiencias. Los videojuegos son un campo de batalla donde se cruzan y enfrentan diferentes discursos sobre de la realidad social.

Pensar los videojuegos desde una perspectiva discursiva tiene que servir para replantear muchas aproximaciones hacía este mundo que está presente en las vidas de muchos millones de personas. Los videojuegos no pueden pensarse como buenos o malos, pero mucho menos deben tratarse como algo neutral. De la capacidad para pensar este producto cultural de masas de otra forma surge la posibilidad de evitar ciertas formas de subordinación. Los videojuegos son parte de este entramado material, histórico y político

que gobierna las vidas, que configura la forma de estar en el mundo de los jugadores. Entender cómo y por qué se juega de determinada forma a videojuegos permite comprender la particular forma de relacionarnos con la realidad. La subjetividad se construye discursivamente desde múltiples dimensiones, los videojuegos son una forma más que enseña a ver el mundo de determinada manera. Pokémon habla de forma clara y concisa, presenta una manera de interaccionar concreta. Juega, gestiona, acumula, lucha, compite y gana.

0.4. ¿Por qué una investigación sobre videojuegos?

En lo que respecta a esta investigación, los motivos por los cuales se tomó la decisión de elegir los videojuegos como temática de investigación doctoral son variados. En primer lugar, porque esta es una de las líneas de investigación en las que participa mi tutor de tesis junto con otras compañeras y compañeros con el grupo de investigación JovenTIC, dedicado el estudio de las prácticas en torno al uso, apropiación y consumo, que los jóvenes hacen de las denominadas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En segundo lugar, porque los intereses como investigador siempre se han entrelazado con lo visual, la tecnología y las relaciones de poder. Y en tercer lugar, porque llevar unos veinte años jugando a los videojuegos permitía la posibilidad de hablar en primera persona de experiencias de esta particular forma de forma de subjetivación contemporánea.

A parte de este recorrido personal que llevó a plantearse la posibilidad de emprender el camino de una investigación doctoral sobre videojuegos, el momento histórico entorno a este fenómeno permitió adentrarse de forma menos temeraria en ese camino. En el contexto español, apenas el 25 de marzo de 2009 el Congreso de los Diputados aprobó la *Proposición No de Ley* que declara a los videojuegos como industria cultural, reconociendo así el peso de esta expresión cultural dentro de la sociedad. Este hecho seguramente propició que la Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo (AECID) concediera una beca para poder realizar una estancia de investigación, producto de la cual es esta tesis doctoral. Este reconocimiento del videojuego como objeto cultural con nombre propio en la sociedad es un hecho relativamente reciente y poco investigado. Por este motivo se consideró que era una buena oportunidad para analizarlo en profundidad y empezar a pensarlo de otra manera.

El videojuego es uno de los últimos objetos incorporados a la investigación académica de la denominada “cultura de masas”. Ya a principios de los años sesenta Umberto Eco hacía hincapié en el valor analítico del comic en la obra *Apocalípticos e integrados*

(2001), donde presentaba las dos posturas antagónicas acerca de la aparición de la cultura de masas y sus posibles beneficios o perjuicios para la cultura. Discusión iniciada por autores de la Escuela de Frankfurt como Adorno o Horkhaimer (1988). De la misma forma, muchos de esos objetos de la cultura de masas se han posicionado como campos de estudio para las Ciencias Sociales. El cine se ha convertido también en uno de esos objetos ampliamente analizados para entender las particulares formas de entender los procesos culturales. Ensayos como *La imagen-movimiento* (2009) y *La imagen-tiempo* (1996) de Gilles Deleuze presentan una amplia reflexión sobre el medio cinematográfico como objeto por excelencia de la cultura de masas.

De la misma manera, la aparición de Internet ha generado la más reciente generación de estudios sobre este nuevo medio y su impacto en la cultura de masas. Seguramente Internet debe ser considerado no solo como un producto de esta cultura de masas, sino por su dimensión comunicativa más amplia y porque ayuda a entender el contexto tecnológico. Sin duda, algunas de las obras de referencia sobre este nuevo medio son *¿Qué es lo virtual?* (1999) y *Cibercultura* (2007) de Pierre Lévy, o *La vida en la pantalla* (1997) de Sherry Turkle. Ensayos e investigaciones que reflexionan sobre internet, lo virtual y la denominada Cibercultura. También hay que nombrar las diferentes obras de Manuel Castells que se centran en la denominada sociedad de la información y la comunicación, concretamente en sus tres volúmenes titulados *La era de la información* (1999ª, 1999b, 1999c).

Así, a finales de los años noventa y principios del nuevo milenio los videojuegos hicen irrupción en el mundo académico con fuerza. La consolidación del videojuego como campo de estudio académico ha pasado por diferentes fases como se muestra más adelante, pero no será hasta la consolidación de la disciplina denominada *Game Studies* que los videojuegos alcanzarán la mayoría de edad dentro de la academia. Entre las obras más importantes que abren este nuevo campo de estudio están *Cybertext: perspectives on ergodic literatura* de Espen J. Aarseth (1997), donde se presentan una de las principales características del nuevo medio, el cibertexto. También obras como *The medium of the video game* de Mark J. P. Wolf (2001), donde se adapta el formato de “Handbook” de la tradición académica norteamericana para presentar las diferentes líneas donde se moverá la investigación en videojuegos. Así como *Half-real: video games between real rules and fictional worlds* de Jesper Juul (2005) donde se empiezan a analizar videojuegos concretos respecto de múltiples aspectos narrativos, visuales y sonoros. Estas obras junto con muchas otras que se analizan con detalle más adelante permiten situarse

dentro de una incipiente corriente de estudios que tienen al videojuego como campo de estudio situándolo como el más reciente de los objetos de la sociedad de masas.

Este es el contexto donde esta investigación doctoral nace y se desarrolla a partir del interés de lo visual como discurso. Por un lado, lo visual se ha apartado históricamente de la investigación en Ciencias Sociales. Los videojuegos son un campo básicamente visual aunque incorporan muchas otras facetas como se irán presentando más adelante. Así, lo visual es entendido y analizado como un texto para poder desentrañar cuales son las prácticas discursivas que se cruzan dentro de este particular objeto de la sociedad de masas contemporánea. El videojuego es analizado como discurso que se mueve en lo visual y se extiende en prácticas, mensajes y sonidos concretos.

0.5. La noción de discurso en Ciencias Sociales

El videojuego es entendido como un medio donde se producen y reproducen discursos, así que hay que situar la noción de discurso en Ciencias Sociales y en la Psicología Social en particular. El discurso y el lenguaje como centro de las preocupaciones en Ciencias Sociales tienen diferentes antecedentes e influencias. Seguramente podemos situar ese momento de irrupción sobre las cuestiones del lenguaje a partir la influyente obra *Investigaciones filosóficas* (1999) de Ludwig Wittgenstein, donde se presenta la noción de "juegos de lenguaje". Situando en el lenguaje el interés de las reflexiones de la filosofía para desentrañar como accedemos al mundo. De esta forma, sus investigaciones fueron decisivas a la hora de centrar la atención de la filosofía en el lenguaje corriente como generador de realidades, enfrentando así la visión acerca de que el lenguaje científico podía nombrar el mundo tal y como era. Otra de las grandes influencias en las investigaciones sobre el lenguaje fue la obra de John Austin, en especial en su texto *Cómo hacer cosas con palabras* (2009). En él Austin desarrolla su teoría de los actos de habla para afirmar que el lenguaje no solo es descriptivo sino que se realizan acciones con su uso. El lenguaje pasa a ser un acto relacional y performativo donde adquiere sentido y es realizado como práctica social que construye realidades concretas.

De igual forma, la consideración del lenguaje como práctica social que da sentido a la realidad impregnó parte de la corriente sociológica denominada etnometodología, en particular la obra de Harold Garfinkel (2006). El lenguaje es considerado no una forma de comunicar procesos ajenos sino que van a presentarse como el proceso que permite dar sentido a los procesos sociales. De esta forma, los agentes que participan en la interac-

ción social son conscientes de las reglas que marca ese lenguaje, pero también pueden cambiarlas. La etnometodología será una de las corrientes más influyentes en la denominada psicología discursiva (Edward & Potter, 1996), sobre todo por la aportación del concepto de indexicalidad. Este concepto incorporado de la lingüística pragmática (Levinson, 2003) permite entender el lenguaje como algo que cambia de sentido dependiendo del contexto social donde se utiliza, y la vez posibilita entender las reglas que vertebran la realidad social como algo flexible y cambiante.

Otra de las influencias más importantes en el análisis del lenguaje como constructor de realidades sociales son las reflexiones de Michael Foucault a partir de su visión del discurso como constructor de objetos más allá del lenguaje. En obras como *Las palabras y las cosas* (2001), *La arqueología del saber* (2010) y *El orden del discurso* (2002), Foucault presenta una forma de pensar el discurso como aparato que construye objetos y prácticas sociales. Esta forma de entender el discurso atiende a las condiciones de producción que transforman la realidad social concreta, esas prácticas discursivas van a circular, enfrentarse a otras e intentar reproducirse a partir de diferentes instituciones a lo largo de la historia. Esta perspectiva foucaultiana del discurso es la que se utiliza para analizar videojuegos en esta investigación doctoral.

0.6. Discurso y psicología social

Dentro de la Psicología Social hay que distinguir dos grandes líneas que interpretan el discurso de forma diferente. Por un lado, la psicología que entiende el discurso como todo lenguaje escrito y hablado (Gilbert & Mulkay, 1984); y por el otro, la noción de discurso entendida como prácticas lingüísticas situadas históricamente donde se agruparían las investigaciones que siguen la línea foucaultiana. Ambas líneas han generado recorridos diferentes a partir de sus interpretaciones del discurso y su alcance metodológico. No obstante, ambas pueden situarse como resultado de la denominada crisis de la Psicología Social a finales de los años sesenta (Ibáñez, 1990).

Esta crisis situada a finales de los años sesenta al calor de las revueltas sociales y políticas llevó a la Psicología Social a replantearse muchas de sus formas y objetivos. Como indica el propio Ibáñez (citado en Íñiguez, 2003):

> “El conocimiento producido a partir de la experimentación sobre los objetos sociales presentaba (...) una serie de características bastante incómodas. Una primera característica

> consistía en que el saber producido por la psicología social parecía carecer de *propiedades acumulativas.* (...) Una segunda característica consistía en que las teorías psicosociológicas se presentaban, en gran medida, como teorías *inconmensurables.* (...) Por fin, una tercera característica consistía en que las teorías psicosociales no reunían las propiedades necesarias para ser *refutables.* En efecto, la suma de hipótesis auxiliares que deben intervenir en una experimentación, y en la operacionalización de las variables, es demasiado elevada para que se pueda saber dónde radica el fallo cuando los datos obtenidos no concuerdan con las hipótesis. Como vemos, la psicología social tenía motivos más que suficientes para prestar oídos a las voces críticas (p.223).

Esa crisis de la Psicología Social y de las Ciencias Sociales generó nuevas miradas y formas de pensar la disciplina. En el caso particular de los enfoques discursivos, el interés por el lenguaje propició la aparición de la denominada psicología discursiva. Textos como *Discourse and Social Psychology* (1987) de Jonathan Potter y Margaret Wetherell empezaron a poner en cuestión elementos claves de la Psicología Social hasta entonces como las aptitudes y las representaciones sociales. Esta crítica desplaza la forma de pensar la Psicología Social paulatinamente hacia el socioconstruccionismo a partir del análisis de discurso. En este desplazamiento también hay que reseñar la obra de Michael Billig (1987) *Arguing and thinking* donde se hace énfasis en la idea del pensamiento como proceso dialógico. Estas inquietudes se acabaran plasmando en una propuesta metodológica propia para la psicología discursiva en textos como *Discoursive Psychology* (Edward & Potter, 1996) o *El análisis del discurso y la identificación de los repertorios interpretativos* (Wetherell & Potter, 1996).

0.7. Psicología crítica

En el caso de esta investigación doctoral se ha optado por utilizar la línea más foucaultiana del análisis del discurso en Psicología Social. Una psicología que no es discursiva como se explicaba en el punto anterior pero que se basa en una noción de discurso que va más allá de lo escrito y hablado. Esta forma de abordar el discurso permite analizar con más profundidad un texto mayoritariamente visual como el videojuego, a la vez que también sirve como enlace metodológico para relacionarlo con esa corriente denominada psicología crítica (Parker, 2002). Más adelante se explica en profundidad esa propuesta de análisis del discurso, pero antes hay presentar algunas ideas sobre esta concepción de psicología crítica.

Como ya se comentaba, a finales de los años sesenta y durante la década de los setenta se fueron replanteando nuevos paradigmas que ponían en cuestión muchas de las posiciones epistemológicas que habían sustentado a la Psicología y, en particular, a la Psicología Social. Reflexiones como las de Kenneth Gergen en *Social psychology as history* (1973) presentando la Psicología Social desde el punto de vista de una creación histórica hasta las aportaciones de Rom Harré (1972), apostando por los nuevos paradigmas presentados por el estructuralismo y la influencia del lenguaje ordinario. Ese fue el contexto adecuado donde poder generar una psicología crítica. Ian Parker hace un repaso por estas diferentes aproximaciones, conexiones y enlaces sobre miradas críticas en psicología en su texto *Psicología crítica: conexiones críticas* (2002), donde además propone una serie de ideas a fin de clarificar como puede detectarse esa visión de la Psicología denominada psicología crítica.

En primer lugar, desmitificando el origen del pensamiento psicológico como saber aparecido a la luz de la *Ilustración* y la racionalidad para situarlo en un camino de explicación de la experiencia y la acción en diferentes momentos y culturas a través del tiempo. Así, "No descubrimos la psicología, la vivimos y la *producimos"* (p. 19). No se puede pensar la psicología como un saber externo que solo actúa en determinados momentos y situaciones de la vida sino que los individuos están atravesados por ella y la reproducen con sus prácticas discursivas a través de múltiples instituciones y situaciones. La psicología crítica debe atender,

> *el examen sistemático de cómo algunas variedades de experiencia y acción psicológica son privilegiadas sobre otras y de cómo explicaciones dominantes de la 'psicología' operan ideológicamente y al servicio del poder* (p.19).

En segundo lugar, desmitificar la noción de psicología como descubrimiento que es capaz de encontrarse en todos los lugares y culturas del mundo en cualquier momento histórico. La psicología se presenta como un saber escondido que una vez alumbrado es capaz de encontrar en todas las otras formas culturales su esencia y explicación. Una especie de búsqueda de sí mismo que acaba siendo tautológica y vaciando de sentido otras formas que existen de pensar la existencia y la experiencia. De esta manera la psicología crítica debe pensar,

> *el estudio de las formas de construcción histórica de todas las variedades de psicología, así como el estudio del cómo las distintas psicologías alternativas pueden confirmar o resistir las asunciones ideológicas de los modelos mainstream* (p. 20).

En tercer lugar, se debe atender a cómo la psicología se ha convertido paulatinamente en un lenguaje naturalizado en el sentido común de la población. El saber psicológico ya no solo actúa en los ámbitos históricamente relacionados con su función sino que se ha infiltrado en la experiencia cotidiana. Ese lenguaje psicológico ha impregnado diferentes zonas la realidad social controlando y vigilando comportamientos y formas de relación. Así, la psicología crítica tiene que atender,

> *el estudio de las formas de vigilancia y auto-regulación de la cotidianidad, así como el estudio de los caminos por los que la cultura psicológica opera más allá de las fronteras de la práctica profesional y académica* (p. 22).

Por último y en cuarto lugar, se puede decir que la psicología crítica debe interrumpir la retroalimentación que ese lenguaje psicológico utiliza para nutrirse de saberes y experiencias populares para después convertirlos en saber científico. Las formas de experiencia y acción son absorbidas y devueltas en forma de saber psicológico destinado al control y a la regulación funcional de la sociedad. En ese mismo saber que es utilizado para controlar está la fuerza de resistir y generar otras formas de pensarse. Así, debemos

> *explorar cómo la 'psicología popular' cada día estructura el trabajo profesional y académico en la psicología y cómo las actividades cotidianas pueden proveernos con las bases para resistir a las prácticas disciplinarias contemporáneas* (p. 23).

Estas son solo algunas pinceladas de cómo debería operar una psicología crítica en el contexto actual. Un esfuerzo de aglutinar inquietudes y formas de pensar la psicología que operen más allá de un proyecto institucional de saber estatal y de control sobre las poblaciones. La psicología crítica tiene que hacer el esfuerzo de relacionarse con otros saberes que propicien esa reflexión y puesta en cuestionamiento de los principios teóricos y de los desarrollos prácticos de los mismos. Esta investigación se enmarca en ese esfuerzo de pensar el saber psicológico y los discursos de control y adiestramiento de la población a partir de un objeto y un enfoque particular, los videojuegos como discurso.

Una vez expuesta la posición de esta investigación respecto a los elementos centrales de la investigación como son la noción de videojuego, discurso y psicología crítica, es necesario contextualizar la aparición del mundo de los videojuegos. El siguiente capítulo aborda esta explicación sobre el proceso que ha llevado a los videojuegos a convertirse en una de los entretenimientos más populares del mundo. De igual forma, se presenta cómo ha ido cambiando su apreciación cultural a lo largo de los años.

Level 1. ***La aparición del universo de los videojuegos*****.**

1.1. ¿Los videojuegos son un campo o un objeto de estudio?

Una de las primeras preguntas a realizar antes de empezar a analizar videojuegos es sobre si son un campo o un objeto de estudio. La pregunta no es excluyente sino que responde a la necesidad de aclarar el significado tiene para cada enfoque metodológico (Aarseth, 2007). Esta definición marcará si la investigación considera a los videojuegos como un producto cultural a analizar desde una mirada particular (sociológica, antropológica, psicológica, económica, etc.) para explicar otros fenómenos o si los videojuegos son un mundo suficientemente fértil como para considerar que generan un campo de estudios propio. Esto significa dejar de mirarlo con las lentes de otras disciplinas y empezar a generar unas propias.

Hasta hace relativamente poco (Aarseth, 2001) la única aproximación al mundo de los videojuegos se había dado desde su concepción como objeto de estudio. Los primeros libros que hablan sobre videojuegos aparecen a finales de los años setenta y están pensados para los creadores y programados de ese incipiente modo de diversión y entretenimiento. Algunos de esos primeros títulos sobre videojuegos son *Consumer Microelectronics: Electronic Video Games*, de Creative Strategies (1976); *Video Games* (1977) de Len Buckwalter, y *The Complete Book of Video Games*, de Consumer Guide (1977); *How to Repair Video Games* (1978), de Robert L. Goodman, *How to Design and Build Your Own Custom TV Games* (1978), de David L. Heiseman y *Electronic Games: Design, Programming, and Troubleshooting* (1979) de Walter H. Buchsbaum y Robert Mauro. Se pueden encontrar más títulos de la época en diferentes recopilaciones y obras (Wolf & Perron, 2005).

Todas estas publicaciones estaban pensadas para aficionados y curiosos de esa nueva forma de entretenimiento que aparecía de la mano de la electrónica. Eran libros que presentaban un mundo de aficionados y que se dedicaban básicamente a describir lo creado hasta ese momento desde la mirada de los programadores. No sería hasta unos años más tarde donde aparece una de las primeras publicaciones donde el videojuego ya es considerado objeto de estudio para la Psicología. El libro en cuestión se titulaba *Mind at Play: The Psychology of Video Games* (1983), de Geoffrey R. Loftus y Elizabeth F. Loftus, donde se abordaban las motivaciones psicológicas de los jugadores, su relación con los juegos, los efectos en el sistema cognitivo (atención, percepción, memoria a corto y a

largo plazo y expectativa), la actividad motriz y las habilidades de resolución de conflictos. Al año siguiente se publicó otro libro titulado *Mind and Media: The Effects of Television, Computers and Video Games* (1984), de Patricia Marks Greenfield que inició la tradición en los estudios de Psicología consistente en ver al videojuego como un objeto de estudio y una herramienta para los experimentos de laboratorio. Esta forma de abordar los videojuegos es aún en día importante dentro de los estudios que la Psicología le dedica a este fenómeno. Muchos de estos estudios se han ido inclinando hacía su enfoque eminentemente negativo vinculando videojuegos y adicciones. Algunos ejemplos de estas obras son el estudio de Anderson y Dill (2000), que vincula los videojuegos con el pensamiento y el comportamiento agresivos (Wolf y Perron, 2005).

Ha sido labor de los mismos psicólogos ir desmontando estas hipótesis estereotipadas de los videojuegos a partir de estudios empíricos más serios, donde se han ecnotrado resultados bastante alejados de las ideas acerca que los videojuegos generan esos comportamientos negativos. A este tema se le dedica un capítulo más adelante donde se analiza cuál ha sido ese recorrido de la psicología en relación a los videojuegos. Ejemplo de esta nueva línea de investigaciones es una reciente publicación titulada *La psicología de los videojuegos. Un modelo de investigación* (Tejeiro & Pelegrina del Río, 2009) donde se evalúan, a partir de una revisión de investigaciones y una propuesta empírica propia, este tipo de acusaciones. Los efectos que pueden relacionarse con los videojuegos no son esencialmente diferentes a los otros medios como la televisión o cualquier actividad con características similares pudieran provocar.

> Adicción, agresividad, aislamiento, abandono de los estudios u otras actividades, delincuencia, drogadicción o ludopatía, son, por tanto, algunas de las consecuencias que suelen atribuirse a los videojuegos, hasta tal punto de que se ha llegado a hablar de 'yonkis del teclado'; sin embargo, los estudios empíricos realizados, que una vez más los autores recogen y clasifican según los perjuicios denunciados, no permiten establecer una conclusión teórica objetiva y generalizable. Asimismo, también reflejan la existencia de algunos trastornos físicos que pueden derivarse del uso de los videojuegos, "al menos en ciertas personas con problemas previos o que los utilizan en exceso" (pág. 122). Por último, los autores dejan claro la inexistencia actual "de ningún programa preventivo específicamente dirigido al uso 'sano' de los videojuegos" (pág. 125), algo que sorprende teniendo en cuenta su mala fama; en cualquier caso, en el libro se recogen algunas recomendaciones al respecto (Hernández de Santaolalla: 306).

1.2. La aparición de los videojuegos en la vida cultural

La aceptación social de los videojuegos no ha sido fácil, en ella se han reproducido muchos de los estereotipos y recelos que ya sufrieron otras expresiones culturales como el teatro, la literatura, el cine o la televisión en su momento. La irrupción de una nueva forma de expresión en medios culturales, sociales o artísticos significa habitualmente una ruptura con los medios establecidos y, por tanto, genera un cierto tipo de conflictos. Incluso en campos tradicionalmente más abiertos a los cambios como el artístico, los videojuegos han generado recelos debido a su origen eminentemente comercial. Una de las primeras exposiciones acerca de la influencia de los videojuegos como medio audiovisual contemporáneo se realizó de junio de 1989 a mayo de 1990 en el American Museum of the Moving Image. Se tituló *"Hot Circuits: A Video Arcade"*, y consistía en una exposición retrospectiva de videojuegos. Rochelle Slovin (2001), directora y fundadora del museo en aquel momento, recuerda que la exposición había sido considerada por algunos como dudosa e incluso cuestionable.

Otro de los campos que ha estado en constante fricción con el mundo de los videojuegos ha sido el cine. El mundo de la creación cinematográfica siempre ha mirado con cierto aire de superioridad a los videojuegos y su poca capacidad para narrar historias. Incluso se puede decir que era el cine y la televisión donde surgían los personajes que después se trasladaban a los videojuegos, así sucedió durante los primeros años de la industria del videojuego. La situación empezó a cambiar en los años ochenta cuando *Pac-Man* se convirtió en una serie de dibujos animados de televisión. Incluso se empezó a filmar la película *The Last Starfighter,* que estaba basada en un juego de *Atari,* aunque esta película no se llegó a terminar ni a hacer pública a causa, entre otros motivos, de la quiebra de la empresa en el año 1984 (Wolf y Perron, 2005).

No fue hasta los años noventa que los historias generadas en el mundo de los videojuegos revertieron la direccionalidad de la influencia hacía el cine y la televisión. En 1993, *Súper Mario Bros* se adaptó al cine con una película de alto presupuesto, y al poco tiempo otras películas como *Street Fighter* (1994), *DoubleDragon* (1994) y *Mortal Kombat: The Movie* (1995) también llegaron a la gran pantalla. Los videojuegos ya no se nutrían de las historias del cine y la televisión sino que generaban material en dirección inversa al haberse convertido en un entretenimiento masivo para la juventud. De ahí en adelante el cine y la televisión ya no volverían a mirar con condescendencia al mundo del videojuego (Wolf y Perron, 2005).

El videojuego abandonó paulatinamente el mundo amateur y se convertió en una industria emergente. A partir de los primeros años de la década de los noventa la industria del videojuego pone las bases del más potente negocio del entretenimiento de principios del siglo XXI. El abandono autodidacta de programadores empieza también en esos años, en 1993 DigiPen Applied Computer Graphics School abre en Vancouver (Canadá) con una oferta de programas en programación de juegos de ordenador y videojuegos, además de continuar la formación en animación por ordenador en *3D*. Aunque ahora parezca extraño en plena era digital, antes de que DigiPen iniciara su aventura en programación de videojuegos, este tipo de formación era desconocida en Norteamérica. Apenas unos diecinueve estudiantes se convirtieron en la primera promoción con estudios de programación en videojuegos. Al terminar, más de una treintena de ofertas de trabajo llegaron de las editoras de software más importantes del sector como Nintendo, Konami o Electronics Arts (Wolf y Perron, 2005).

Ese paso firme del mundo de los videojuegos hacía el reconocimiento social e institucional se dio en diferentes ámbitos. Cada vez más investigadores sobre los medios de comunicación y las artes entendían el potencial de este nuevo medio. En ese mismo año 1993 Alain y Frédéric Le Diberder, en su libro *Qui a peur des jeux vidéo?*, afirmaban que, después de los seis artes clásicos (Arquitectura, Danza, Escultura, Música, Pintura y Literatura) y los tres artes nuevos (el Cine, el Cómic y la Televisión), los videojuegos eran el décimo arte. Además, es interesante ver cómo fue mejorando la visión acerca de los videojuegos dentro del ámbito de la crítica cultural, por ejemplo, el mismo libro de los hermanos Le Diberder fue revisado y reeditado en 1998 pero con otro título que indica esa cambio. Pasó de llamarse *Qui a peur des jeux vidéo?* [¿Quién teme a los videojuegos?], haciendo referencia a sentimiento generalizado de rechazo sobre los videojuegos, a *L'univers des jeux vidéo* [El universo de los videojuegos] haciendo referencia al mundo de posibilidades que se estaban generando en ese nuevo medio (Le Diberder & Le Diberder, 1998).

La relación del cine con los videojuegos ha sido compleja desde sus inicios. Al principio, una especie de desprecio hacía las posibilidades del nuevo medio para contar historias. La simplicidad de los primeros videojuegos relegó al medio a presentar unas historias simples y sin complejidades narrativas. El cine era el que nutría de historias a los videojuegos, una especie de hermano mayor que deja jugar con sus juguetes al pequeño de la familia cuando ya se cansa de ellos. Las evoluciones tecnológicas fueron generando nuevas géneros y posibilidades en el mundo del videojuego, los personajes nacidos en las

consolas saltaron hacia la pantalla grande. En ese momento la percepción del cine sobre el mundo de los videojuegos cambió y empezó a especularse sobre las posibilidades del nuevo medio. Incluso la revista *Cahiers du Cinéma*, cuna de la *Nouvelle Vague* francesa, de la noción de "mise en scène" y de la "politique des auteurs", y de enorme influencia en el medio, recibió a los videojuegos con los brazos abiertos a mediados de los años noventa. El primer artículo de fondo que la revista dedicó a los videojuegos se publicó en 1996, y en él se los consideraba la "nueva frontera del cine" (Le Diberder, 1996).

Este entusiasmo de los teóricos del cine respecto a las posibilidades de aplicar nuevas formas de relación con el espectador, que el cine como medio no había logrado aún, están aún lejos de ser una realidad. El cine sigue manteniendo sus fronteras y es poco permeable por las formas de relación entre la historia-juego y el espectador-jugador, no obstante no se puede obviar el cambio desde el inicio de esta relación. Así queda expresado en la revista *Cahiers du cinéma*, en el texto *Éditorial cinéphiles et ludophiles* (Higuinen & Tesson, 2002).

> En adelante, el videojuego ya no necesitará imitar al cine para existir, porque propone hipótesis que el cine nunca ha podido formular, además de emociones de otra naturaleza. Si en el pasado los videojuegos tuvieron en cuenta el cine (sus diseñadores también ven películas), hoy nos permiten ver al cine de otra manera, cuestionar sus modos de funcionar y sus principios teóricos. Los videojuegos no son únicamente un fenómeno social, son el cruce esencial para redefinir nuestra relación con el mundo narrativo en imágenes, y contribuyen a desarrollar lo que formuló Godard ("Una película: entre el activo y el pasivo, entre el actor y el espectador") sin saber que el videojuego se apropiaría de la pregunta y respondería a esta cuestión dejando al cine sin respuesta (citado en Wolf & Perron, 2005: 9).

Ya está planteada aquí la cuestión que encabeza este capítulo: "Los videojuegos no son únicamente un fenómeno social, son el cruce esencial para redefinir nuestra relación con el mundo narrativo en imágenes…". Momento donde los videojuegos pasan de ser un fenómeno social, que puede ser estudiado o analizado desde las diferentes disciplinas que se dedican a explicar el mundo, a ser un medio que redefine nuestra relación con el mundo a partir de una nueva narrativa a partir de las imágenes. Se ponen las bases para pasar del objeto de estudio videojuego al campo de estudios sobre el mundo de los videojuegos. Lo que hace esta investigación es poner el acento en esa particular relación con la producción de discursos a través de imágenes que el videojuego genera. Así como la generación de jóvenes directores de la *Nouvelle Vague* y la generaciones de las

décadas pasadas había crecido con el cine (y aunque poco reconocido, también con la televisión) y tenían un conocimiento íntimo del medio, los niños que crecieron con los videojuegos en los años setenta empezaron a hacerse mayores en los noventa y aportaron una relación entre la imagen y el espectador (el jugador) muy diferente de la que tenía la generación anterior (Wolf y Perron, 2005).

La influencia en todas esas generaciones no podía pasar inadvertida y empezó a ser visible en múltiples publicaciones. El videojuego pasó de ser un entretenimiento para niños a ser un producto cultural de primer orden que modificó la relación de los jugadores con el mundo y del cual se podían leer muchas de las formas de subjetivación en este fin de siglo, lo que se ha llamado "Cultura Visual" o "Videoesfera". Términos que muestran la especial influencia que en la sociedad de la información y la comunicación tienen las imágenes. Estas dos definiciones hay que tomarlas con cierta cautela porque no implican que esta cultura sea únicamente visual o mediada por imágenes en movimiento, sino que acentúa la preeminencia contemporánea de las imágenes como forma de lenguaje.

Volviendo a la historia entre los videojuegos y su incorporación en la vida cultural, aparece el libro *Joystick Nation: How Videogames Ate Our Quarterns, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds* (1997) de J. C. Herz. Esta fue otra publicación que se centró específicamente en los videojuegos repasando su evolución, en él se sugiere que los videojuegos constituían un entrenamiento perfecto para la vida en los EE.UU. de fin de siglo. Reconociendo así que los videojuegos ejercían como socializadores acerca de múltiples facetas de la cultura, y que a partir de sus prácticas pueden entenderse la relación con la realidad social de los jugadores. También mostró cómo este medio ha formado las mentes de toda una generación, afirmando que si *Ciudadano Kane* se hubiera realizado en el siglo XXI, Kane habría suspirado "Mario" en vez de "Rosebud". (Wolf y Perron, 2005).

Cada momento histórico ha generado formas visuales a partir de su particular forma de construir el mundo, y a partir de ellas se puede entender su relación con él. Si la pintura del Barroco permite ver esa entrada de la emocionalidad y la pasión en la racionalidad que había imperado en el Renacimiento; si como dice Berger (2002) el éxito de la pintura al óleo representa la emergencia de una sociedad burguesa considerando esa forma plástica como una caja fuerte empotrada en la pared; si el cine ha permitido asistir en primera fila la dominación cultural norteamericana a partir de la exportación de su modelo cultural; y si la televisión ha mostrado el desarrollo de la sociedad de consumo en su sentido más profundo desde el sofá. El videojuego tiene que ser estudiado como uno de

los medios visuales más importantes de la actualidad, donde se generan muchos de los discursos normativos y de control en la actualidad.

Volviendo a este breve recorrido sobre la consideración social e institucional de los videojuegos hay que detenerse a comentar la publicación en el año 1997 de *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, donde Espen Aarseth examina el que será el campo narrativo de los videojuegos, es decir, el cibertexto. De forma resumida consistiría en todos los textos que para funcionar requieren una aportación no trivial del usuario, y de los cuales los videojuegos son sólo una parte importante pero no única. El mismo Aarseth plantea la problemática de la siguiente manera:

> El lector de cibertexto es realmente un jugador, un apostador; el cibertexto es realmente un mundo de juegos o un juego del mundo; es realmente posible explorar, perderse y descubrir caminos secretos en estos textos, no metafóricamente sino respecto a las estructuras topológicas de la maquinaria textual. No se trata de una diferencia entre los juegos y la literatura sino más bien entre los juegos y las narraciones. Afirmar que no hay ninguna diferencia entre los juegos y las narraciones es dejar de lado cualidades esenciales de ambos elementos. Y, sin embargo, como intenta demostrar este estudio, la diferencia no es nítida, y se produce un encabalgamiento importante entre los dos (pp. 4-5).

Aarseth inaugura uno de los planteamientos más importantes dentro de ese incipiente campo de estudio llamado videojuegos. Plantea las diferencias que existen entre el lector-espectador de la literatura y el cine, y el jugador que se sitúa frente al cibertexto, y por tanto, del videojuego. Aarseth también fue el fundador de la serie de conferencias sobre esos nuevos medios llamadas “Digital Arts and Culture”, y posteriormente, creador de la revista especializada en estudios sobre videojuegos *Game Studies* que se ha convertido con los años (nació en 2001) en un referente para los investigadores del medio.

Poco a poco se fueron abriendo nuevas líneas de discusión acerca de las posibilidades de investigación en videojuegos, como en 1998 cuando se publicó *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, editado por Justine Cassell y Henry Jenkins. Este libro introdujo las discusiones de género al mundo de los videojuegos para poner encima de la mesa, como afirmaban sus autores, que “demasiado a menudo el estudio de los videojuegos ha sido equivalente al estudio de los chicos que juegan con videojuegos” (p. 5). Este campo ha sido ampliamente abordado y se analizará con detenimiento más adelante, pero es importante señalar que este enfoque ha permitido ir más allá de la crítica a los contenidos narrativos de los videojuegos (héroes protagonistas y princesas

a la espera de ser rescatadas). La revisión de la misma noción de experiencia de juego basada en la competitividad o la victoria relegando otras formas de experiencia lúdica donde estas formas de subjetividad no son tan importantes. Estas nuevos enfoques han permitido repensar el género a partir de los discursos que el videojuego produce y reproduce.

Los videojuegos estaban consolidándose como campo de estudios, lo que no quería decir que tuvieran que partir de cero desde el punto de vista teórico. Un libro que empezó a explorar esas relaciones de los videojuegos con diferentes aproximaciones teóricas sobre la constitución de los juegos en la sociedad fue libro *Trigger Happy: The Inner Life of Videogames* (2000), de Steven Poole. Para el autor, la vida interior de los juegos estaba ligada a la vida interior del jugador, y se generaba una especie de respuesta estética. El intento de Poole era diferenciar los videojuegos de otros medios para dotarlos de experiencias propias y únicas, para ello el texto está repleto de referencias, no muy articuladas, a filósofos y a numerosos pensadores como Adorno, Benjamin, Platón, Huizinga, Peirce y Wittgenstein. El hecho importante es que cada vez más el texto sobre videojuegos se apartaba del periodismo descriptivo y se adentraba en reflexiones teóricas más profundas.

A principios del nuevo milenio se habían puesto las bases para un nuevo campo de estudio referido exclusivamente al mundo de los videojuegos, la riqueza y posibilidades de exploración de ese medio eran lo suficientemente grandes como para constituir una disciplina para sí. Como ya se ha comentado, en 2001 se inauguró la revista *Game Studies* dirigida por Espen Aarseth y se fueron publicando una serie de investigaciones que han permitido hacer una primera cartografía de la disciplina. Aún así, hay que ser cautos a la hora de delimitar y nombrar lo que forma parte del campo de estudio de los videojuegos porque sigue siendo una disciplina en proceso de formación.

En apenas 50 años de existencia del medio se ha pasado de la curiosidad de algunas disciplinas por observar los efectos que podía generar ese objeto de estudio llamado videojuego, hasta crecer a tal punto que hoy reclama para sí un campo de estudios propio denominado *Game Studies,* utilizando el título de la revista especializada en el medio dirigida por Espen Aarseth. Más adelante se muestra cómo han ido surgiendo las líneas de investigación que hoy vertebran la nueva disciplina y las posibilidades de seguir creciendo. De igual forma, ver hasta dónde la propuesta de esta investigación abre una nueva línea de investigación dentro de los *Game Studies*.

1.3. La entrada de los videojuegos en el mundo académico

Hasta aquí se ha visto como la percepción que se tenía del mundo de los videojuegos ha ido cambiando de forma radical a lo largo de los años. Ha pasado de ser considerado un entretenimiento infantil a todo un fenómeno cultural, social y artístico que merece ser tenido en cuenta dentro del ámbito académico. Ha pasado de ser un objeto de estudio utilizado por algunas disciplinas para explicar ciertos fenómenos sociales relacionados con las conductas violentas o la discriminación de género, a propiciar su propio campo de estudio donde se articulan sus problemáticas. Ha pasado de ser visto como una forma de expresión audiovisual simple a ser uno de los medios digitales con más posibilidades narrativas y de experiencia lúdica de la actualidad. Así, se está en el momento donde se empieza a formar una disciplina que se ocupe de explorar las posibilidades teóricas en el interior del mundo de los videojuegos. A esta disciplina la llamaremos a partir de ahora *Game Studies,* a falta de encontrar una palabra mejor para definir a esos esfuerzos teóricos centrados en el mundo de los videojuegos.

Antes de continuar es necesario aclarar que en esta investigación no se analizan con detalle todos los estudios que utilizan el videojuego en relación a la publicidad, el impacto económico, los efectos psicosociales, el aprendizaje o educación o las discusiones sobre el género. En los últimos años se han desarrollado múltiples investigaciones que utilizan al videojuego como medio para explicar su influencia en diferentes campos sociales, económicos o culturales. Aquí sólo se hace un breve repaso por algunas de estas investigaciones para confeccionar un contexto. Como bien indica Aarseth (2001) en la editorial del primer número de la revista *Game Studies*:

> No hace falta decir que los juegos también deberían estudiarse dentro de campos y departamentos existentes, como el estudio de los medios de comunicación, la sociología y la lengua inglesa –por citar sólo algunos. Pero los juegos son demasiado importantes para dejarlos a estos campos (al fin y al cabo, ¡han tenido treinta años que no han aprovechado para nada!). Como la arquitectura –que contiene historia del arte pero no puede reducirse a ésta–, el estudio de los juegos debería contener estudios de los medios de comunicación, la estética, la sociología, etcétera. Pero tendrían que existir como estructura académica independiente, porque no pueden reducirse a ninguno de los campos mencionados.

Es importante que desde la Sociología, la Psicología o las Bellas Artes se estudien los videojuegos pero es necesario que no se reduzcan a éstas. No obstante, es importante realizar esa labor de contextualización con un breve repaso por algunas de estas inves-

tigaciones que han introducido en los diferentes departamentos de las universidades los videojuegos como objeto de estudio. Si bien estos materiales podrían ser corpus de una investigación doctoral entera, aquí sólo se nombran para dar un contexto y resaltar la importancia del fenómeno como se ha estado explicando hasta ahora. Agruparemos algunos de estos estudios a partir de su vinculación con algún aspecto general.

Una vez contextualizada la aparición de los videojuegos en el mundo cultural y académico, en el siguiente capítulo se clarifican las propuestas teóricas de esta investigación. Construyendo la definición de videojuego y discurso que se utiliza como herramienta metodológica para analizar discursos. Clarificando dentro de cada concepto su operacionalidad y adecuación respecto a la investigación.

Level 2. Definiendo el campo de juego.

2.1. ¿Qué es un videojuego?

Una de las primeras tareas que deben abordar los investigadores en videojuegos es intentar acotar en qué consiste ese concepto llamado videojuego. A priori, el sentido común hace pensar en algún tipo de juego mediado por un soporte informático y que se interacciona con él a partir de alguna pantalla y control. El problema surge cuando se intenta dar una definición específica a los videojuegos como una forma de juego con características propias que no poseen el resto de juegos. Para poder determinar con mayor exactitud a qué se hace referencia cuando se habla de videojuegos hay que intentar generar una definición suficientemente precisa para diferenciarlos de cualquier otro objeto que transita y habita en el mismo mundo digital.

2.2. Juego y jugar

En las discusiones sobre lo que es o no es un videojuego se mezclan diferentes dimensiones de análisis que es necesario separar para no confundir al lector y, sobre todo, para no desviar la cuestión a la hora de aclarar cuál puede ser una definición provisional de videojuego. El primer error habitual a la hora de definir que es un videojuego es confundir un juego con jugar. Esta confusión aumenta cuando se adaptan conceptos operativos traducidos del inglés como *game* y *play*. En el primer caso, juego, hace referencia a algo pensado para ser jugado donde intervienen objetos físicos o no, pero que implica algún tipo de regla a seguir para poder participar en él con el fin de conseguir algún objetivo.

En esta definición cabe desde el *ajedrez* hasta el *pilla pilla*, tanto en un caso como en el otro son acciones u objetos que están pensados primordialmente para ser jugados. Aún así, uno puede tener un tablero de ajedrez como adorno en el comedor de su casa o en mitad de la calle tocar el hombro de alguien y decir “pillado”. En ambos casos ya no es un juego sino otra cosa desplazada a otro plano de sentido por el individuo. Los juegos están pensados para ser jugados pero su uso siempre puede ser más amplio y siempre dependerá si se quiere ser jugador o no.

Así se pasa a la otra dimensión, jugar. La diferencia fundamental con el anterior es que jugar es una forma de relacionarse con el mundo. Jugar es una actitud en relación a gente, cosas o pensamientos. Uno puede estar jugando todo el día con un lapicero dándole vueltas entre los dedos. De igual forma, uno puede estar todo el día imaginando que es un pirata y navega por los mares del sur, está jugando. Incluso puede enseñarles la lengua a las personas que se vaya encontrando por la calle por simple divertimento, jugamos. Para jugar no hace falta mucho, puede haber reglas o no, puede haber una victoria o no, eso siempre dependerá de la imaginación y las ganas que se tenga de jugar. Así se puede jugar con casi todo con el único límite de la imaginación, pero no necesariamente se estará jugando con un juego.

El problema de la definición de juego y, por extensión, de los videojuegos es que o se presta demasiada atención al objeto físico o los constructos mentales que lo articulan como las reglas; o se cae justamente en el otro extremo describiendo cómo se experimenta esa forma de jugar. Si se marca la diferencia entre juego y jugar se facilita definir cuáles son las características específicas de jugar a un tipo de juego determinado llamado videojuego. En esa definición hay que tener en cuenta que existen todos esos elementos físicos y mentales que componen el videojuego, pero que sólo tendrán sentido cuando sean jugados por usuarios de una forma determinada.

2.3. Algunos intentos por definir el juego

Esta separación operacional entre juego y jugar que se adopta en esta investigación entra en relativo conflicto con muchas de las definiciones clásicas sobre el juego, por ejemplo la que propone Huizinga (1998) en su libro *Homo Ludens: el elemento lúdico de la cultura*, uno de los estudios clásicos sobre los juegos en Ciencias Sociales.

> […] el juego es una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de "ser de otro modo" que en la vida corriente (p. 47).

Esta definición se enfoca más hacia los aspectos relacionados con jugar (acción, ocupación libre) pero introduce rápidamente elementos propios de un juego (límites temporales y espaciales). Además, se introduce un elemento que será muy importante en videojuegos, la simulación (ser de otro modo), una separación de la vida real. Tanto en la definición de Huizinga como en las posteriores se observa que en primer lugar se remarca el hecho de que el juego es una actividad libre. El juego no puede ser impuesto porque si no pierde su esencia y pasa a ser otra cosa. Esta característica de libertad del juego, nunca como imposición, no se ajusta a muchos de los contextos reales donde el juego puede aparecer. Pensemos por un momento en una escuela donde la maestra de educación física hace jugar a sus alumnos al *pilla pilla* como una actividad para mejorar su psicomotricidad. Ahora pongamos por caso a un niño o niña con cierto sobrepeso que no quiere jugar a ese juego porque sabe que va a perder todo el rato. El niño o la niña no quiere participar en el juego pero la profesora lo va a obligar porque es una actividad de la clase. No ha sido una decisión voluntaria ni libre la que ha hecho que la niña o niño acabe jugando, pero una vez inmerso en la actividad está jugando al fin y al cabo.

Hay más ejemplos de ocasiones donde no se elige participar en el juego pero que acabamos accediendo por diferentes motivos. Por ejemplo, en una empresa donde la responsable de recursos humanos ha implementado un juego donde tenemos que estirar del extremo de una cuerda con otros compañeros de trabajo. En el otro extremo de la cuerda hay otro grupo de compañeros que también estira para ver quién es capaz de llevarse la cuerda. Al empleado quizás no le apetece jugar a este juego porque no tiene excesiva fuerza, pero sabe que negarse puede generarle problemas en el trabajo. Su decisión está condicionada a posibles sanciones posteriores, así que no es libre a la hora de aceptar entrar al juego pero al final juega. En ambos ejemplo se observa como el concepto de libertad encuentra muchos obstáculos en su aplicación, lo cual no significa que en la mayoría de los casos el hecho de participar en un juego sea una decisión voluntaria y placentera.

Otra de las aportaciones más importantes a la hora de definir el juego fue planteada por Roger Caillois (1986) en su libro *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo.* Esta

obra continua la línea abierta por Huizinga aportando nuevas visiones y criticando algunas consideraciones que constreñían la definición del holandés. Seguramente la crítica más importante al estudio de Huizinga es haberse centrado exclusivamente en los juegos competitivos reglamentados, dejando fuera el hecho de que el juego puede ser otras muchas cosas.

> Huizinga descubre el juego donde antes que él no se había reconocido su presencia, pero descuida la descripción y clasificación de los juegos mismos como si respondiesen todos a las mismas necesidades y como si tradujesen indiferentemente la misma actitud psicológica… Su obra no es un estudio de los juegos sino una investigación sobre la fecundidad del espíritu de juego en el dominio de la cultura y más precisamente del espíritu que preside en una cierta especie de juegos: los juegos de competición reglamentada (p. 32).

Caillois también propone una definición acerca del juego que comparte algunos puntos con su antecesor e incorpora nuevas perspectivas. Según su definición el juego como actividad tiene las siguientes características: es libre, separado, incierto, improductivo, reglamentado y ficticio. Estas serían sus características formales pero no definirían los contenidos de los juegos en particular. Libre porque ningún jugador puede ser obligado a participar sino el juego perdería su diversión y carácter alegre. Separado porque está circunscrito a unos límites de espacio y tiempo fijados a priori. Incierto porque su desarrollo y resultado no pueden saberse previamente. Improductivo porque no genera bienes ni riquezas, lo único que puede ocurrir es un cambio de bienes dentro del grupo de jugadores como ocurre en las partidas de póker. Reglado porque está sometido a unas reglas que funcionan de forma paralela con las de la vida real y que, en ese momento, prevalecen sobre las primeras. Y por último, ficticio porque el juego se genera en una especie de realidad paralela o simulación que entra en contraste con la vida cotidiana.

Aunque la aportación más original de Caillois es introducir una clasificación acerca de la actitud del jugador, es decir, un desplazamiento del juego al jugar. Las diferentes modalidades o formas de jugar que nombra el autor son la competición (*agôn)*, suerte o azar (*alea)*, simulación o imitación (*mimicry)* y el vértigo *(ilinx)*. Además de estas modalidades añade otros dos polos casi antagónicos denominados *paidia* y *ludus* que marcan el tipo de juego. *Paidia* sería la actitud de improvisación e imaginación que dominan el juego. Por el otro lado, el *ludus* sería la actitud contrapuesta que se rige a partir del cumplimiento de las normas y una organización más estructurada del juego.

Estas dificultades a la hora de definir qué es un juego son parte de la herencia que se encuentra cuando se intenta acotar una definición sobre el videojuego. Como comenta Frasca (2009) “Al fin y al cabo, el videojuego es simplemente una continuación del juego tradicional y hay que situar sus cuatro décadas de existencia dentro de los milenios de tradición lúdica” (p. 39). De esta forma no se puede pretender alcanzar una definición sobre los videojuegos sin entender que estos están dentro de la misma discusión acerca de lo lúdico.

Para una revisión del concepto de juego en estos dos autores se puede consultar el texto de Morillas (1990) donde analiza las discusiones sobre los ya citados Huizinga (1998) y Caillois (1986). También hay que destacar las obras de Jacques Ehrmann (1969) con *L´Homme en jeu,* donde se hacen unas certeras críticas sobre la visión de cultura progresiva y lineal que presentan estas definiciones de juegos. Otra interesante aportación viene de parte de Jean Duvignaud (1980) en *Le jeu du jeu*, interesándose por el concepto de jugar más que en el análisis formal del juego. También hay que destacar el análisis de Jacques Henriot en *Le jeu* (1983) y *Sous couleur de jouer. La Métaphore ludique* (1989) donde se tienen en cuenta las tres dimensiones del juego que aquí hemos adoptado, *el juego*, *el jugador* y *el estar jugando* como elementos a analizar en cualquier expresión lúdica.

2.4. Acotando los límites del videojuego

Por lo que respecta a la parte del juego, es decir, el objeto diseñado para ser jugado. Se pueden delimitar algunas características que hacen de los videojuegos un objeto singular. La primera característica sería su soporte informático. No se puede hablar de videojuego sino existe algún tipo de base informática que lo sustente y lo haga posible. Esa base informática genera algún algoritmo que se traduce en una acción en el juego. Sin informática no hay videojuegos. En segundo lugar, tiene que existir la posibilidad de intervenir en el juego a partir de un dispositivo físico. No solo tenemos un soporte informático sino que podemos interactuar con él a partir de algún tipo de dispositivo. Estos pueden ser muy variados, un teclado, un mouse, un joystick, un *gamepad* o directamente la superficie de una pantalla táctil. Si no intervenimos en ese algoritmo no se está jugando a videojuegos. La tercera característica general sería el resultado de las dos anteriores, la visualización del algoritmo con el cual se ha interactuado. Habitualmente el resultado de esa interacción se da a conocer a partir de alguna secuencia de imágenes. La interface gráfica es la que permite que interactuemos con la base informática de forma compren-

sible. Las imágenes es el lenguaje más importante en los videojuegos, aunque no el único. En el videojuego se combinan las imágenes, los sonidos y los mensajes escritos en un discurso unificado y coherente. No obstante, no se puede ignorar la potencia de las imágenes como vehículo privilegiado en este nuevo medio audiovisual. Estos elementos parecen estar mínimamente consensuados a la hora de definir qué es un videojuego, aunque sea a grandes rasgos.

> En lo esencial, el videojuego es un juego electrónico que cuenta como parte sustancial de su desarrollo con un dispositivo audiovisual, y donde generalmente un dispositivo físico de interfaz (teclado, *mouse*, *gamepad*) transfiere las acciones del jugador a la pantalla y las transforma o "traduce" en algún aspecto (p. ej., la tecla "w" del teclado correlacionada con "caminar hacia delante") (Pérez, 2010: 32).

El problema que se presenta con esta definición es de carácter estructural y responde a la generalización de los dispositivos informáticos. Hasta que no se ha generalizado el uso de dispositivos informáticos como las computadoras, las videoconsolas y teléfonos móviles, no ha existido la necesidad de plantearse hasta que punto todo los juegos que utilizan esas plataformas son videojuegos. Este problema ya es planteado por Aarseth (2003) al cuestionar la validez del mismo concepto de videojuego como el más adecuado a la hora de nombrar a todos los dispositivos lúdicos que pueden jugarse a partir de estos medios.

> "¿Podremos incluir versiones digitalizadas de los juegos tradicionales de tablero? ¿Qué sucede con el ajedrez jugado por correo electrónico? Los rivales programados para juegos tradicionales (ajedrez artificial o checkers players como los llaman) diluyen el concepto aún más. Podríamos identificar un género de "juegos intrínsecamente de ordenador" que nos permitiese excluir los juegos digitales de carácter "trivial" o "no interesante", tales como la versión de *Quiere ser usted millonario* en CD-ROM. Tal vez será lo más conveniente abandonar el término "juego de ordenador", y tratar de encontrar un nombre que se adapte mejor al fenómeno que nos interesa" (p. 2).

La cuestión que plantea el autor en esta reflexión versa sobre si se puede generar una herramienta de análisis, un concepto, una definición que pueda dar cabida a todas las diferencias que existen entre estos diferentes juegos. Esta diferenciación operativa pone de relieve la disyuntiva de apostar por dos definiciones de videojuegos, una fuerte y otra débil. La primera excluiría a todos estos juegos "clásicos" o adaptados a los nuevos medios digitales para poderse jugar con estos dispositivos informáticos y sólo englobaría a

los que son intrínsecamente pensados para el medio. La definición débil asumiría a todo tipo de juegos que se puedan utilizar con estos dispositivos independientemente de su concepción.

Esa definición fuerte englobaría a esos juegos que Aarseth (2003) denomina “juegos en entornos virtuales” (p. 5). Con esta nueva definición el autor intenta abarcar los diferentes géneros que se encuentran en la dispersa etiqueta de videojuegos y, de paso, eliminar los que considera juegos triviales como los juegos de cartas o los puzles. Este intento por diferenciar a los distintos tipos de juegos que pueden utilizarse con estos dispositivos genera problemas, más si se piensa que muchos de los primeros videojuegos como *OXO* (1952) serían descartados a partir de esta definición. Aún así, el hecho de querer diferenciar entre los diferentes tipos de juegos que se agrupan en la categoría videojuegos es un síntoma de madurez de la disciplina. Se hace necesario diferenciar esos juegos que cuentan con una exploración configurativa del mundo virtual que presentan y los que sólo permiten una exploración prefigurada de la experiencia de juego.

Para poder delimitar esta nueva definición Aarseth establece tres dimensiones para definir el juego, *gameplay*, *game-structure* y *game-world*. La primera dimensión refiere a la experiencia de juego (*gameplay*), en esta quedarían reflejadas las acciones de los jugadores. Aquí aparecen los motivos que han llevado a jugar de determinada manera y las diferentes estrategias que el jugador genera para desenvolverse en ese mundo virtual. Esta dimensión es importante porque en esa experiencia de juego deben representarse las acciones de los jugadores, tienen que observarse las diferencias de las acciones y las diferentes estrategias. La segunda dimensión de análisis refiere a la estructura del juego (*game-structure*), donde se reflejan principalmente las reglas que rigen el universo del juego. Según Aarseth esta es una dimensión esencial porque las reglas articulan lo que es una simulación explorativa de una configurativa, un juego. Esas reglas otorgan al juego credibilidad (Juul, 2005) y permiten que el jugador pueda entender, desenvolverse y progresar en el juego. A partir de la *game-structure*, de las reglas, podemos diferenciar lo que es un juego de una simulación explorativa. Por último, la tercera dimensión abarca el mundo del juego (*game-world*) a partir de los elementos que surgen en el juego. Aquí aparecen las imágenes, sonidos, mensajes, movimientos, estos son los niveles que configuran los elementos del juego. Esos elementos tienen que representar un determinado mundo espacial que poder explorar, aunque estos tienen que estar definidos por diferentes parámetros. Los jugadores deben poder controlar la exploración que el juego les representa espacialmente.

El autor propone la utilización de alguna o varias de estas dimensiones a la hora de analizar videojuegos. Lo que ocurre es que está presentando más una forma de abordar analíticamente el videojuego que una definición formal. Este hecho refleja la dificultad a la hora de poder definir este tipo de productos culturales. Además presenta más una necesidad metodológica que un interés en clasificar formalmente lo que es y lo que no es un videojuego. Aún así, este esfuerzo metodológico permite marcar la línea entre la definición fuerte y débil de los videojuegos que se propone en esta investigación. Esa línea está marcada a partir de la posibilidad de una exploración configurativa, en caso contrario habría que situarse delante de la definición débil en videojuegos. En el primer caso se construye parte del juego a partir de nuestras decisiones, se configura la experiencia que se va a tener. En la segunda, se limita a elegir opciones configuradas de antemano para seguir adelante en el juego.

Este no ha sido el único intento de generar una definición sobre videojuego, Wolf y Perron (2005) intentan sintetizar cuales son los elementos que aparecen en las diferentes definiciones. Después de analizar las diferentes discusiones sobre los posibles elementos que componen esas definiciones, acaban señalando que los fundamentales son los gráficos, la interfaz, la actividad del jugador y el algoritmo. Según los autores estos elementos son los que caracterizan a los videojuegos, los que permiten hablar de una especificidad propia. De estos elementos el más fácil de definir son los gráficos ya “que se refieren a algún tipo de visualización cambiante y cambiable en una pantalla que produce algún tipo de imagen basada en píxeles” (p. 15). Como ya se advertía lo visual es un elemento esencial para poder hablar de videojuegos, además el jugador siempre tiene la posibilidad de modificar esa visualidad con sus intervenciones.

El segundo elemento es la interfaz, aunque muchas veces se confundan con los gráficos no son la misma cosa. Como comentan los autores “una interfaz puede o no contener gráficos, y no todos los gráficos representan una interfaz” (p. 16). La interfaz es aquello que hace posible el juego a través de diferentes elementos que ponen en contacto al jugador con el juego. Elementos como la pantalla, los altavoces, el teclado, el mouse o el gamepad son interfaces que permiten entrar en contacto con el juego. Además de estos elementos físicos relacionados con el hardware encontramos otros dentro del mismo juego como el cursor, las barras de energía, menús de entrada, salida y configuración del juego. Todos estos elementos permiten la interacción entre el jugador y el juego, el punto de encuentro de entrada y salida de información. En esta interacción es donde aparece el siguiente elemento, la actividad del jugador.

El tercer elemento sería la actividad del jugador, que tendría dos características fundamentales: es una actividad ergódica y extranoemática (Aarseth, 1997). Estos términos hacen referencia a que la actividad del jugador no es trivial (ergódica) y que no solamente se trata de una actividad mental sino que se plasma en el espacio físico (extranoemática). La actividad del jugador se realiza a partir de la interface, así que también se puede dividir en dos ámbitos más. La acción de interaccionar con la interface genera una actividad diegética y una extradiegética. La actividad diegética es la que se produce dentro del videojuego cuando interaccionamos con él a partir de la interface, por ejemplo el movimiento de un personaje. La actividad extradiegética es la actividad física del jugador para conseguir esos movimientos del personaje en el videojuego, por ejemplo presionar un botón. Ambas actividades están estrechamente relacionadas pero no son lo mismo, a veces un mismo movimiento del personaje (actividad diegética) puede conseguirse a partir de diferentes acciones físicas (actividad extradiegética). Por ejemplo, cambiar de marcha en un simulador de coches puede hacerse simplemente accionando el botón del acelerador si se tiene configurado el cambio automático. En cambio, si está activada la opción de cambio de marchas manual hay que apretar otro botón a parte del acelerador cada vez que pongamos una nueva marcha.

En último lugar aparece el algoritmo, el programa que realiza todas acciones posibles del videojuego. El algoritmo permite realizar el conjunto de procedimientos que controlan el videojuego, sus gráficos, los sonidos, los movimientos, las transiciones, lo que vemos en la pantalla que hemos propiciado desde fuera. Como dicen Wolf y Perron “el algoritmo es el responsable de la representación, las respuestas, las reglas y la aleatoriedad que componen un juego” (p. 16). El algoritmo es el que genera la condición de posibilidad de representación a todas las acciones diegéticas y extradiegéticas, a la vez articula el funcionamiento de las reglas que dan credibilidad al juego.

Los mismos autores relacionan estos elementos con los aparecidos en otras definiciones del medio como la Janet Murray (1997) en *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, donde también detecta cuatro propiedades de los entornos digitales

> Los entornos digitales son procedimentales, participativos, espaciales y enciclopédicos. Las dos primeras propiedades cubren la mayor parte de lo que queremos decir con la palabra interactivo, que se utiliza de forma vaga; las otras dos propiedades contribuyen a que las creaciones digitales parezcan tan explorables y extensas como el mundo real, de forma que cubren una parte importante de lo que queremos decir cuando afirmamos que el ciberespacio es inmersivo (p. 71).

Esta definición concuerda bastante con la que presenta Lev Manovich (2001) en *The Language of New Media*, sobre todo se puede identificar cierta similitud entre lo que Murray llama procedimental y Manovich algoritmo. También se encuentran ciertas similitudes entre los aspectos espaciales (Murray, 1997) y el espacio navegable y las bases de datos (Manovich, 2001). En las dos perspectivas aparece implícita una necesidad de gráficos aunque ninguno de los dos lo comente directamente.

Es necesario remarcar que todas estas definiciones y aproximaciones se centran casi exclusivamente en los elementos formales del juego, aunque siempre se tiene en cuenta la experiencia y actividad del jugador. Se ha pensado mucho más en el juego que en el jugador a la hora de definir las especificidades del nuevo medio. Aún así se encuentran algunos esfuerzos para caracterizar a los jugadores de videojuegos, es decir, propuestas para definir la experiencia propia de este medio y no utilizar las que provienen de otros juegos. Si los videojuegos son un juego con características propias, sus jugadores deben tener también con sus particulares formas de acción. Seguramente uno de los mejores análisis respecto a esta dimensión se encuentra en las investigaciones de Bartle (1996) donde ofrece una tipología específica de los jugadores de videojuegos. Lo que hace el autor es diferenciar cuatro tipos diferentes de jugadores y definir las interacciones que se producen entre ellos, de esta forma se puede empezar a construir el ambiente social del juego. Los cuatro tipos de jugadores que distingue Bartle son los sociales, los agresivos, los triunfadores y los exploradores. Los jugadores sociables (*socializers*) son los que disfrutan con la compañía de otros jugadores, lo que les divierte es jugar en compañía de otros jugadores. Los jugadores agresivos (*killers*) son los que disfrutan acosando y explotando a otros jugadores, una especie de abusones del videojuego. Los jugadores triunfadores (*achievers*) son los que encuentran la diversión en ganar y acumular triunfos, la victoria es el objetivo principal de su experiencia de juego. Por último, los jugadores exploradores (*explorers*) que se dedican a descubrir los secretos del juego y todos los mecanismos ocultos, inclusive los mismos errores de programación.

2.5. Definiciones operativas de videojuegos

Existen diferentes intentos de definir lo que es un videojuego, pero en vez de llegar a un consenso la discusión cada vez se complejiza más. Esas definiciones tienen que ver cada vez más con matices correspondientes al enfoque que se le quiere dar, y se ven sobrepasados por el continuo cambio dentro de la misma producción de videojuegos. Lo que parecía ser una definición satisfactoria para *OXO* (1958) o *PONG* (1972) ya no lo es

para *World of Warcraft* (2004). Esta dificultad a la hora de definir las características del videojuego refleja la complejidad que este nuevo medio ha alcanzado. A la vez, existe la dificultad de poder fusionar una definición que englobe las características del juego con las propias del hecho de jugar. Esta situación propicia y genera la necesidad de utilizar definiciones operativas a partir del enfoque que cada investigación quiera dar. Esto no significa que esas definiciones no compartan ciertos puntos de anclaje o elementos comunes, pero será de mayor utilidad para el investigador acomodar una definición operativa de lo que significa el videojuego en el contexto de su análisis.

Así, las definiciones habitualmente aparecen a partir de la metodología que se quiere emplear para estudiar el videojuego. Es a partir de esa forma de abordar el fenómeno cómo se va articulando la definición operativa de lo que es un videojuego. Una de las primeras metodologías propuestas intrínsecamente para analizar videojuegos la propuso Lars Konzack (2002) y consistía en detectar siete dimensiones distintas del juego

> […] siete capas distintas en el juego de ordenador: hardware, código de programa, funcionalidad, jugabilidad, significado, referencialidad y sociocultura. Cada una de estas capas debe analizarse individualmente, pero un análisis entero de cualquier juego de ordenador debe realizarse desde cualquier ángulo. De ese modo analizamos las perspectivas técnicas, estéticas y socioculturales (p. 89).

Con esta metodología Konzack analiza el videojuego *Soul Calibur* (1999), desgranando minuciosamente cada uno de los detalles que componen estas siete capas. Como comenta Aarseth (2007), las aportaciones más importantes de esta metodología son, en primer lugar, el estudio profundo de un videojuego determinado hasta sus más mínimos detalles. En segundo lugar, es un modelo general, es descriptivo y se centra en las diferentes capas a analizar. Y en tercer lugar, presenta el carácter polifacético y complejo de los videojuegos. Aún así, Aarseth (2007) critica este método por darle la misma importancia a las siete capas a analizar. Para el autor la adopción de esta metodología desde un punto de vista más flexible y adaptable al marco que el investigador quiera estudiar es mucho más adecuada.

> El método de Konzack debe de resultar mucho más útil como marco abierto, en el que el analista pueda elegir entre 2 y 4 de las siete capas para trabajar, e ignorar el resto. Además, las capas no deberían contemplarse aisladas, sino probablemente analizar unidas para obtener los mejores resultados (p. 6).

Bajo esta recomendación se actúa en esta investigación, dándole más importancia al proceso discursivo por el cual esos elementos que configuran las posibles definiciones del videojuego se presentan como prácticas que configuran la subjetividad del jugador. Esos elementos van a servir, en diferentes grados de intensidad, para generar discursos que el videojuego presentará en diferentes momentos y formas. Así, el hecho de que no se hable de código del programa o algoritmo no significará que no se contemple su existencia y participación en el discurso. Al igual que al analizar un texto escrito no hay que remitirse a la escritura en su grado mínimo (fonemas y morfemas), en el videojuego entendido como discurso tampoco se atiende al código del programa aunque estará presente en el análisis.

2.6. ¿Qué es un discurso?

Al igual que se ha definido cuáles son los límites acerca de las concepciones del juego, jugar y el videojuego, se debe realizar ahora la misma operación sobre el concepto de discurso. Cuando se analizan las diferentes conceptualizaciones sobre los juegos y jugar, y más concretamente al acotar una definición de videojuego, emergía la dificultad de generar una explicación que englobara a todas las dimensiones que abren los videojuegos. Para superar este obstáculo se opta por generar una serie de definiciones operativas que dependen del enfoque del investigador en videojuegos. En esta investigación el videojuego es un texto donde se producen discursos, así que se debe clarificar de la misma manera que es ese concepto.

La concepción de discurso que se utiliza en esta investigación está estrechamente influencia por la obra de Michael Foucault a partir de su compresión del discurso y la práctica discursiva como estructura y práctica social. Este desarrollo en el pensamiento de Foucault está expresado especialmente en su obra *La arqueología del saber* (2010), aunque ya anteriormente en *Las palabras y las cosas* (2001) se encuentra esa aproximación discursiva como propuesta epistemológica. La concepción foucaultina de que los discursos estructuran y constituyen las reglas que conforman los objetos que rodean a los individuos, permite analizar los videojuegos a partir de la esa misma perspectiva y desentrañar esos discursos de los que son portadores y generadores. Más adelante se definirá concretamente la concepción foucaultina del discurso.

De forma más concreta, se asume la recepción que de esta mirada foucaultina se ha hecho en la Psicología Social para abordar el análisis del discurso en videojuegos. Esta

recepción también ha resultado variada y con diferentes niveles de adaptación como se ve en las propias discusiones sobre las diferentes versiones de la denominada psicología discursiva (Íñiguez, 2003). Aquí se asume la manera de acercarse al discurso que proponen los textos de Ian Parker en su particular enfoque del análisis del discurso como forma de psicología crítica (Parker, 1999). En especial a partir de su obra *Discourse dynamics: Critical analysis for social and individual psychology* (1992) y otras obras posteriores que se detallan con más exactitud a continuación. La concepción de Parker (1996a) sobre el discurso permite ver a los videojuegos "como un sistema de textos que el investigador puede 'leer' sistemáticamente para examinar los procesos psicológicos subyacentes" (p. 79). Los videojuegos se constituirán como textos que pueden ser leídos e interpretados para descubrir los discursos de los cuales son portadores y que a la vez ayudan a producir la realidad social.

2.7. La noción de discurso en Michel Foucault

La noción de discurso en Michel Foucault ha influencia de manera decisiva a gran parte de la investigación cualitativa en Ciencias Sociales (Diaz-Bone, Bührmann, Gutiérrez Rodríguez, Schneider, Kendall, & Tirado, 2007), en especial lo que se ha denominado como campo del análisis del discurso. Su influencia y repercusión ha impregnado gran parte de las aproximaciones que se han realizado en los últimos años sobre. De todas formas, hay que mencionar que las múltiples líneas que engloban este campo han hecho suyas diferentes formas de análisis a partir de las nociones foucaultinas. Así, aparecen diferencias fundamentales desde el punto de vista teórico y metodológico dependiendo de la disciplina o el enfoque particular.

Foucault rompe con toda una tradición estructuralista francesa que consideraba esas estructuras lingüísticas como la base de la mente (Levi-Strauss, 1995) a partir de una interpretación semiótica y de la lingüística estructural. Estos enfoques puramente lingüísticos dominaban en el contexto histórico donde Foucault irrumpe con esa interpretación sobre la noción de discurso. Dentro de esos estudios los esfuerzos se centraron en la interacción verbal, dando pie a los estudios sobre el análisis conversacional. Estos basaban su interés en la generación de discursos en la interacción, y como se verá más adelante tuvieron una gran influencia en la denominada psicología discursiva (Potter & Wetherell, 1987). En este contexto Foucault genera una nueva mirada sobre las prácticas discursivas.

Michel Foucault va confeccionando su concepción de discurso y práctica discursiva en diferente obras, en especial en *La arqueología del saber* (2010). Aunque ya en *Las palabras y las cosas* (2001) había esbozado un enfoque de propuesta epistemológica que dará sentido práctico a las nociones de discurso y práctica discursiva que se desarrollará durante su obra. Para un análisis en profundidad de esta noción se puede recurrir al texto de Dreyfuss y Rabinow (1983) *Más allá de la hermenéutica y el estructuralismo*, donde los autores intentan diferenciar el enfoque foucaultiano respecto del tradicional en la historia y las nociones de discurso clásicas.

El discurso para Foucault es más una práctica social que un sistema de signos que representan con mayor o menos grado de fidelidad la realidad. Por este motivo se habla de prácticas discursivas, para poner el acento en el habla como constructor de objetos, no sólo como forma de nombrarlas en un acto representacional. Esas prácticas discursivas generan un entramado regulativo que configura en cada momento histórico objetos, reglas y comunidades. Esas prácticas son las que hacen posible que se hable de esos elementos de forma concreta en cada momento histórico. Esa práctica social que es el discurso configura aquello que es posible nombrar y lo que no. Los discurso se convierten en prácticas sociales que crean los objetos de los cuales hablan y nombran (Foucault, 2001).

El análisis del discurso que Foucault presenta funciona en cuatro pasos diferentes: el primero cuestiona el objeto discursivamente producido; el segundo analiza la lógica interna que permite la construcción de estos objetos; el tercero busca a los sujetos que generan y se benefician de esta construcción discursiva; y por último, busca cuáles son los objetivos que llevan implícitos estas prácticas discursivas. Todo este entramado discursivo debe ser entendido dentro de un proceso socio-histórico donde aparecen esas prácticas organizando sistemas normativos o campos de saber determinados, entrelazándose a partir de ese discurso constitutivo y generador de objetos.

La noción de discurso en Foucault lleva irremediablemente a pensar en la producción de realidad, producciones discursivas que generan enunciados y su relación con los objetos, formas particulares de pensar y hacer sobre los objetos. Estas prácticas discursivas funcionan representando la realidad social, la percepción sobre ella y la concepción sobre los objetos y sujetos que la integran. Estas representaciones de la realidad social muestran cómo se establecen discursos hegemónicos sobre el mundo, las luchas para imponer discursos que presentan la realidad de determinada manera, que generan grupos, enfer-

medades u objetos. Ver como esas prácticas discursivas se convierten en hegemónicas a partir de su capacidad de hacer hablar a los objetos con un lenguaje que configura al individuo, no de ocultarlos o silenciarlos sino de generar un discurso exhaustivo sobre ellos hasta establecer esa interpretación dominante de la realidad social.

El mismo Foucault (2002) lo dice así lección inaugural en el Collège de France pronunciada el 2 de diciembre de 1970

> […] yo supongo que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad (p. 12).

La producción discursiva se enmarca en la lucha por fabricar cierta representación de lo real que controle a quienes no se ajustan a ella. Las cosas no estarán ahí para ser representadas, nombradas con la máxima exactitud posible sino que controlarán y producirán discursivamente para mantener, consolidar y reproducir ciertos discursos sobre la realidad social.

En *Las palabras y las cosas* (2001) Foucault ya advierte de la especial relación entre lo visual y la palabra. Habla de cierto movimiento del discurso que va a separar definitivamente a la dos y que es de vital importancia en esta investigación debido a que se trabaja básicamente con textos visuales,

> Desaparece, pues, esta capa uniforme en la que se entrecruzaban indefinidamente lo *visto* y lo *leído*, lo visible y lo enunciable. Las cosas y las palabras van a separarse. El ojo será destinado a ver y sólo a ver; la oreja sólo a oír. El discurso tendrá desde luego como tarea el decir lo que es, pero no será más que lo que dice (p. 50).

El discurso se va a transformar en una máquina que produce y reproduce lo que nombra, ya no tendrá como misión representarlo fielmente sino presentarlo a partir de determinas visiones de la realidad social. Las imágenes van a pertenecer a ese orden del discurso que genera a los objetos nombrándolos de forma particular. Las imágenes van a hablar en otro orden pero no por ello van a dejar de hablar, de nombrar, de generar una determinada forma de realidad social.

2.8. El análisis del discurso como forma de psicología crítica

Como ya se comentaba anteriormente, en esta investigación se ha optado por la visión del análisis del discurso aportada por Ian Parker (1992) ya que se presenta como el camino más fértil a la hora de poder analizar el mundo de los videojuegos entendido como discurso. Esta particular mirada hay que contextualizarla dentro la corriente más amplia denominada psicología crítica (Parker, 1999) que tiene como objetivos una deconstrucción de la psicología como disciplina (Parker, 1989) y de crítica al complejo psicológico como entramado discursivo contemporáneo (Parker, 1992). La visión de Parker sobre el discurso se acerca de manera más estrecha a la concepción foucaultina de prácticas discursivas entendidas como acción social históricamente situada e inmersa en una contexto material.

Parker se separa sustancialmente de los postulados más post-estructuralistas respecto a la línea discursiva en psicología. Estos autores habían centrado su interés por la variabilidad, la construcción y la función del lenguaje como elementos centrales de su visión del discurso. Estas líneas de investigación marcarán la denominada psicología discursiva defendida por Potter y Wetherell (1996). La asunción de Parker (1992) del término discurso, aún y no aceptando la interpretación más post-estructuralista del término donde se presta atención básicamente al habla, viene dada por la posibilidad de enfatizar la asunción de que el sistema de significados es relativamente estable, permitiendo detectar las subjetividades que organizan. Otra de las ventajas que destaca Parker de la influencia foucaultiana en su perspectiva de análisis del discurso es no establecer asunciones acerca de lo que el escritor o el hablante quisieron decir. La intencionalidad del autor del discurso va a quedar en un segundo término para dejar paso a las prácticas discursivas que construyen objetos a los que se quiere nombrar.

De esta manera, el discurso que se analiza ya no será lo que se produce en la interacción verbal o las formas de habla particulares como estudia la psicología discursiva a partir de la influencia del post-estructuralismo sino que serán los textos. Esos textos son entendidos como “tejidos delimitados de significación reproducidos en cualquier forma” (Parker, 1992: 6). Estos son desde un envoltorio de dentífrico hasta un juego electrónico, de una canción a un anuncio publicitario. Los textos emergen de los objetos a los que nombran porque los producen y a la vez son producidos por ellos. El investigador es el encargado de confeccionar esos textos con los cuáles se analizan los discursos de los cuáles son portadores y generadores.

Para enfrentarse a esta manera de analizar discursos Parker (1996) propone una serie de pasos que deben tenerse en cuenta cuando se realiza el análisis. Estos pasos no pretender ser una metodología exhaustiva sino más bien ciertas advertencias sobre los matices que deben cuidarse cuando se trabaja con textos desde esta perspectiva. Esta ordenación secuencial por pasos no responde necesariamente a la que después se realiza en el análisis pero ayuda a entender su objetivo.

Estos pasos empiezan en el momento de enfrentarnos por primera vez a los textos, (1) *debemos poner el texto en lenguaje escrito*. En este caso hay que poner en lenguaje escrito las imágenes, sonidos, enunciados y elementos que componen un videojuego. Esta tarea entraña una dificultad añadida ya que se trabaja casi exclusivamente con textos visuales, y estos a su vez son portadores de una multiplicidad de interpretaciones de la cual la imagen es portadora. En este caso en especial, y en todos en general hay que (2) *asociarse libre y grupalmente con el texto*. Cuando el texto que se escribe puede contener una pluralidad de significados es recomendable compartir con otras miradas para poder extraer el máximo de matices posibles. En el caso de los videojuegos no sólo aparecen los elementos que parecen obvios sino que también emergen otros que se generan a partir de la experiencia lúdica del jugador. El hecho de que *los Pókemos* recojan más o menos monedas y objetos puede pasar desapercibido pero no es un hecho sin importancia.

La monedas y objetos que los *Pókemon* recogen indica el siguiente paso a realizar, (3) *detallar sistemáticamente los objetos que aparecen en el texto*. A la hora de nombrar a los objetos que aparecen en el texto se debe hacer a partir del significado que tienen en el juego. Hay que preguntarse dónde aparecen y qué significado tienen en ese texto. También se tiene que prestar atención a los estilos de habla con los cuáles son utilizados. Las monedas y objetos en *Pókemon* no sólo son un objeto que sirve para intercambiar sino un elixir de vida. Estos estilos deben entenderse y (4) *aludir a estas formas de habla como objetos de estudio o discursos*. Detectar las diferentes formas de habla sirve para identificar estos discursos como objetos. El estilo de habla simple e infantil en *Pokémon* no esconde su complejidad organizativa.

Una vez nombrados los objetos que el discurso muestra se debe (5) *detallar sistemáticamente los sujetos (los grupos de personas) que aparecen en el texto*. En *Pókemon* emerge un sujeto doble que se repetirá en el mundo del videojuego, el jugador. Jugador dentro y fuera, diegética y extradiegéticamente. Una vez detectados los sujetos presen-

tes y ausentes que aparecen en el texto se debe (6) *reconstruir, como un dispositivo para explorar el derecho en el seno de estos discursos, lo que cada persona tiene que decir dentro del marco de reglas propuesto por el texto*. En el caso de *Pókemon* tiene poco que decir y mucho que hacer, es un discurso casi mudo pero saturado de acción.

Una vez delimitados objetos y sujetos que el texto presenta se puede empezar a suscitar una red de relaciones, y desde ahí (7) *identificar las distintas versiones de los mundos sociales que coexisten en el texto*. En el reconocimiento de estos mundos sociales se identifican diferentes formas de habla. En *Pókemon* el mundo se se presenta como una saturación de tareas, búsquedas y retos. Una vez identificados estas visiones se debe (8) *identificar las reglas culturales implícitas que articulan los mundos que aparecen en el texto*. Hay que recordar que son los discursos los que definen de lo que hablan y no sus autores. En *Pókemon* se debe competir, golpear y avanzar sin importar mucho todo lo demás, el fin justifica los medios.

Uno de los objetivos es identificar las distintas voces que aparecen en el texto, y más concretamente (9) *la identificación de los contrastes entre las distintas formas de habla*. En *Pókemon* la gestión, la competitividad y la victoria son su forma de habla. Esto acerca al siguiente paso, (10) *la identificación de las ocasiones donde estas formas de habla se solapan.* A veces en *Pókemon* hay que avanzar sacrificando compañeros de viaje, aunque sea para poderlos salvar a todos. Estos contrastes entre diferentes formas de habla permiten empezar a ver cuáles son los discursos que se enfrentan en el texto.

En este momento del análisis ya se pueden empezar mirar otros textos (11) *para evaluar la manera en cómo éste habla y se dirige a distintas audiencias*. No hay que confundir este paso con analizar otros videojuegos sino patrones de significado como el código PEGI[1] donde se avala la adecuación pedagógica de los contenidos para diferentes edades. Y posteriormente ya se puede (12) *elegir la terminología adecuada para nombrar los discursos y de este modo organizar la lectura del texto*. En Pókemon emergen cinco grandes discursos que dan sentido y producen partes de la subjetividad de la realidad social.

Hasta este punto los pasos que recomienda Parker sirven para desgranar el texto, descomponerlo. Así se pueden detectar objetos, sujetos, formas de habla y discursos que entran en conflicto. Aún así pudiera parecer que todo esto no es más que la interpretación del investigador sobre diferentes elementos que se encuentran en los textos. En parte

1. El código PEGI es una clasificación que se utiliza para alertar a los consumidores, sobre todo padres, del contenido de los videojuegos.

es así, ya que los discursos son tanto producciones propias como objetos que existen independientemente del investigador. En el juego de detectar esos objetos y ser capaces de recrearlos en su papel dentro de los discursos se situará la habilidad del analista. El mismo Parker (1996) comenta la situación del analista y la suposición,

> La historia que definen y sustenta a los discursos como fenómenos 'objetivos' es también la historia que nos da lugar como seres 'subjetivos'. Una ventaja es que el análisis del discurso hace públicas sus fuentes interpretativas en la lectura. Nuestra subjetividad como producto histórico y forma contingente es, por consiguiente, un instrumento de investigación de máxima valía para la decodificación del lenguaje (p. 89).

El investigador no se sitúa fuera del discurso intentando señalarlo desde un punto de vista neutral o alejado sino que el hecho de que sea partícipe de esos discursos, configurando la propia subjetividad, permite hablar de ellos y cuestionarlos. A continuación Parker propone una serie de pasos que se encargarán de problematizar o de discutir sobre esos elementos. Esta diferenciación no significa que no sean analíticos como los anteriores, pero sí que los sitúa en un lugar más contextual e histórico del proceso.

Esta parte donde se abre la discusión se debe (13) *estudiar el dónde y el cuándo de la aparición de estos discursos*. Hay que pensar como es a finales de los ochenta y en medio de la revolución digital donde los videojuegos se hacen un lugar en la industria del entretenimiento. También hay que tener en cuenta cuando se sitúan estos discursos (14) *la descripción de la forma en que operan 'naturalizando' aquello a lo que se refieren o, en otras palabras, cómo 'definen los objetos acerca de los que hablan' de forma tal que no tendría sentido el cuestionar su existencia*. El hecho de plantear las tareas a realizar en el videojuego como una competencia donde sólo puede quedar uno ha naturalizado el discurso del juego como victoria o derrota.

Situar históricamente los discursos y detectar la naturalización de los mismos, ayudando así en la tarea de situarlos en la vida de las instituciones, las relaciones de poder que se generan entre éstas y la transmisión ideológica que opera en la circulación de los discursos. Así hay que preguntar sobre (15) *cuál es el rol de los discursos en la reproducción de las instituciones*. Teniendo en cuenta esa visión foucaultina que Parker (1996) comenta así, "Las instituciones, además de estructurar la vida social, restringen lo que se puede decir, quién lo dice, y la forma en que la gente puede concebir su libre albedrío y subjetividad*"* (p. 89). A la vez hay (16) *que explorar los discursos que subvierten esas in-*

stituciones. Las multinacionales del entretenimiento han encontrado en el videojuego un discurso que funciona como adiestramiento de la vida contemporánea y la neutralización lúdica de los conflictos. No obstante, desde el mismo mundo de los videojuegos surgen discursos que subvierten esas líneas enfrentando al usuario a dilemas éticos y otras formas de pensar.

En esta tarea de situar los discursos en relación a las instituciones que los producen, apoyan o atacan se pueden situar algunos pasos más para la discusión. Así hay que prestar atención a (17) *aquellos que se benefician de estos discursos y los que los sufren*. No sólo desde el punto de vista del lucro económico como sería el caso de la industria del videojuego sino toda esa maquinaria de adiestramiento en los aparatos, pantallas y dispositivos tecnológicos que atraviesan a los individuos en la actualidad como forma de socialización digital. A la vez, hay que ver (18) *quienes apoyan y desacreditan estas formas de hablar*. Desde los que abogan por introducir esos objetos llamados videojuegos en la educación formal hasta los que advierten de las implicaciones en la subjetividad que esto va a provocar.

Como indica Parker (1996) “El análisis del discurso se interesa por las distintas formas en que el significado se reproduce y transforma en el texto” (p. 90). En este escenario de relaciones de poder entre instituciones, a partir de las prácticas discursivas que son capaces de generar y consolidar ciertas visiones de la realidad social, hay que prestar atención al papel que juega la ideología a partir de (19) *mostrar cómo se vinculan a otros discursos deseosos de poder*. Hay que pensar en toda la transformación en los ámbitos educativos que abogan por un conocimiento basado en el entretenimiento y en el *multitasking* y que ven en los videojuegos el vehículo perfecto para su consolidación. Además, hay que prestar atención a (20) *cómo reproducen o retan concepciones dominantes, así como lo pueden cambiar y sus posibilidades en un futuro*. El discurso que el videojuego produce y reproduce es el que permite generar esas competencias que el mundo interconectado y digital obliga a desarrollar a sus habitantes para sobrevivir.

Desde esta perspectiva, el discurso se objetiva a sí mismo y a aquello a lo que se refiera. Contiene sujetos que aparecen como elementos objetivos que a su vez están determinados por el contexto discursivo. Estos despliegan un sistema coherente de significados que muestran una visión de la realidad social naturalizada e indiscutible, a la vez que se refieren a otros discursos en los que se apoyan o se contradicen. Esos discursos mantienen necesariamente una relación constituyente y constitutiva con ellos mismos, están

históricamente situados y refuerzan o atacan ciertas instituciones. Esos discursos reproducen relaciones de poder y tienen efectos ideológicos a partir de los cuáles se justifica la opresión, la dominación y naturalización delante de los discursos sometidos y silenciados (Pavón, 2011).

2.9. Límites y críticas sobre esta propuesta de análisis del discurso

Esta interpretación del análisis del discurso ha levantado algunas objeciones desde las corrientes dominantes de la psicología discursiva, en especial en el contexto académico en Gran Bretaña. Como el mismo Parker comenta (1996) esta críticas se han centrado en señalar que el análisis del discurso como aquí se ha presentado genera una tendencia reificante. A la vez, el modo de análisis presupone lo que pretende desvelar en el discurso y la utilización del sentido común para construir las categorías que aparecen como descubiertas en el análisis (Potter, Wetherell, Gill & Edwards, 1990).

A estas críticas hay que sumarles las que más tarde realizarán parte de estos mismos autores (Antaki, Billing, Edwards & Potter, 2003) sobre la crítica a seis atajos analíticos en la realización de análisis del discurso en psicología social. Aunque no de forma directa, aunque en la introducción del artículo se comenta que no se quiere seguir discutiendo sobre esta perspectiva, se pueden observar de nuevo ciertas críticas a lo que ellos consideran que no es un verdadero análisis del discurso. Estos seis atajos consisten en el pseudo-análisis a través de resúmenes (p. 21), basado en la toma de posiciones (p. 23), por exceso de aislamiento de citas (p. 24), por análisis circular de discursos y constructos mentales (p. 25), por falsa generalización (p. 29) y por localización de elementos (p. 29).

Como se puede observar muchos de estos supuestos pseudo-análisis hacen referencia a la visión del análisis del discurso que defiende Parker, sobre todo cuando se hace referencia al pseudo-análisis circular de discursos y constructos mentales y por falsa generalización. No obstante, la visión acerca de que los discursos están escondidos y hay que descubrirlos no es lo que Foucault indica con su propuesta, más bien al contrario. Los discursos se producen en el mismo proceso de análisis no develando lo oculto sino haciendo hablar a lo que se dice sobre los objetos y los sujetos. Además de estas críticas hay que añadir a los de la psicología más experimental (Abrams & Hogg, 1990) que no consideran que se cumpla con ninguna metodología mínimamente rigurosa desde el punto de vista del programa científico de la psicología *mainstream*.

De la misma manera, desde esta perspectiva del análisis del discurso se han hecho diferentes críticas a la denominada psicología discursiva respecto de su método y sus propuestas epistemológicas. En el texto *Against discoursive imperialism, empiricism and constructionism: thirty-two problems with discourse analysis* (1993), Erica Burman e Ian Parker presentan treinta y dos problemas asociados al análisis del discurso a partir de los límites que emergen de esta práctica investigadora. Dentro de estas críticas pueden agruparse en algunos temas principales como la evitación del aspecto performativo del lenguaje y su capacidad para reproducir y transformar relaciones sociales. El problema del idealismo que presenta al lenguaje sin atender a la materialidad del poder y el carácter exclusivamente psicológico del análisis, a la vez de su poca atención en el conocimiento del contexto cultural. La exclusión de la resistencia por una imagen del poder como algo ubicuo e intangible y la tentación empirista de reificar el discurso y reducir su análisis a una tecnología sin valores. La crítica al relativismo y a una orientación política comprometida junto con la normalización académica de este método. Por último, el deslizamiento de la reflexividad al solipsismo y a la auto-referencialidad.

Básicamente Burman y Parker (1993) detectan cuatro grandes vicios del análisis del discurso: el empirismo que desemboca en el discurso reificado; el relativismo y la pretensión de generar un análisis imparcial; la normalización de un método que conlleva el academicismo; el idealismo de la mano de un psicologismo que hace abstracción del contexto material, económico, político, social, cultural e histórico donde los discursos llevan implícitos. Así, mientras el análisis del discurso que se propone desde la psicología crítica se va a interesar por el contexto económico, social, cultural y político de los discursos, la psicología discursiva va a centrarse en el texto como abstracción del mundo analizado. El texto se va a convertir para la psicología discursiva en algo comparable al laboratorio de la psicología experimental. En la psicología crítica el análisis del discurso es visto como una forma de ubicarse en un contexto concreto donde el investigador se incluye. No hay búsqueda de la imparcialidad científica sino declaración de la posición del investigador delante de esos discursos, su transmisión y resistencia.

La elección de la metodología del análisis del discurso propuesta por Parker es la que permite moverse con más agilidad en un texto tan complejo como el videojuego. La flexibilidad que permite a la hora de abordar metodológicamente al texto ayuda a desenvolverse en un contexto tan complicado como el videojuego. ¿Cómo convertir un videojuego entero a texto? No sólo no es posible debido a la naturaleza configurativa de la interacción con el jugador, sino porque no tendría sentido en sí.

La búsqueda de las prácticas discursivas en el videojuego se convierte en un entrar y salir del texto. En todo momento hay que tener presente que están conectados con otros discursos externos al texto. ¿Cómo analizar esos discursos atendiendo exclusivamente al lenguaje? Las imágenes no pueden convertirse en texto sin perder matices, al igual que las reglas o las mecánicas de juego. En definitiva, la propuesta de Parker abre un abanico de posibilidades flexibles de investigación. El análisis del discurso se entiende como una herramienta dentro de esa caja llamada psicología crítica.

Una vez clarificados teóricamente los principales conceptos que aborda esta investigación, es necesario establecer su relación con los elementos visuales. El siguiente capítulo aborda la relación entre Ciencias Sociales e imagen visual. Se presentan las diferentes formas de acercarse a la imagen visual desde la investigación social. La reflexión sobre lo visual ha sido problemática y, por tanto, es necesario clarificar las relaciones entre videojuegos, discurso e imagen visual.

Level 3. Imágenes e investigación social.

3.1. El miedo a las imágenes en Sociología

La utilización de la imagen, o más concretamente, la consideración de lo visual como material susceptible de ser corpus de investigación en Ciencias Sociales siempre ha generado muchos problemas. La relación del pensamiento occidental respecto de la mirada en sí es extraordinariamente conflictiva, concretamente en las modernas Ciencias Sociales se aprecia un gran temor a pensar lo visual y sus formas de expresión como objetos de estudio.

Los encargados de marcar las líneas de las disciplinas consideraron que la imagen alejaba de la pretensión de objetividad científica a los investigadores y los relacionaba con el género periodístico y literario. Delante de la pregunta acerca de las posibilidades reveladoras o encubridoras de la imagen, los dictaminadores de tendencias en las Ciencias Sociales adoptaron la misma postura que los padres de la religión cristiana respecto de las imágenes.

> *Prescribimos que las imágenes engañosas expuestas a la mirada y que corrompen la inteligencia y excitan los placeres vergonzosos – ya se trate de cuadros o de cosa pare*

> *cida – no se representen en modo alguno, y que alguien las hiciera, sea excomulgado* (Besançon, 2003, p. 156).

De la misma forma, los investigadores que en su momento se interesaron por la imagen tuvieron que esconder esa inclinación por miedo a ser excomulgados de la disciplina, o como diría Pierre Bourdieu (Barboza, 2006) por "esa censura del pudor científico". Ese pudor impidió que muchos de los trabajos realizados durante el siglo XX en diferentes disciplinas pudieran expresar de forma abierta que las imágenes eran parte de su objeto de investigación. Aún es más, incluso muchas de estas investigaciones estaban centradas en un campo de estudio que en la actualidad es denominado cultura visual. Quizás el ejemplo más claro es el inacabado proyecto de los pasajes de París de Walter Benjamin, ampliamente comentado por Susan Buck-Morss (1995) en su *Dialéctica de la mirada*.

Aun así, el sentir académico general se movía en otros parámetros como advertía Bourdieu (citado en Barboza, 2006) cuando hablaba de su experiencia con el pudor científico que le había llevado a él mismo a esconder las fotografías que realizó durante sus investigaciones sobre "economía de la miseria" y "realidades disonantes" en su estancia en Argelia. Ya mucho antes, a principio de siglo XX, las instituciones académicas se encargaron de dejar bien claro lo que podía ser considerado materia de conocimiento científico y lo que no. Como comenta Barboza:

> Estos elementos visuales y literarios ligan a la sociología al género periodístico, al campo artístico o a la literatura. (…) De esta forma se fueron dejando de lado todo aquel material, documento y método que no aportase un conocimiento cuantificable. (…) en el American Journal of Sociology desaparecen a partir del año 1916 los estudios ilustrados que se venían publicando desde 1896. A partir de 1916 las gráficas de datos estadísticos van desplazando a las imágenes (p. 392).

La Sociología en particular y las Ciencias Sociales en general intentan desligarse de la literatura y la imagen en sus escritos porque las aleja de la aspiración científica, aséptica, la cual anhelaban en aquella época. Ya en 1916 las imágenes van a ser substituidas por gráficas y cuadros de datos, las imágenes son demasiados polisémicas y maleables como para poderse manejar como datos cuantificables y verificables. Aunque no todas las disciplinas que contemplan las Ciencias Sociales han tenido el mismo pudor científico sobre las imágenes como se verá a continuación. No va a ser hasta la segunda mitad del siglo XX cuando la sociología, de la mano del movimiento post-estructuralista francés y su interés por la semiótica, recupere las imágenes como parte fundamentas de sus inves-

tigaciones. El cuestionamiento del enfoque positivista y las metodologías cuantitativas van a permitir nuevos enfoques y posibilidades para la Sociología.

3.2. La mirada del antropólogo

La antropología siempre ha basado su capacidad de análisis en la mirada del investigador, continuando así esa tradición helénica de privilegiar la vista como sentido primordial a la hora de conocer el mundo. Así, la antropología siempre tuvo un interés declarado por la imagen y su utilización como herramienta de investigación. Desde sus inicios la cámara se utilizó para registrar esas "realidades" exóticas, primitivas y extrañas. Las filmaciones fueron utilizadas desde los inicios del cine por antropólogos como Félix-Louis Regnault para el estudio intercultural de los movimientos corporales recogido en *Les attitudes du répos dans les races humaines* (1896) o las filmaciones posteriores de Franz Boas.

Un salto cualitativo serán los estudios de Margaret Mead y George Bateson reflejados en películas como *Childhood rivalry in Bali and New Guinea* (1940-1951) y en obras escritas como *Balinese Character: A Photographic Analisys* (1942). El estudio de las filmaciones como datos de una cultura también será un tema desarrollado por Margaret Mead y Rohoda Metraux en *The Study of Culture at Distance* (1953) y por Ruth Benedict, que basó parte de su libro *El crisantemo y la espada* (1946) en el análisis de documentos fílmicos realizados en Japón (De Brigard, 1975). En estos estudios lo visual se convierte en un campo de estudio propio de la Antropología que más adelante se denominará antropología visual (Ardèvol, 1998) y se preocupará del estudio de la mirada. Así, es constatable que la Antropología siempre ha tenido relación directa con las imágenes como objeto de estudio. Aunque no será hasta la segunda mitad del siglo XX cuando empiece a cuestionarse epistemológicamente su utilización.

3.3. Entre la mirada psicológica y la escucha psicoanalítica

Por lo que respecta a la Psicología se puede observar que las imágenes y el estudio de lo visual han estado relacionados con la concepción del estímulo-respuesta desde sus inicios en el laboratorio de psicología experimental en Leipzig. De la mano de los estudios de Wilhelm Wundt en la revista *Philosophische Studien* (1883-1903) se puede analizar que, durante un periodo de 21 años, más de la mitad de los estudios publicados estaban relacionados con los conceptos de sensación y percepción. Estos estudios versaban sobre la visión a color y el contraste, sobre la memoria de imágenes y sobre las ilusiones

visuales. Más tarde, con la aparición del psicoanálisis de la mano de Sigmund Freud, se gestó un giro perceptivo de la vista al oído. La escucha y, por tanto, el oído se colocaban en primer lugar a la hora de analizar ese nuevo campo de saber llamado inconsciente. Al respecto comenta Lyotard (citado en Jay, 2007) sobre ese cambio hacia un giro de la mirada a la escucha del psicoanálisis:

> Era necesario esperar que fuese un judío porque tenía que tratarse de alguien para quien la reconciliación religiosa ("sublimación") estuviese prohibida, para quien el arte, la propia re-presentación, fuera incapaz de llenar la función griega de la verdad; era necesario esperar, porque era necesario que ese alguien perteneciera a un pueblo que había renunciado al deseo de ver, hasta el punto querer hacer antes de querer escuchar (porque en la escucha todavía queda demasiado para ver) […] Y era necesario que ese judío fuese un ateo para que la renuncia al deseo de ver se transmutara en un deseo de saber […] pero sólo en el discurso, de espaldas, sin mirar, sin tan siquiera el tercer ojo, únicamente con el tercer oído (p. 257).

Tenía que ser un judío ateo el que pasara el interés del psicoanálisis de la mirada a la escucha, tenía que ser alguien de la tradición hebrea quien renunciara al privilegio de la vista y antepusiera el de la palabra, la escucha. Posteriormente, Lacan haría irrupción en el psicoanálisis con sus consideraciones acerca de la mirada de nuevo, a partir de la *teoría del espejo* (1966) y sus escritos sobre la óptica para darle un nuevo giro a la utilización de la visión en la teoría psicoanalítica. Incluso aparecen interpretaciones híbridas desde el mundo de la historia del arte a partir de la recepción de estos conceptos, como por ejemplo en las proyecciones subconscientes nombradas por Gombrich (1993) o el impulso no intencionado nombrado por Rosalind Krauss (1997). Aún así, la Psicología *mainstream* sigue relegando a las imágenes y lo visual a estímulos (conductismo) o información (cognitivismo) para hablar de los procesos psicológicos individuales.

3.4. La aparición de los Estudios Visuales

Las concepciones de la mirada y lo visual siempre han tenido como base la idea de una subjetividad fuerte y una objetividad del mundo exterior, dejando fuera la idea que vertebra la complejidad de la mirada como algo que se construye viendo. En cierta manera, es la misma forma en cómo se construye la realidad discursiva desde la perspectiva foucaultiana. Se construyen los objetos a partir de nombrarlos, así como se construyen imágenes a través de mirar. Esa es la clave para entender esa corriente denominada *cultura visual*, ese momento de escisión entre la idea de ver y la de mirar, ese momento tan

natural y objetivo (y subjetivo a la vez) en el que ver se convierte en eso tan relativo que es mirar. Mitchell (2003) así lo narra:

> *Todos estamos familiarizados con este momento crucial, en el que revelamos a nuestros colegas y estudiantes que la visión y las imágenes visuales, las cosas que (para los principiantes) resultan aparentemente automáticas, transparentes y naturales, constituyen construcciones simbólicas, en la misma medida en que lo supone un velo ideológico entre el mundo real y nosotros* (p. 26).

La concepción de cultura visual nace de la idea de construccionismo en Ciencias Sociales, ese es su eje. La cultura visual es esa construcción imaginaria a partir de imágenes que permiten comprender el mundo en su particular contexto histórico. El mundo ya no está ahí para ser visto por los ojos de forma objetiva sino que la mirada se va ha construir a partir de un complejo proceso donde lo que se ve pasa a tener sentido dentro de unos discursos determinados que permiten entender lo visto y darle sentido.

Este es el nuevo campo que se abre con los *Estudios Visuales*, ese campo donde diferentes disciplinas abordan el estudio de lo visual en sus diferentes enfoques y perspectivas entendiendo que lo que se ve está más allá de la capacidad biológica para ver y más acá de la capacidad subjetiva de entender el mundo como algo externo. Como dice el Moxey (2003),

> Percibir que las disciplinas no están congeladas en el tiempo –que no hay nada fundacional en las diferentes metodológicas que las distinguen- permite que aquellos que estudien la cultura visual crucen las fronteras entre disciplinas con resultados creativos y productivos. Si no hay nada sagrado en el modo en que un tema ha sido estudiado en el pasado, no hay nada que impida que pueda ser visto desde otra perspectiva en el futuro (p. 48)

Los *Estudios Visuales* (Brea, 2005) han hecho posible una reflexión fresca y necesaria acerca de la cultura contemporánea, una forma cultural que ha privilegiado lo visual por encima de otras formas de comunicación y lenguajes. El mundo contemporáneo es un mundo de imágenes, de bombardeo constante de imágenes diseminadas en las múltiples pantallas que rodean a los individuos (Debray, 1994). La era de la información y la comunicación en tiempo real pone en circulación la mayor cantidad de objetos visuales que las sociedades humanas han conocido.

A veces, de forma precipitada, se ha afirmado que la cultura es meramente visual, siendo este el único lenguaje en circulación. Delante de esta afirmación es necesario hacer varias matizaciones. En la sociedad lo visual se convierte en un lenguaje más potente gracias a las posibilidades de profusión tecnológica, pero esto no significa que haya un cambio radical o ruptura con la concepción de la imagen en siglos pasados. Aún es más, que hoy lo visual tenga esta preeminencia tiene su origen y fundamentos unos dos mil años antes cuando los griegos privilegiaron la vista como el sentido más adecuado para conocer la realidad y acceder a la verdad. Ese camino fue seguido por la civilización cristiana, al contrario por ejemplo que la cultura hebrea que priorizó el oído y por tanto la palabra, hasta la actualidad. No se puede entender la cultura visual actual sin ese camino.

Se vive en una cultura visual, lo que no implica que el único lenguaje sea el de las imágenes. No obstante, se debe atender esa forma de comunicación y creación de discursos. Dentro de esta nueva inquietud, de este nueva epistemología política de la visualidad (Brea, 2005) donde tiene interés ese nuevo fenómeno cultural llamado videojuegos. Un fenómeno básicamente visual pero que no pude entenderse únicamente así, la cultura visual es híbrida y como tal debe entenderse el videojuego.

3.5. La revolución digital y la emergencia de los videojuegos

El cine impactó a principios del siglo XX porque ponía a las imágenes en movimiento, introducía la dimensión del tiempo. Más adelante lo sonoro generó esa experiencia audiovisual que fascinó a generaciones durante décadas. A mitad del siglo XX la sociedad de consumo encontró en la televisión su particular ventana abierta al mundo, el canal de acceso directo a la privacidad del hogar. El medio audiovisual ha sido el narrador de la historia del siglo XX al igual que las pinturas fueron el medio de evangelizar durante centurias a las masas analfabetas en la palabra del señor. A partir de los años setenta del siglo pasado la revolución informática generó nuevos medios y transformó los ya existentes.

El final del siglo XX e inicio del XXI son el tiempo de la emergencia de internet, la imagen digital y los videojuegos. La industria de los videojuegos se ha convertido en la primera opción de ocio audiovisual e interactivo en todo el planeta. Su influencia económica, cultural, social e incluso política, no pueden ser sólo objeto de estereotipos vagos o de prejuicios por parte de los investigadores culturales. En este contexto aparecen los *Game Studies*, campo interdisciplinar donde se aborda el fenómeno del videojuego desde múlti-

ples perspectivas teóricas, pero donde se intenta abordar los videojuegos como un campo propio de investigación (Aarseth, 2001).

Como todo campo de estudio nuevo, desde un punto de vista académico, los videojuegos se encuentran en proceso de definición. Ese momento crucial donde se marcará para las próximas décadas cómo y por qué se estudia uno u otro concepto, perspectiva, mecánica o aspecto del videojuego. Hasta ahora los *Game Studies* se han centrado en diferentes aspectos como la narratología (Aarseth, 1997), la ludología (Frasca, 2003), el género (Cassell & Jenkins, 1998), la identidad (Harigan & Wardrip-Fruin, 2007) o el cuerpo (Grodal, 2009), por nombrar sólo algunas de las líneas de investigación más importantes. La propuesta de esta investigación doctoral es aportar una nueva línea de estudio dentro de ese campo de investigación llamado videojuegos, esa aportación entendería a los videojuegos como un medio donde se construyen discursos que van más allá de la experiencia lúdica.

Si se puede afirmar que a partir de la pintura, el cine o la televisión se ha transformado la mirada sobre la sociedad durante siglos, hay que preguntarse ahora ¿cómo está cambiando la forma de mirar el mundo la particular forma visual que aportan los videojuegos? Obviamente los videojuegos son un modo visual híbrido que adopta códigos de otros medios audiovisuales como la televisión y el cine, pero a la vez ha generado un discurso propio que es necesario analizar y pensar para entender la cultura. Incluso el proceso se revierte, los otros medios audiovisuales adoptan el particular lenguaje de los videojuegos.

Para ello es necesario empezar a leer esas imágenes, empezar a pensar en esa mirada. Pensar en los discursos que los videojuegos construyen ayuda a entender cómo se ha configurando la realidad social y comprender la particular forma de mirar el mundo. Para abordar este análisis es necesario utilizar las múltiples herramientas conceptuales y de análisis que desde los estudios sobre el discurso y la psicología social crítica se han generado, pero sobretodo, entender que lo que vemos no es ni tan obvio ni natural como se creía.

Así, una vez repasadas las diferentes aproximaciones que desde las Ciencias Sociales se han hecho a la investigación con imágenes es necesario acercarse a otras perspectivas. Eso es lo que se realiza a partir del siguiente capítulo, donde se analizan las diferentes aproximaciones que desde enfoques teóricos distintos se ha hecho al mundo de los videojuegos. La dimensión que se analiza en el siguiente capítulo es la económica.

Level 4. La perspectiva económica acerca del videojuego.

4.1. Dimensión económica

Es necesario empezar este repaso por las diferentes dimensiones acerca del fenómeno del videojuego analizando alguna de sus variables económicas para observar su influencia. En este punto se nombran algunas investigaciones que ilustran el interés por la notoriedad que esta industria ha alcanzado en la actualidad. Aunque no hay mucha información respecto al análisis de los datos de ventas y volumen de negocio del mundo de los videojuegos, se puede tener acceso a datos de las distribuidoras de software y las estimaciones de consultoras. A nivel mundial existen tres grandes zonas que agrupan las ventas de la industria mundial del videojuego, estas son Estados Unidos de Norteamérica, Japón y Europa. Tanto en el caso de EE.UU. como Japón no se refieren a los países exclusivamente, ya que habitualmente dentro de los datos de uno y otro se incluyen mercados más pequeños como por ejemplo Canadá en EE.UU. y Korea del Sur en Japón. En el caso europeo se agrupan los datos de la mayoría de países europeos pero no todos. Así que los datos siempre son estimaciones parciales y no datos exhaustivos, pero servirán para generar una imagen sobre el volumen de negocio global que mueve esa industria.

4.1.1. Los datos del negocio global

En la siguiente tabla se pueden observar las ventas del sector desde el año 2003 hasta el 2009 dentro de las tres zonas nombradas con anterioridad. En los últimos siete años el volumen de negocio se ha se ha triplicado prácticamente, pasando de los 20.538 millones de dólares a los 52.466. Estos datos dan una idea del rápido crecimiento del sector en la última década, convirtiéndose en un negocio muy lucrativo que ha llegado a desbancar al cine y la música como primera opción en el consumo de entretenimiento audiovisual en muchos países.

Tabla 1. Volumen de negocio del mundo del videojuego en el mundo en millones de dólares

Región	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EE.UU.	7.557	8.198	8.438	10.158	12.762	14.080	15.067
Asía/Japón	8.978	10.086	11.108	14.053	17.974	20.657	23.087
Europa	4.003	5.980	6.756	8.656	11.161	13.026	14.312
Total	20.538	24.264	26.302	32.867	41.897	47.763	52.466

Datos consultados en (Raposo, 2008).

4.1.2. Formas de negocio

Algunos autores, como Raposo (2008), hacen una pequeña radiografía desde el punto de vista económico y empresarial del sector del videojuego, revisando la denomina cadena de valor de la industria del videojuego. Esta cadena constaría de un primer eslabón donde se encontrarían los *desarrolladores de software y de consolas*. En un segundo eslabón se encontrarían los *publicadores*, que sería los encargados de la organización del desarrollo del juego, el marketing, su financiamiento, la política de precios y la relación con los distribuidores y minoristas. En el tercer nivel estarían la distribución y la relación con los minoristas, es decir, el canal de distribución del producto. Y por último, encontraríamos a los consumidores, que establecerían el eslabón final de la cadena.

Otros autores defienden que el modelo de distribución clásico en la industria del videojuego está a punto de entrar en crisis por las nuevas formas de distribución del software de entretenimiento. Legerén (2009) plantea que las empresas de software tienen que buscar nuevas formas de negocio si quieren abrirse paso en la generación actual de videojugadores que las nuevas plataformas han generado. La autora plantea que ya no es posible seguir con el mismo modelo de negocio tradicional de la industria, teniendo que buscar nuevas formas para poder sobrevivir en un mercado mucho más grande y competitivo. Para la autora esos nuevos modelos de negocio deben basarse en los videojuegos por internet, las consolas on-line, la distribución digital a partir de *streaming* y descargas, y los juegos para teléfonos móviles.

4.1.3. Las cifras de la industria en España

Retornando a las cifras de ventas de la industria del videojuego, se utilizan las cifras españolas registradas por la Asociación Española de Editores y Distribuidores de Software de Entretenimiento (a partir de ahora *ADESE*) para ilustrar cómo la industria del videojuego se ha convertido en la primera opción en el ocio audiovisual e interactivo. Los datos no son iguales en todos los países pero estos deben utilizarse a modo de ejemplo para generar un contexto que justifique la importancia como fenómeno económico que el mundo de los videojuegos genera.

La fecha que marca el punto de inflexión a favor de los videojuegos como primera opción dentro del ocio audiovisual e interactivo dentro del mercado español es el año 2002. Hasta ese momento la industria del cine y la música se situaban por encima del consumo de

videojuegos, siendo la industria de la música la que más facturaba con 685,1 millones de euros en el año 2001. A partir de ese año 2002 las ventas de videojuegos y consolas se dispararon desde los 580 millones de euros hasta los 1.432 millones en 2008. Por el contrario, la facturación de la industria musical se ha visto perjudicada de forma muy notable por la piratería y el cambio de hábitos de los consumidores, pasando de ser la primera industria del ocio audiovisual en volumen de negocio hasta 2001 con 685,1 millones de euros hasta caer a los 212 en 2008, un 69% menos. Un dato revela la importancia de la industria del videojuego en la actualidad, sumando la facturación de todas las otras industrias del ocio audiovisual (música, taquilla de cine y venta de películas) suman 1.074 millones de euros en facturación el año 2008, mientras que la industria del videojuego generó 1.432 millones de euros ese mismo año de forma individual.

Tabla 1.2 Facturación industria del ocio audiovisual e interactivo España

Año	1999	2000	2001	2002	2003
Facturación videojuegos (en millones de euros)	422,5	472,3	580	710	sin datos
Facturación música (en millones de euros)	678,9	678,9	685,1	576,2	sin datos
Facturación taquilla de cine (en millones de euros)	495,9	536,3	616,4	625,9	639,5
Facturación películas de video (en millones de euros)	348,1	413,5	503,2	533,8	sin datos
Total facturación consumo audiovisual e interactivo (en millones de euros)	1.945,40	2.101	2.385	2.446	sin datos

*Tabla de elaboración propia a partir de los datos (aDeSe: 2003, 2004).

Año	2004	2005	2006	2007	2008
Facturación videojuegos (en millones de euros)	790	863	967	1.454	1.432
Facturación música (en millones de euros)	463	480	372	284	212
Facturación taquilla de cine (en millones de euros)	691	627	636	644	619
Facturación películas de video (en millones de euros)	570	470	442	362	245
Total facturación consumo audiovisual e interactivo (en millones de euros)	2514	2440	2.417	2.744	2.508

*Tabla de elaboración propia a partir de los datos (aDeSe: 2005, 2006, 2007, 2008a, 2009) y (FECE: 2009).

Además, se puede constatar que no sólo la industria del videojuego se ha impuesto como primera opción en el consumo de ocio audiovisual e interactivo en España sino que la tendencia sigue fortaleciéndolo en tiempos de crisis en comparación al resto de industrias. La caída de ventas en la industria del videojuego ha sido del 1,5% respecto al año 2007 cuando representa más del 60% de la cuota de mercado, mientras que las otras industrias caen de forma más fuerte. El caso más extremo lo encontramos en la venta de películas en DVD, que ha caído un 32% debido seguramente al cambio de sistema de reproducción para películas a Blue-ray[2] y la facilidad para piratearlas. El resto de industrias caen de forma pronunciada, un 11% la música y un 4% la recaudación de la taquilla de cine.

2. Durante algunos años ha existido una lucha de sistemas entre el Blue-ray de Sony y el HD-DVD de Toshiba, y por tanto una indefinición a la hora de adquirir un sistema de reproductor u otro. Al final se ha impuesto el reproductor Blue-ray entre otras cosas porque la consola PlayStation 3 de Sony lo incorpora.

Para cerrar este pequeño apunte sobre la dimensión económica, hay que señalar que la industria del videojuego está en plena expansión debido a diferentes aspectos. En primer lugar, la industria del videojuego clásica (jugado en consolas domésticas o portátiles y PC's) sigue en expansión captando nuevos públicos como se ha visto con la aparición de la consola *Nintendo Wii*. La industria está fijando su mirada en los jugadores casual (Frasca, 2009b), estos que juegan menos horas y de forma menos disciplinada pero que son un grupo mucho más numeroso. Este interés de la industria por los jugadores *casual* no había ocurrido anteriormente debido a que el público de la industria de los videojuegos estaba formado por los denominados jugadores *hardcore,* esos que dedican gran parte de su tiempo libre para jugar a sus sagas de videojuegos preferidas. Esto ha generado un gran público potencial donde la industria seguirá extendiéndose los próximos años. En segundo lugar, junto con este nuevo público potencial aparecen los nuevos formatos donde poder jugar. Si la industria clásica se basaba en las consolas y los PC's, en la actualidad hay múltiples formatos que permiten jugar como los teléfonos móviles, tablet's, etc. Además, ya se están abriendo los primeros portales en internet para poder descargar juegos directamente sin necesidad de tener el soporte de una consola física. Juegos on-line con descarga o *streaming* cambian la tradicional industria del videojuego diversificándola para nuevos públicos (Pérez, J; García de Diego, A. & Parra, D., 2009). Hay que pensar que las vidas, cada vez más, están mediadas por algún formato de pantalla y esa es la condición básica para poder jugar a algún tipo de videojuego. Y en tercer lugar, relacionado con los anteriores, los videojuegos dejan de ser un producto para niños y jóvenes para pasar a ser un entretenimiento familiar. Este proceso está influenciado por las generaciones de padres que ya han crecido con ese ocio y no lo ven como una amenaza, proceso que sí ocurría con sus propios padres. A parte, ellos mismos no renuncian a jugar aunque ya no sean unos niños.

4.1.4. Dimensión publicitaria o comunicacional

Parece necesario separar la dimensión publicitaria de la económica por entender que, en este caso, no se hace referencia a lo económico sino a lo comunicacional. Obviamente hay relaciones claras entre ambas dimensiones, incluso se presentaran datos económicos respecto a la publicidad que bien podrían haberse colocado en la sección anterior sin problemas de comprensión ni coherencia. Aún así, la parte comunicacional tiene un perfil diferente y encierra en sí misma una serie de conceptos que, para entenderse mejor, es necesario separar temporalmente de lo meramente económico. Para enlazar ambas

secciones se empieza presentando algunos datos sobre inversión publicitaria para conectar las dos partes antes de cambiar a la parte comunicacional.

A continuación se trata el punto de vista publicitario desde dos perspectivas diferentes. Por un lado, la presencia de los videojuegos en el mundo publicitario. Y por el otro, como las empresas han descubierto en el videojuego un medio para comunicar y vender sus productos a partir de lo que se conoce como *Advergames*. Más adelante se explica con detenimiento lo que es un *advergame*, que es a su vez un tipo de videojuego dentro de los denominados *Serious Games*. Hay que empezar por la inversión publicitaria del mundo de los videojuegos en los últimos años.

4.1.5. Inversión publicitaria y videojuegos

Los canales tradicionales de publicidad han sido en las últimas décadas la televisión y la radio, pero con la irrupción de las tecnologías digitales parece que su dominio ha terminado. La inversión en publicidad ha ido disminuyendo en los canales clásicos como la televisión y la radio, trasladándose paulatinamente hacia los nuevos medios digitales como internet. A modo de ejemplo, se prevé que para el año 2010 la inversión en internet sea superior a la de la radio[3] alcanzando la cifra de 61 billones de dólares, llegando al 9,5% de la inversión total en publicidad. Los videojuegos son una parte importante dentro de los nuevos canales de publicidad, según un estudio realizado por consultora Nielsen[4], la inversión publicitaria vinculada a los videojuegos en Estados Unidos durante el año 2009 superó los 823 millones de dólares.

En el caso específico español el aumento del gasto publicitario de la industria del videojuego ha sido vertiginoso. En el año 2002 la inversión en publicidad de la industria del videojuego en España era de 39 millones de euros, en 2008 la cifra se sitúa en 237 millones de euros, es decir, ha crecido por encima del 600% en estos 6 años. Es a partir del año 2006, donde el desembolso en publicidad llegó a los 95 millones de euros, cuando las cifras de gasto en publicidad se dispararon en paralelo con el incremento de la cuota de mercado de la industria del videojuego en España. El aumento en inversión publicitaria llega al 34% en el año 2007 y al 40% en 2008, siendo todavía este concepto susceptible de seguir creciendo en los siguientes años en los diferentes medios de comunicación,

3. Datos consultados en http://www.hoytecnologia.com/noticias/inversion-publicitaria-mundial-Internet/34712
4. Datos consultados en http://www.theslogan.com/es_content/index.php/marcas/10060-videojuegos-nicho-perfecto-para-las-marcas

especialmente en Internet donde en algunos países ya supera a la inversión publicitaria hecha en Televisión[5].

Tabla 1.3 Inversión en publicidad de la industria del Videojuego en España

Años	2002	2003	2004	2005
Dinero invertido en publicidad en videojuegos (en millones de euros)	39	64	64	72

*Tabla de elaboración propia a partir de los datos (aDeSe: 2003, 2004, 2005, 2006).

Años	2006	2007	2008
Dinero invertido en publicidad en videojuegos (en millones de euros)	95	143	237

*Tabla de elaboración propia a partir de los datos (aDeSe: 2007, 2008a, 2009).

Si descomponemos el gasto total en publicidad en los diferentes medios de comunicación en los que se anuncia la industria del videojuego se encontra que el 85% del gasto en publicidad recae en la Televisión con un gasto de 203,6 millones de euros en el año 2008, creciendo un 40% respecto a 2007. El segundo lugar con el 6% del gasto en publicidad aparecen las Revistas (especializadas y no especializadas en el sector del videojuego) con un gasto de 13,9 millones de euros en el año 2008, creciendo un 15% respecto al 2007. En tercer lugar aparece la inversión publicitaria en Periódicos con un gasto de 5,7 millones de euros en el año 2008, creciendo un 51% respecto a 2007. Le sigue en gasto la publicidad en Exteriores (vallas publicitarias al aire libre y otras expresiones publicitarias en el espacio público) con un gasto de 4,7 millones de euros en el año 2008, creciendo un 50% respecto a 2007. Seguidamente aparece el gasto en publicidad por Internet, que llega a los 4 millones de euros en gasto en el año 2008, aumentando un 80% respecto a 2007. Internet es el medio donde más aumentó porcentualmente el gasto en publicidad y será el lugar donde la industria del videojuego focalice su estrategia comercial en los próximos años. La Radio acumula un gasto en publicidad de 3,6 millones de euros en el año 2008, creciendo un 30% respecto a 2007. En último lugar se encuentra la publicidad en los Suplementos Dominicales de los periódicos con un gasto de 1,3 millones de euros en el año 2008, aumentando un 30% respecto a 2007.

Tabla 4.2 Inversión en publicidad por medios en España

Años	2007	2008	Variación
Inversión publicitaria en TV (en millones de euros)	120,4	203,6	40%
Inversión publicitaria en Revistas (en millones de euros)	11,4	13,9	15%
Inversión publicitaria en Periòdicos (en millones de euros)	2,78	5,7	51%
Inversión publicitaria en Exterior (en millones de euros)	2,37	4,7	50%
Inversión publicitaria en Internet (en millones de euros)	0,8	4	80%
Inversión publicitaria en Radio (en millones de euros)	2,51	3,6	30%
Inversión publicitaria en Suplemento Dominical (en millones de euros)	0,79	1,3	39%

*Tabla de elaboración propia a partir de los datos (aDeSe: 2008a, 2009).

5. En el Reino Unido la publicidad por Internet ya supera a la de Televisión. http://www.guardian.co.uk/media/2009/sep/30/internet-biggest-uk-advertising-sector

Hasta ahora simplemente se han presentado algunos datos para contextualizar la evolución en gasto publicitario de la industria del videojuego que, como se ha visto, ha aumentando a la par del crecimiento de la industria. Quizás el rasgo más interesante es el que resulta de la dimensión comunicacional publicitaria, que ha encontrado en los videojuegos un lugar ideal para lanzar sus productos o marcas en un contorno lúdico como nunca antes había podido hacer. A esta hibridación entre la publicidad y los videojuegos se la conoce como *Advergames*. Los videojuegos van a permitir generar discursos sobre la sociedad de consumo a partir de la experiencia lúdica de forma compleja, más allá de la simple publicidad de una marca u objeto.

4.1.6. Los Advergames como medio de transmisión de discursos publicitarios. La aparición de los Serious Games.

Para hablar de los *advergames* hay que detenerse antes en el concepto *Serious Games*. La idea de los "juego serios" es anterior a la eclosión de los videojuegos como entretenimiento masivo, aún así ha sido a través de éstos como ha podido eclosionar en la actualidad. En 1970 Clark Abt publicó *Serius Games* donde presentaba las posibilidades de este tipo de actividades a partir de los juegos de cartas y de mesa. El objetivo era presentar esos juegos que tienen como objetivo algo más que el puro entretenimiento, concretamente los que tenían un objetivo educativo claramente planeado. Años después Mike Zyda (2005) volvió a utilizar este concepto de los *serious games* aplicándolo al mundo de los videojuegos. En su texto *From visual simulation to virtual reality to games,* se plantean una serie de definiciones de juego y videojuego para poder pasar a definir los *serious games*, en el contexto del videojuego, como un juego a partir de una computadora que usa la diversión como modo de formación gubernamental o corporativo, con objetivos en el ámbito de la educación, sanidad, política pública y comunicación estratégica.

Otro texto que pone las bases de este tipo de persuasión a partir de los videojuegos es *Persuasive Games. The expressive power of videogames* de Ian Bogost (2007). El autor presenta el concepto de retórica procedural como elemento analítico para poder entender la forma en cómo se introducen estos mensajes en videojuegos. Él mismo lo define así, "el arte de persuadir a través de representaciones basadas en reglas e interacciones antes que con la palabra hablada, la escritura, las imágenes y las imágenes en movimiento" (pág. ix). Más adelante se habla de forma detallada de esta propuesta analítica cuando se entre a fondo en los denominados *Game Studies*, pero para presentar la propuesta de Bogost es necesario añadir que define tres grupos de juegos persuasivos. El primer lugar,

los denominados políticos donde la retórica procedural sirve para exponer cómo las estructuras políticas actúan, sus fallos al actuar o cómo deberían actuar. En segundo lugar, los publicitarios donde el autor distingue entre tres tipos: la demostrativa, la ilustrativa y la asociativa. Y por último, los denominados de aprendizaje. Aunque en estos últimos Bogost plantea que para poder jugar a cualquier juego es necesario que exista un cierto aprendizaje de reglas para poderse mover en el mismo. La diferencia entre el enfoque de Bogost y el de esta investigación es el material de análisis. Para Bogost las reglas y las interacciones son las dimensiones que generan el discurso y la persuasión. Para esta investigación el discurso lo van a formar esas dimensiones y otras que configuran el texto audiovisual llamado videojuego.

Ahora ya se puede volver a la dimensión comunicativa y exponer que son los *advergames*. Se puede empezar a partir de la definición que da David Selva (2009) en su análisis del concepto:

> La expresión *advergames* fue acuñada en 2000 por Anthony Giallourakis, el cual adquirió diversos dominios de internet relacionados, intuyendo, por tanto, la tendencia que estaba por venir. El término alude a la hibridación de publicidad (*advertising*) y videojuegos (*video games*), de una forma análoga a la que, como se ha visto, tiene lugar en el ámbito del *advertainment* (p. 148).

En el momento que la franja de edad de los videojugadores se extiende a perfiles mucho más amplios, la publicidad encuentra en los videojuegos el lugar ideal para transmitir sus mensajes. La imagen de niños o adolescentes delante de una pantalla ya no corresponde con la realidad de muchos lugares. Sin ir más lejos, en los EE.UU. la edad media del videojugador es de 35 años. De forma más concreta, el 49 por ciento de los jugadores tiene entre los 18 y los 49 años; el 26 por ciento tiene 50 años o más; y sólo el 25 por ciento está debajo de los 18 años (ESA, 2009).

Para cerrar esta parte queda nombrar los diferentes tipos de *Serious Games* que han ido apareciendo e intentar agruparlos. Aunque sobre este tema habrá que detenerse más a fondo cuando se hable de videojuegos y educación, temática esta donde más se han introducido estos nuevos conceptos. No hay un consenso claro acerca de la forma con la cual se pueden clasificar los *Serious Games*, por ejemplo Julian Alvarez y Olivier Rampnoux (2007) los organizan en cinco categorías diferentes. Su clasificación estaría compuesta por *advergaming*, *edutainment*, *edumarket*, juegos de denuncia (que los autores de-

nominan *diverted games*) y juegos de simulación. La verdad es que muchos consideran que sólo debería haber dos categorías principales, *advergames* y *edutainment*. El resto de variantes que han surgido serían subgéneros y derivaciones, además cada vez más aparecen híbridos con diferentes géneros dentro del mismo videojuego.

Aquí se deja la discusión abierta y más adelante se explicará brevemente en qué consiste cada uno de ellos a modo de cierre. Desde el punto de vista comunicacional el principal formato es el *advergaming*, un videojuego que tiene como objetivo la difusión o conocimiento de una marca, producto, organización o idea. El otro grupo principal y que se analiza en otra sección de esta investigación son los denominados *edutainment*, término que es la suma de *education* y *entertaiment*, estos consisten en videojuegos que enseñan a partir de recursos lúdicos. Otro género destacado son los *edumarket,* donde se combinan educación y marketing para concienciar, persuadir o denunciar alguna situación de la sociedad de consumo. Los simuladores son otro género dentro de lo *Serious Games* y consisten en la práctica de alguna actividad como conducir o pilotar un avión en condiciones que simulan ser reales. Los *games for health* son juegos diseñados con temática médica y de la salud como terapias psicológicas, juegos para el entrenamiento cognitivo o la rehabilitación física. Los *art games* son videojuegos diseñados para expresar ideas artísticas o generar productos musicales o pictóricos. El *militainment* es un término que resulta de la unión de *military* y *entertainment*, son juegos financiados por el ejército o que, de lo contrario, reproducen operaciones militares con un alto grado de exactitud. Se utilizan para que los soldados practiquen y memoricen los escenarios donde después tendrán que actuar. Estos videojuegos son habitualmente simuladores. También existen los *news games*, una especie de videojuegos que mezclan lo periodístico con la denuncia. Un ejemplo es *September 12th*[6], juego creado por Gonzalo Frasca que denuncia el uso de la violencia para resolver el problema del terrorismo. Los *organizational-dynamic games* son juegos que ponen en práctica y reflejan la dinámica de las organizaciones en diferentes niveles, individual, grupal y social. Este tipo de videojuegos empiezan a ser utilizados en las empresas a partir de su implementación en los departamentos de recursos humanos, tanto para los trabajadores de la empresa como para la contratación de nuevos empleados.

Una vez expuestos los datos sobre la dimensión económica y justificada su importancia, el siguiente capítulo analiza la relación entre Psicología y videojuegos. Una relación que ha estado marcada por acusaciones sobre los efectos negativos de los videojuegos so-

6. http://www.newsgaming.com/

bre los usuarios. Se repasan las acusaciones e investigaciones concretas y se analizan sus resultados. A la vez, se señalan las debilidades de esas críticas y la precariedad de esos discursos sobre los efectos negativos que generan los videojuegos.

Level 5. La perspectiva psicológica acerca del videojuego.

5.1. Dimensión psicológica

Hablar de la relación entre Psicología y videojuegos es referirse de forma casi completa a los estudios sobre los efectos que los videojuegos pueden llegar a generar en sus usuarios. Así, se puede decir que prácticamente toda la Psicología referente a los videojuegos ha atendido a los efectos en la personalidad, la salud y las consecuencias psicosociales en los jugadores. A continuación se repasan cuáles han sido los intentos de evaluar el efecto de los videojuegos sobre los jugadores desde la óptica de la Psicológica. Hay que advertir con respecto a estas investigaciones que han estado muy marcadas desde sus inicios por basarse en prejuicios morales que no han permitido plantear de forma seria investigaciones al respecto. Estos prejuicios son recurrentes y alusivos a los efectos perniciosos sobre la juventud y la sociedad en general, mismas acusaciones que recibieron el cine y la televisión cuando hicieron aparición en la sociedad del siglo XX.

El interés de la Psicología por los videojuegos empezó a manifestarse cuando estos se hacían hueco en los hogares, sobre todo norteamericanos, a principios de la década de los ochenta. La recepción que se hizo en el ámbito psicológico y de la salud de los posibles efectos de los videojuegos no fue muy positiva como aclaran las palabras de Charles Everett Koop, Cirujano General de los Estados Unidos, en una conferencia en la Universidad de Pittsburg el 10 de noviembre de 1982. Afirmaba: “los videojuegos son una de las tres principales causas de violencia familiar, junto con la televisión y los problemas económicos” (citado en Tejeiro, Pelegrina del Río & Gómez, 2009, p. 236).

Obviamente estas rotundas afirmaciones no tenían sustento académico de ningún tipo, simplemente eran una suma de prejuicios morales y desconocimiento acerca del medio en cuestión. Este tipo de aseveraciones realizadas por personas con autoridad académica pusieron las bases para la recepción, creación de estados de opinión generalizados y discursos basados en la desconfianza hacía los videojuegos y sus posibles efectos. En 1983 la Universidad de Harvard organizó la primera conferencia sobre los efectos psicológicos de los videojuegos, en ella se agruparon las temáticas más variadas, desde

las consecuencia psicopatológicas a estudios centrados en áreas como la personalidad, la salud o la coordinación óculo-manual (Tejeiro, Pelegrina del Río & Gómez, 2009). Lo más curioso del caso es que ya en esas primeras investigaciones se llegó a conclusiones positivas acerca de los efectos de los videojuegos en los jóvenes. Para un análisis más extenso de las investigaciones de ese período cabe remitirse a libros como *Mind at Play. The Psychology of Videogames* publicado en 1983 por Geoffrey Russel Loftus donde se analizan esas primeras investigaciones acerca de los efectos de los videojuegos desde el punto de vista de la Psicología. Parece existir un consenso casi generalizado en ese momento sobre la independencia entre jugar a videojuegos y cualquier tipo de efecto negativo o patológico. Entre las investigaciones que defienden esta posición cabría citar trabajos como *Personality Diferences Between High and Low Electronic Video Game Users* (Gibb, Bailey, Lambert & Wilson, 1983) y *Correlates of Children's Usage of Video-games and Computers* (Lin & Lepper, 1987).

Coincidiendo con la crisis de la industria de los videojuegos a principios de los ochenta, el interés de los investigadores por los videojuegos pareció disminuir. Interés que volvería a aparecer una década después, a principios de los años noventa, con la eclosión de los videojuegos como una de las primeras industrias del ocio doméstico. En ese momento volverán a aparecer los mismos prejuicios sobre los efectos negativos de los videojuegos en la sociedad y la juventud. El hecho de que se reproduzca de nuevo la visión negativa sobre los videojuegos se debe a que esta segunda generación de estudios consideraban como hechos demostrados los prejuicios que el doctor Charles Everett Koop exponía en 1984. Es decir, un prejuicio fue reconocido como hecho demostrado por esta segunda generación de investigadores que basaban sus estudios en los "descubrimientos" de las primeras investigaciones. Para poder hacer una revisión de esa segunda generación de estudios existen obras como *Video Kids. Making sense of Nintendo* (Provenzo, 1992) donde el autor defiende las posturas contrarias a estos estereotipos: "parece razonable asumir que el videojuego no contribuye al desarrollo de conductas desviadas entre sus usuarios, de hecho puede ayudar a jóvenes y adolescentes en su proceso de desarrollo" (Citado en Estalló, Masferrer & Aguirre, 2001, p. 164). Existen también diferentes artículos de Estalló (1992 & 1994) en castellano donde se presentas investigaciones empíricas relacionadas con este asunto. Funk (1992) expone directamente estos argumentos con las siguientes palabras:

> A pesar del temor relacionado con los hipotéticos problemas que los videojuegos pudieran generar, la actual investigación no puede establecer relación alguna entre juego frecuente

> y desarrollo de verdadera psicopatología (citado en Estalló, Masferrer & Aguirre, 2001, p. 164).

No será hasta la entrada del nuevo milenio cuando, de la mano del reconocimiento de los videojuegos en el ámbito cultural y social, las investigaciones sobre videojuegos empezarán a desembarazarse de esos prejuicios negativos y comenzarán a explorar las relaciones reales con ese mundo. Esta situación coincide con la madurez de las primeras generaciones de videojugadores que empiezan a pasar al mundo adulto como padres, educadores o los mismos investigadores. El videojuego deja de ser considerado como un fenómeno meramente infantil o juvenil y pasa a ser un fenómeno cultural transgeneracional. Como ya se ha nombrado en las secciones anteriores, es en ese momento cuando los videojuegos se instituyen como disciplina propia separándose del resto de miradas académicas. Esta situación se ha constituido en paralelo con investigaciones más exhaustivas acerca de los videojuegos en diferentes disciplinas como hemos comentado hasta ahora. A continuación se repasan algunos de los temas más recurridos en las investigaciones en Psicología que han sustentado los miedos, prejuicios y discursos en la opinión pública sobre el uso de videojuegos.

5.1.1. El miedo a engancharse: adicción

Quizás el mayor de los temores acerca del uso de videojuegos era su capacidad para generar adicción, situación que se ha confundido habitualmente con la cantidad de tiempo dedicado a jugar. La mayoría de las veces se ha intentado detectar tal adicción a partir de cuestionarios donde, a partir de la respuesta a algunos ítems, se podía detectar dicha adicción. En algunos casos, directamente se han adaptado los criterios internacionales para el diagnóstico de dependencias de sustancias aplicados a los videojuegos sin ninguna adaptación contextual. El problema es que tal adaptación ha consistido en substituir del cuestionario la palabra “sustancia” por “videojuego”. En el año 1995 la doctora Sue Fisher repitió este procedimiento y realizó dichos cuestionarios basados en el protocolo de diagnóstico de dependencias, el instrumento de medición fue bautizado con las siglas DSM-IV-JV en alusión directa al manual de diagnostico de trastornos mentales utilizado por psiquiatras y psicólogos de todo el mundo.

En otros casos se ha intentado generar herramientas que fueran capaces de detectar cierto abuso en el uso de videojuegos (Tejeiro & Bersabé, 2002). Entendiendo que ciertas actividades absorbentes pueden llegar a ser conflictivas para quien las realiza, pero que

no pueden ser consideradas como adicciones. Si se aplicara esa misma lógica a otras actividades humanas como la lectura, también podría ser catalogada también como una adicción. Así, desde una perspectiva menos alarmista y más cercana a las realidades generadas por el uso de videojuegos se podría decir que pueden aparecer problemas derivados del abuso en la cantidad de horas diarias dedicadas a jugar o la atención dedicada a éste en detrimento de otras actividades.

González (1988) además distingue entre la capacidad de los videojuegos y otros juegos de azar respecto de su potencial adictivo. Refiriéndose a los videojuegos dice: “Este tipo de juegos no implica todas las consecuencias individuales y familiares que posee la adicción al juego de apuestas… Reconocemos como el ser humano puede desplegar conductas compulsivas delante de cualquier objeto” (citado en Estalló et al. 2001, p. 165). Es decir, nadie niega el hecho que cualquiera pueda desarrollar ciertas conductas obsesivas por los videojuegos y que eso le provoque cierto tipo de problemas, sino que de forma generalizada el uso de videojuegos sea una amenaza por sí mismo.

5.1.2. Violencia fuera de la pantalla: agresividad

Otro de los prejuicios acerca del uso de videojuegos es su capacidad para generar conductas agresivas en sus usuarios. Esta acusación ha estado relacionada sobre todo con los videojuegos que pertenecen a unos géneros particulares, los que tienen una mecánica de lucha y temáticas militares. Aunque como se puede observar, existe una multiplicidad de géneros dentro del mundo de los videojuegos, reconociendo incluso que son mayoría los juegos donde no se utiliza ni se muestra ningún tipo de agresión física ni verbal. Esta acusación se ha generalizado sin acotar siquiera esta puntualización sobre géneros con temáticas violentas o agresivas. Es decir, se ha generalizado la acusación de violencia a todos los géneros, simplificando la idea de la temática y su mecánica de juego. Equivaldría a acusar al cine o la televisión de causar agresividad entre sus usuarios sin diferenciar los géneros dentro de estos mismos medios.

En primer lugar hay que contextualizar el marco teórico donde aparecen estas acusaciones sobre agresividad y videojuegos. Estos visiones teóricas conductistas se sirven de modelos de aprendizaje vicario, imitativo o social (Bandura, Ross & Ross, 1963; Bandura, 1969) y de la teoría cognitiva social (Bandura, 1986) para formular sus hipótesis sobre el incremento de la agresividad y la violencia después de haber jugador a videojuegos. Se ha generalizado la idea de que después de jugar a algún videojuego con temática vio-

lenta o agresiva los usuarios demuestran cierto momento de excitación que los hace más agresivos que los que no han jugado. Estas investigaciones entienden que la exposición frecuente a videojuegos puede ejercer una influencia negativa a partir de la disminución de la empatía del jugador respecto del mundo que lo rodea porque fortalece la percepción de que este es un lugar peligroso.

Desde otros planteamientos teóricos también se ha abordado la temática de la agresividad y los videojuegos pero con una producción académica menor. Se han propuesto investigaciones a partir de las teorías de la catarsis (Feshbach & Singer, 1971), de la activación (Berkowitz, 1969), y de los modelos cognitivos (Anderson, 1997) pero no han tenido la influencia y el alcance de las ya comentadas teoría del aprendizaje social.

Otras investigaciones han contrapuesto a esta idea una serie de puntualizaciones que es necesario contemplar antes de generalizar la hipótesis de la agresividad generada por los videojuegos. La primera crítica es al modelo teórico imitativo en el cual se basaban esas afirmaciones, a partir de introducir la distinción sobre la naturaleza simbólica de la agresión en los videojuegos. Lott y Lott (1985) presentan que gran parte de los contenidos agresivos o violentos en videojuegos se presentan de forma simbólica y, por tanto, se sitúan en un registro diferente al real. La distinción entre el mundo imaginario generado por los videojuegos y la realidad de los jugadores parece quedar bastante más clara en la mente de los niños que en la de los investigadores.

La identificación activa que existe en la relación del videojugador con los personajes imaginarios es más estrecha que en otros medios como el cine y la televisión, esta situación ha alimentado las sospechas sobre la reproducción de la agresividad en los jugadores. Los videojuegos según Schutte, Malouff, Post-Gorden y Rodasta (1988) generan un tipo de inmersión entre el jugador y el personaje que controlan donde se acaba creando una estrecha identificación con él. A esto hay que sumarle la mecánica de la mayoría de videojuegos de lucha o con temáticas agresivas, dónde a más agresividad se demuestra más y mejor se avanza en el juego. Lo que ocurre habitualmente es que no existe esa transferencia entre la mecánica de juego que premia la violencia y la vida real del jugador.

Incluso en las investigaciones que han constatado cierta relación entre jugar a videojuegos con temáticas o mecánicas agresivas y un aumento de la agresividad a corto plazo (Dominick, 1984), advierten que se suele confundir el concepto de correlación con causalidad. Como Goldstein (1993) puntualiza en las siguientes palabras: “No existe duda

de que la exposición a la violencia televisiva *correlaciona* con la agresión, sin embargo existen dudas acerca de que la *causa* de la agresión sea la televisión" (Citado en Estalló et al., p. 164, 2001). Es relativamente frecuente encontrar en este tipo de investigaciones sobre los posibles efectos de los videojuegos sobre la agresividad de los jugadores conclusiones que igualan las correlaciones estadísticas encontradas, generalmente muy débiles, a una evidencia de la causa de esa violencia.

Lo que se puede observar en las investigaciones sobre agresividad y videojuegos es que hay algún tipo de relación entre ambos, aunque no es posible afirmar que el efecto que se genera al jugar a esos videojuegos dure más allá del momento inmediatamente posterior al acto de jugar, y que además éste pueda causar alguna influencia a medio o largo plazo. Tampoco es posible demostrar que los efectos de los videojuegos con temáticas o mecánicas agresivas tengan más influencia que otras actividades como la televisión, el cine, internet o la misma relación con los amigos o familiares. No existen estudios que analicen los efectos a largo plazo, y los que existen no ofrecen resultados concluyentes en ningún sentido. Al contrario, son más bien débiles a la hora de demostrar sus hipótesis acerca de los efectos negativos de los videojuegos. Como afirma Ferguson (2008), no hay suficientes datos que demuestren las afirmaciones respecto a la relación entre videojuegos y violencia en los niños.

La mayoría de estudios defienden que existe un posible efecto sobre los jugadores que han estado expuestos a esos videojuegos de temáticas violentas o agresivas, pero que estos son de muy poca duración (Barlett, Branch, Rodeheffer & Harris, 2009). Aunque menos, hay autores como Anderson (2008) que defienden que esos efectos pueden perdurar a largo plazo. El problema reside además en que no se puede asegurar que esos efectos sean únicamente negativos como habitualmente se suele pensar. Existe la posibilidad que los usuarios generen, delante de esas temáticas violentas o agresivas, estrategias de comprensión o afrontamiento que resulten positivas fuera del ámbito del videojuego y que pueda aplicarlas en otros ámbitos sociales.

5.1.3. La soledad del jugador: aislamiento social

Dentro de la rémora de prejuicios acerca de los efectos de los videojuegos en la sociedad, uno de los más extendidos es el que relaciona el hecho de videojugar con el aislamiento social. El hecho de que cada jugador se relaciona con el videojuego de forma individual a partir de un mando y una interfaz ha ido cimentando la percepción de una relación ab-

sorbente entre la máquina y el jugador que lo aísla del resto del mundo. De hecho, estas percepciones no están muy alejadas de la realidad, pero sus inferencias acerca de sus efectos sí. El videojuego es, en contra de lo que muchos piensan, un juego más social de lo se ha querido reconocer. El hecho de que se necesite cierto tipo de soporte tecnológico fijo, sobre todo en las primeras consolas, hizo del videojuego un entretenimiento doméstico. Esto provoca que para poder jugar hay que estar, de forma metafórica, conectado a esos aparatos que poco a poco fueron colonizando comedores y habitaciones. Posteriormente, fueron apareciendo dispositivos móviles que permitieron sacar de casa al videojuego. Actualmente la mayoría de teléfonos móviles incorporan videojuegos y han popularizado aún más su uso en cualquier lugar.

Una de las primeras críticas desde esta perspectiva la realizó Selnow (1984) en un trabajo donde defendía la hipótesis respecto del hecho que jugar videojuegos es básicamente una actividad solitaria. De esta forma, a más tiempo pasaba el jugador inmerso en los videojuegos más desatendía y se alejaba de sus amigos y demás interacciones sociales. Además, esta dinámica generaba en el videojugador la pérdida de habilidades sociales necesarias para la vida normal. Como ya se ha visto en este repaso a las investigaciones en el ámbito psicológico, los mismos resultados demuestran hasta qué punto los prejuicios sobre los efectos de los videojuegos poco tienen que ver con la realidad del jugador.

Los trabajos realizados respecto de la influencia de los videojuegos en el entorno social han encontrado datos que contradicen la idea del aislamiento social. Para empezar, los videojugadores prefieren jugar con amigos u otros jugadores (Tejeiro, 1998; De Waal, 1995) más que jugar solos con la computadora o consola. Además, el videojuego se convierte en un elemento que posibilita nuevas relaciones con otros usuarios, ya sea a partir de compartir la misma afición con nuevos amigos o generar amistad con otros jugadores. El desarrollo del juego en red y a través de internet a facilitado la interconexión de personas con los mismos gustos y aficiones (Kline, 1998). Es decir, al contrario de lo que se suele pensar los jugadores prefieren realizar esa actividad en compañía de amigos u otros jugadores. Además, el hecho de poder entrar en contacto con otros usuarios de los mismos videojuegos genera nuevas relaciones sociales gracias a su afición a los videojuegos.

También se ha investigado la posible influencia en la relación de los videojugadores con algunos aspectos que podrían mostrar su aislamiento social como el número de amigos o

personas que conforman su entorno (Estalló, 1995) sin encontrar resultados significativos. En otras investigaciones se ha intentado ver si existía relación entre jugar a videojuegos y situaciones como la soledad, la popularidad o el estatus social. También se ha investigado sobre rasgos de la personalidad como la timidez o la hipersensibilidad sin encontrar ninguna relación entre ambos conceptos (Van Schie & Weigman, 1997). Tampoco se ha encontrado evidencia de que jugar a videojuegos afecte la sociabilidad o la capacidad de hacer amigos (Lin & Lepper, 1987), ni la frecuencia con la que estos amigos se visitan o relacionan entre si (Creasey & Myers, 1986). Aún es más, la mayoría de las personas que se inician en la práctica de videojuegos lo hacen de la mano de algún amigo o familiar (Griffiths & Hunt, 1995). Así, como explica Estalló (1995), los videojugadores no tienen la sensación que su afición les perjudique en sus relaciones personales.

Dentro de estas investigaciones se sitúan también las que relacionan el uso de videojuegos y el fracaso escolar. Este efecto negativo sobre el rendimiento escolar provocaría efectos negativos como el absentismo escolar, el abandono del tiempo de estudio y para realizar tareas escolares para jugar a videojuegos (Hasting, Karas, Winsler, Way, Madigan & Tyler, 2009). Este tipo de efectos no aparecen en todos los jugadores ni en todas las formas de juego, con lo cual es problemático afirmar que sean los videojuegos y no otras variables las que provoquen ese fracaso escolar. Por otro lado, autores como Estalló (2001, p.170) defienden que “la práctica regular y sostenida del videojuego no supone ninguna modificación especial” en rendimiento escolar.

5.1.4. ¿Es sano jugar a videojuegos?: salud

Las acusaciones sobre la perniciosidad de los videojuegos en la sociedad han llegado a niveles más altos relacionando esta actividad con algunas enfermedades. Las dos acusaciones más importantes respecto a esta relación han sido el juego patológico y el consumo de sustancias tóxicas, entendiendo que la relación entre el primero y el segundo es muy estrecha. Como se ve a continuación, se ha intentado equiparar el juego de azar (tragaperras, bingos y casinos) y las salas con máquinas recreativas (que añaden a las tragaperras máquinas *arcades* con videojuegos) al uso doméstico de videojuegos de una forma demasiado simplista.

Las acusaciones sobre juego patológico relacionado con los videojuegos se han ido filtrando incluso en las instituciones públicas como comenta Tejeiro (2009, p. 243) respecto a documentos del Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza donde se encuen-

tra un epígrafe en relación a la “adicción a los videojuegos” dentro del epígrafe general de las ludopatías, sin que se hagan explícitos los motivos que lo justifican. El miedo a las salas recreativas no es nuevo, ya que para los jóvenes siempre ha simbolizado el mundo del ocio adulto y han generado una fascinación importante. Los estímulos visuales y auditivos, una especie de circo de máquinas que capturan la atención y la curiosidad del visitante, se parecen más a los casinos de Las Vegas que a los centros juveniles de ocio (Fisher, 1995).

La reprobación de las salas recreativas como lugares de corrupción moral tiene una larga historia. Hay que remontarse al concepto de galería de juegos, que a su vez evoca a las populares galerías (o paseos) comerciales del siglo XIX, estas avenidas repletas de comercios que ya Walter Benjamin señalaba como uno de los primeros signos del modernismo urbano (Jennings, 1987). Desde la primera mitad del siglo XIX estas galerías contenían, además de tiendas y boutiques, atracciones novedosas, como los dioramas[7] o los cosmoramas[8]. Fue a partir de ese momento cuando empezaron a ser acusadas de diversos efectos perniciosos para la sociedad como cuenta Huhtamo (2007):

> A pesar de su enorme e inmediato atractivo popular, las galerías de juegos a menudo eran consideradas cuestionables moralmente. Se las acusaba de ser caldos de cultivo de vicio e incluso enfermedades infecciosas. Las galerías de juegos atraían a un público socialmente heterogéneo, incluidas mujeres. Se las veía oscuras y lúgubres. Las actitudes hacia ellas tenían mucho en común con las asociadas a los primeros cines, conocidos como salas de proyección (nickelodeons) (p. 56).

Ya en esa época uno de los grupos más entusiastas de las galerías eran los chicos adolescentes, sobre todo cuando conseguían colarse porque tenían prohibida la entrada. Los documentos de la época muestran ilustraciones populares, incluidas las tiras cómicas y las postales, que mostraban a jóvenes encantados mirando el mutoscopio[9]. Según un observador de la época, el letrero de la galería de Samuel Swartz de Chicago donde dice

7. Un diorama es un tipo de maqueta que presenta figuras humanas, vehículos, animales o incluso seres imaginarios como punto focal de su composición. En ocasiones se ubica delante de un fondo pintado de manera que simule un entorno real, pudiendo completarse la escena con efectos de iluminación. Se pueden representar imágenes de la naturaleza, ciudades, eventos históricos, batallas, etc. bien sea con fines educativos o de entretenimiento. El término fue acuñado por Louis Daguerre en 1822 para un tipo de expositor rotativo. Fue popularizado a fines del siglo XIX y principios del XX por Frank Chapman, conservador asociado del Museo Americano de Historia Natural.

8. Los cosmoramas eran una atracción popular que se expandió ya en época romántica cuyo espectáculo consistía en imágenes de paisajes, monumentos o escenografías fantásticas que se exponían en salones, pero vistas, como en un escaparate, a través de cristales que deformaban ligeramente la visión.

9. El Mutoscopio o Mutoscope fue un dispositivo cinematográfico primitivo patentado por Herman Casla en 1894. Al igual que el kinetoscopio de Thomas Edison, la proyección de la película no se hacía en una pantalla, sino para una sola persona. Sin embargo, era más barato y más sencillo que el kinetoscopio.

"sólo hombres", "atrae a los chavales como un imán". (Bottemore citado en Huhtamo, p.57).

El interés aquí es ver como la acusación sobre los efectos negativos de los nuevos medios en la sociedad vienen de muy atrás y que, en la actualidad, reproducen el mismo modelo de prejuicios. Así que, una vez más, no se disponen de investigaciones que hayan mostrado las posibles relaciones entre juego patológico y videojuegos más allá de las sospechas sobre la relación entre estos y los juegos de azar (Delfabbro, King, Lambos & Puglies, 2009).

Relacionado con el juego patológico está la acusación del consumo de sustancias tóxicas. Los estudios que han abordado este tema no han encontrado relación entre el consumo de sustancias tóxicas y jugar a videojuegos (Estalló, 2001). Esta acusación tiene más que ver con la igualación entre los usuarios de salas recreativas con los jugadores de videojuegos domésticos que con la posible relación en sí. El posible juego patológico que puede encontrarse en el contexto del salón recreativo suele estar relacionado con la dependencia a ciertas sustancias tóxicas. En las investigaciones analizadas (Estalló, 2001 & Tejeiro, 2009) no se han encontrado diferencias entre los videojugadores habituales y los no jugadores acerca del consumo de tabaco, alcohol ni drogas ilegales.

Dentro del ámbito de la salud se ha atribuido también a los videojuegos ser el causante de ciertos trastornos físicos leves (cefaleas, dolores musculares, problemas visuales), y algunos de más importantes como epilepsia. Algunos autores como Dorman (1997) llegaron a atribuirle una clase específica de epilepsia denominada "epilepsia del guerrero oscuro". Otros estudios han remarcado que la mayoría de niños que han sufrido un ataque epiléptico jugando a videojuegos ya habían tenido ataques previos (Kasteleijn-Nolst Trenite, 1994) realizando otras actividades. Los ataques de epilepsia suelen estar relacionados con la hipersensibilidad a las imágenes parpadeantes (Ferrie, DeMarco, Grunewald, Giannakodimos & Panayiotopoulos, 1994), y del cual tenemos casos parecidos con otros medios audiovisuales como la televisión. En 1997 más de 12.000 niños en Japón presentaron los síntomas de la epilepsia fotosensible cuando estaban viendo un capítulo de la popular serie infantil Pokemon[10]. El capítulo se titulaba "Soldado Eléctrico Porygon", y se mostraban secuencias de imágenes que parpadeaban y que provocaron el pánico delante de las posibilidades de que esta serie fuera la causante de la epilepsia.

10. http://www.esacademic.com/dic.nsf/eswiki/434504

Respecto a los hábitos de vida saludable, se ha relacionado el uso de videojuegos a la vida sedentaria y, por tanto, a altos niveles de obesidad (Ballard, Gray & Noggle, 2009). Aunque es necesario señalar que este efecto puede ser también producido por la televisión u otros hábitos. Aún así, si se atienden a los últimos avances en la industria del videojuego como son los sensores de movimiento (Nintendo Wii), cada vez más se están generando videojuegos en los cuales hay que estar en movimiento para poder jugar. Quizás esta acusación, a medio o largo plazo, sólo será adecuada para la televisión y no tanto para los videojuegos del futuro.

No hay investigaciones concluyentes acerca de la relación entre videojuegos y efectos negativos sobre los jugadores. Así, la mayoría de los discursos acerca de estos efectos se han basado en prejuicios morales más que en investigaciones fundamentadas. Aún así, existen otras miradas más amables a las posibilidades formativas de los videojuegos. El siguiente capítulo explora las relaciones entre videojuegos y educación desde una perspectiva menos negativa.

Level 6. La perspectiva educativa acerca del videojuego.

6.1. La dimensión educativa

Dentro de este breve repaso a la consideración del videojuego como objeto de estudio en diferentes ámbitos, hay que dedicar una sección a la relación con la educación. Las posibilidades de incorporar a los videojuegos como herramienta pedagógica han sido discutidas desde su irrupción en la vida cultural a mediados de los ochenta. Desde el mundo educativo se entendió que los videojuegos permitían vincular a las nuevas generaciones, nacidas en la era digital, con los programas pedagógicos clásicos. Además, se interpretó que esa operación no generaría excesivos problemas ya que la utilización de juegos es una herramienta ampliamente explorada en el ámbito educativo. Pero cuando se analizan las experiencias educativas con videojuegos aparecen más sombras que luces.

Muchas de estas sombras se han generado por la falta de reflexión acerca del medio y de sus posibilidades reales. El videojuego es un juego, pero incorpora una serie de mecanismos que lo diferencian de otros juegos y que lo hacen más complejo. Esta falta de reflexión y de entendimiento del medio ha provocado que las esperanzas sobre las posibilidades pedagógicas de los videojuegos se hayan enfriado. En esta sección se analizan las experiencias en el medio educativo y las posibilidades que los videojuegos ofrecen

en este ámbito a partir de la noción de *Serious Games*. Este tipo de videojuegos, nombrados cuando se hablaba de la dimensión comunicacional, han puesto las bases para su utilización con fines de aprendizaje. Y por tanto, del reconocimiento de su capacidad para producir y transmitir discursos.

También hay que aclarar que cuando hablamos de educación se va más allá del recinto de la escuela para adentrarse en otras instituciones que en algún momento determinado necesitan formar a sus usuarios o empleados. Se verá cómo las posibilidades de transmitir algún tipo de conocimiento van más allá de la escuela y que los videojuegos son un buen medio para desarrollar otras habilidades y transmitir un conocimiento explícito. Así, existe un amplio abanico de posibilidades en la utilización del videojuego dentro del mundo educativo que no siempre se han diferenciado y entendido. Hay que comprender cuáles son las mecánicas de juego y los procesos de aprendizaje que cada videojuego propone para poder adaptarlo a las necesidades educativas de cada institución, sea esta escolar o no.

6.1.1. El juego más allá del entretenimiento

El juego ha sido siempre una actividad tratada como un entretenimiento, tiempo este dedicado a “distraerse” de las ocupaciones serias de la vida. Tiempo dedicado a “perderse” en cosas no productivas, incluida la educación, para proporcionar una diversión a niños y adultos. Una especie de tiempo muerto en las obligaciones productivas de la vida diaria. Desde hace muchos siglos el juego ha sido una forma de educación e instrucción más, ejercicio básico para entender parte de ese adiestramiento social que las diferentes culturas han dotado a sus miembros. Sin profundizar en las complejas reflexiones sobre los juegos en las sociedades, se puede definir sintéticamente al juego como una actividad voluntaria, fundamentalmente social, en la que se está en relación con otros y donde se aprenden pautas de comportamiento y valores (Huizinga, 1996; Gros, 2000 & Gee, 2004). Incluso hay quien ha ido más allá y ha puesto en el centro mismo de la constitución de todas las sociedad las diferentes formas de juego como impulsoras de esa sociedad (Caillois, 1986).

En lo que respecta a la parte relacionada con el aprendizaje, se encuentran autores como Crawford (1982) que le otorgan al juego un valor inconsciente respecto al hecho de aprender. Aunque se piense que sólo es una diversión, un entretenimiento, se juega básicamente porque aprendemos y eso nos gusta. Incluso desde un punto de vista más

integral, el juego ha sido visto como un vehículo de desarrollo integral como comenta Latorre (2003),

> […] el juego es un medio fundamental para la estructuración del lenguaje y el pensamiento, actúa sistemáticamente sobre el equilibrio psicosomático; posibilita aprendizajes de fuerte significación; reduce la sensación de gravedad frente a errores y fracasos; invita a la participación activa por parte del jugador; desarrolla la creatividad, competencia intelectual, fortaleza emocional y estabilidad personal. En fin, se puede afirmar que jugar constituye una estrategia fundamental para estimular el desarrollo integral de las personas en general (Citado en Marcano, 2008, p. 97).

Este tipo de definiciones se basan en todo tipo de juegos, pero si se centra en los videojuegos se puede observar que, aparte de estas características ya mencionadas para todos los juegos, se adquieren otro tipo de habilidades. Quizás el efecto más claro del potencial formativo de los videojuegos se produce a través de la adquisición de competencias digitales. Es decir, dentro del contexto tecnológico y digital de las sociedades actuales, la mayoría de los niños accede por primera vez al universo digital a partir de los videojuegos. Es así como adquieren competencias propias de la alfabetización digital de forma recreativa y lúdica. Estas competencias les sirven para iniciarse en el manejo de las interfaces gráficas y lógicas del mundo digital. Aún así, hay que advertir que el uso del videojuego para el entretenimiento no parece asegurar una transferencia de los aprendizajes digitales, sino que aumenta las posibilidades respecto a los que no juegan (UCL, 2008).

De forma específica, varias investigaciones demuestran las ventajas que tienen los videojugadores en cuanto al desarrollo de sus habilidades con respecto a los no videojugadores. Alguna de estas habilidades de las que hablan las investigaciones son el desarrollo de la coordinación ojo-mano, mayor agudeza visual, rapidez de reacción, capacidad de atención a múltiples estímulos (Green & Bavelier, 2006). Otras investigaciones han encontrado que los videojugadores tienen más facilidad para relacionarse con los otros, están más motivados hacia la consecución de objetivos, mayor tolerancia a la frustración (Pérez, 2005). Incluso mejora la capacidad para asumir riesgos, resolver problemas y tomar decisiones (Winn, 2002). Aunque quizás el valor más importante que incorporan los videojuegos es que aportan experiencias en modelos o simulaciones basados en la vida real. Como indica Gros (2009) “En todos los casos, un factor fundamental de los videojuegos es que proporcionan un entorno rico de experimentación en primera persona.

El jugador interactúa con el contexto creado, toma decisiones y percibe inmediatamente las consecuencias" (p. 253).

Uno de los problemas más importantes a la hora de introducir videojuegos en los procesos de aprendizaje ha sido conservar el elemento lúdico, su diversión. Se ha potenciado su misión transmisora de cierto conocimiento en detrimento de lo lúdico. Es decir, en el contexto educativo se ha antepuesto la transmisión de cierto contenido curricular a través de los contenidos más que en el aprendizaje producido por la experiencia de juego. En el primer caso, la transmisión de contenidos, los videojuegos son una buena herramienta pero pierden parte de su capacidad de divertir sí sólo se convierten en meras historias narradas. En cambio, si en lo que se centra la transmisión de conocimiento no es en algo explícito, como ciertas fechas o personajes históricos, sino en ciertas decisiones sobre reglas implícitas que hay que tomar para poder avanzar en el videojuego, se producen aprendizajes mucho más profundos sin perder la parte lúdica. Para ver cómo ha ido cambiando esta corriente dentro del mundo de los videojuegos hay que referirse a la noción de *Serious Games*.

6.1.2. Los Serious Games como respuesta al aprendizaje a partir de videojuegos

Como ya se ha explicado en la sección donde se comentaba la dimensión comunicacional de los videojuegos, el concepto de *Serious Games* aparece mucho antes de que los videojuegos se establecieran como industria y tuvieran la influencia social de la actualidad. A modo de recordatorio hay que hablar de Clark Abt que publicó el libro *Serious Games* en 1970 donde presentaba las posibilidades de educar a partir de los juegos de cartas y de mesa. El objetivo era presentar esos juegos que tienen como objetivo algo más que el puro entretenimiento, concretamente los que tenían un objetivo educativo claramente planeado. Se puede situar el punto de inicio de esa reflexión en el mundo de los videojuegos sobre los *Serious Games* el en texto de Michael y Chen (2006) titulado de la misma forma. Se puede adelantar una primera definición general acerca del objetivo de este tipo de videojuegos, fundamentalmente sería la de crear entornos de aprendizaje que permitan experimentar con problemas reales a través de videojuegos. El objetivo es que el videojuego sirva para experimentar y explorar múltiples soluciones a problemas planteados en situaciones reales, descubrir la información y los conocimientos que permitirán intervenir sin temor a equivocarse. Este tipo de simulaciones permite tomar decisiones que no tienen consecuencias en la vida real pero que enseñan cuáles son las opciones más óptimas en esas situaciones.

Lo más importante es ver cuáles son las diferencias entre estos videojuegos pensados para educar y los que tienen un carácter comercial para poder diferenciar unos de otros. En primer lugar, los *Serious Games* están pensados para una función educativa. Estas funciones pueden ser de diversos tipos, el entrenamiento de determinadas habilidades, la comprensión de procesos complejos, sean sociales, políticos, económicos o religiosos; también pueden ser una herramienta muy útil para promocionar productos, servicios, marcas o ideas comerciales. En segundo lugar, estos videojuegos están relacionados, a partir de su simulación, con algún aspecto determinado de la realidad. Esto genera una identificación entre el jugador y la parte de la realidad representada en la simulación virtual. Se puede hablar de una inmersión en la problemática que se quiere presentar a partir de su simulación virtual. En tercer lugar, la recreación de una simulación virtual donde se le permite al jugador una experimentación sin riesgos. Esta simulación no sólo es mucho más económica en el sentido monetario del término sino que elimina las posibilidades de dañar, de alguna u otra forma, ni al aprendiz ni al ambiente involucrado en la simulación. Y en último lugar, quizás lo que hace diferentes a este tipo de videojuegos es que tienen intereses manifiestos en sus contenidos. Estos pueden ser de diversos tipos, políticos, económicos, psicológicos, religiosos, tanto para hacer apología de alguna idea como para criticarla. Aunque esta es una discusión que se retoma más adelante cuando se entre de lleno en el análisis de los *Games Studies* y se problematice las intenciones manifiestas e implícitas de los discursos que producen todos los videojuegos.

Han aparecido intentos de clasificar las diferentes topologías de *Serious Games* que han surgido dentro del mundo del videojuego, aunque no hay una unanimidad a la hora de clasificarlos debido a su constante cambio y las diferentes perspectivas con las que se les analiza. Sawyer y Smith (2008) a través de su plataforma digital han realizado una taxonomía de lo que podría ser una clasificación provisional. Esta taxonomía estaría comprendida por el tipo de videojuego y, a la vez, la función que le dan ciertas instituciones con intenciones educativas. Los tipos que nombran son los videojuegos para la salud, juegos publicitarios, juegos para la formación, juegos para la educación, juegos para la ciencia y la investigación, juegos para la producción y juegos como empleo. A la vez, nombran las instituciones que utilizan este tipo de juegos como los gobiernos y ONG's, instituciones de defensa, sistemas de salud, marketing y comunicaciones, educación, empresas e industria.

Esta no es la única clasificación que se ha propuesto, por ejemplo Julian Alvarez y Olivier Rampnoux (2007) los organizan en cinco categorías diferentes. Su clasificación estaría

compuesta por *advergaming*, *edutainment*, *edumarket*, juegos de denuncia (que los autores denominan *diverted games*) y juegos de simulación. La verdad es que muchos consideran que sólo debería haber dos categorías principales, *advergames* y *edutainment*. El resto de variantes que van surgiendo serían subgéneros y derivaciones, además cada vez más aparecen híbridos con diferentes géneros dentro del mismo videojuego. De todas formas, como el objetivo aquí es presentar de la forma más exhaustiva posible estos elementos, hay que detenerse en todas las formas que se han nombrado hasta aquí para presentarlas.

Un último apunte sobre los términos a utilizar, aquí se opta por catalogar a los diferentes *Serious Games* como modalidades y no por áreas de uso (Marcano, 2008) o por tipologías (Álvarez & Rampnoux, 2007). El término modalidad permite encontrar un punto intermedio entre el uso y el tipo de temática del videojuego, además de introducir los sectores donde son utilizados habitualmente para configurar de forma más clara el hecho de que son productores de discursos. Por ejemplo, los videojuegos del género militar pueden servir para entrenar a comandos en futuras misiones por el ejército pero que también pueden estar dentro de la tipología de juegos de denuncia si quien los utiliza es alguna ONG para denunciar cierta situación. Así, se acepta el intento de clasificación de Sawyer y Smith (2008) que cruzan todos esos aspectos interesantes a la hora de hablar de los diferentes *Serious Games* para presentar de la forma más amplia posible estas situaciones.

6.1.3. Diferentes modalidades de Serious Games

El orden con la que se van a presentar aquí las diferentes modalidades de *Serious Games* no corresponden a ningún nivel de importancia, relevancia o difusión sino al interés explicativo correspondiente a esta investigación. Es decir, aquí simplemente se presentan de forma detallada para seguir el hilo conductor de esta explicación acerca de los usos educativos del videojuego. Así que en primer lugar hablaremos de la modalidad de videojuegos que se centran en la educación.

En el ámbito educativo hay que distinguir dos tipos diferentes de aplicaciones informáticas que se utilizan habitualmente para la enseñanza de conocimientos. Por un lado están los *edutainment*, que serían todas las aplicaciones informáticas que utilizan animaciones, elementos multimedia y que intentan presentar la información de forma divertida. Incluso pueden introducir pequeños juegos como puzles, juegos de memoria, etc. Desde

algunas perspectivas teóricas se ha considerado que este tipo de software no es propiamente un videojuego sino un tipo de aplicación informática que utiliza el recurso del juego para transmitir esos conocimientos. Por el contrario, en los juegos serios el contenido a enseñar es lo prioritario, además abarcan otros ámbitos como se ha mencionado antes. Después existiría un segundo tipo de aplicaciones informáticas que ya podrían entenderse como videojuegos que de forma explícita están creados con la pretensión de enseñar. Estos videojuegos pueden abarcar muchas más áreas que las que se mencionaban en el *edutainment*, pueden estar pensadas para el entrenamiento a través de simulaciones, la transmisión de información o incluso la promoción de alguna idea o marca a través de la publicidad (Michael & Chen, 2006). La idea principal que distingue ambos tipos es que los *edutainment* priorizarían la transmisión de ciertos contenidos de la forma más lúdica posible, haciendo divertido aquello que no parece serlo. Los videojuegos creados para transmitir algún tipo de conocimiento renunciarían en parte a ese entretenimiento lúdico para poder transmitir más conocimientos y de formas más complejas. Como ya se ha comentado, la falta de interés en estos videojuegos, en parte, está provocada por su poca de diversión o componente lúdico. Quizás uno de los ejemplos más ilustrativos de este tipo de videojuegos sería *Real Lives 2010* (Marcano, 2008), donde el jugador se sitúa en la piel de diferentes personajes y aprendemos a partir del desarrollo de sus vidas particulares. El videojuego, desarrollado por *Educational Simulation*, tiene como objetivo aprender las costumbres, oficios, situaciones laborales o políticas a partir de encarnar esos personajes. Las opciones van desde encarnar a un campesino en Bangladesh, trabajador de una fábrica en Brasil, policía en Nigeria, abogado en EE.UU. o informático en Polonia.

Una segunda modalidad dentro de los denominados *Serious Games* son los videojuegos militares, una de las temáticas que más tempranamente se desarrolló. La denominación *militainment* es un término que resulta de la unión de *military* y *entertainment*. En un principio fueron videojuegos financiados por el ejército o que, desde la industria privada, reproducían operaciones militares con un alto grado de exactitud. Se utilizan para que los soldados practiquen y memoricen los escenarios donde después tendrán que actuar (Wayne, 2003). Incluso muchos de estos videojuegos creados para el adiestramiento militar han saltado al campo del ocio como *America's Army* (2010). Algunas investigaciones realizadas por los mismos desarrolladores de *America's Army* demuestran como el videojuego es una herramienta más válida para la captación y entrenamiento de los soldados, y que además resulta más efectiva para acelerar su aprendizaje (Shilling, Zyda & Wardynski, 2002). También hay toda una serie de videojuegos de simulación de dife-

rentes vehículos militares, desde aviones y helicópteros a tanques y carros blindados. Estas simulaciones se han generalizado en el adiestramiento militar por lo que suponen de ahorro y seguridad a la hora de entrenar con materiales bélicos.

La política también ha visto en los videojuegos una herramienta para comunicar sus ideas, intenciones, criticar a sus oponentes o reproducir sus discursos. Esta modalidad de videojuegos políticos se mueve entre la apología y la denuncia, entre la intención propagandística y la información de los abusos del poder. La utilización por parte de los partidos políticos o gobiernos de videojuegos van desde conceptos muy simples, donde más que hacer propaganda de una idea compleja se plantean una serie de ítems que tienen que ser relacionados con ese partido[11]. Aunque también se encuentran videojuegos mucho más elaborados y que implican otra forma de comunicar ideas políticas. Este sería el caso de *Sim Healt* (1994), un videojuego que pretendía entrenar, a partir de una simulación, a las personas encargadas de los servicios de salud en la toma de decisiones y el control epidemiológico (Michael & Chen, 2006). La modalidad de videojuegos políticos es muy amplia y podemos encontrar otros tipos de opciones como las que representan los *news games*. Estos son un tipo de videojuegos donde se mezclan lo periodístico con la denuncia política. Un ejemplo es *September 12th*[12], videojuego creado por Gonzalo Frasca que denuncia el uso de la violencia para resolver el problema del terrorismo. Dentro de este ámbito de denuncia de situaciones políticas se encuentran juegos como *Darfur is Dying*[13] donde se denuncia la situación política en esa región del Sudan a partir de la experiencia de los personajes en los campos de refugiados.

Las empresas, instituciones y corporaciones empresariales también se han dado cuenta del potencial de los videojuegos, sobre todo a partir de dos vertientes diferentes. En primer lugar, para la formación de sus propios empleados en nuevas competencias y recursos. Este tipo de juegos representan un ahorro de tiempo y dinero muy importante para las empresas, además permite reducir el rechazo habitual de los empleados a este tipo de formación. Esta forma de entrenamiento facilita a los participantes pensarse como agentes activos más que pasivos en esa formación, a la vez que el formador se convierte en un guía más que un maestro (Iverson, 2005), por lo que se genera un mayor dina-

11. Ejemplo de este tipo de utilización puede verse en la noticia referente a la retirada de un videojuego creado por el Partido Popular de Catalunya para las elecciones autonómicas de 2010. http://www.elpais.com/articulo/espana/PP/retira/juego/papeles/mantiene/caza/independentistas/elpepuespcat/20101118elpepunac_3/Tes

12. Este videojuego nos sitúa delante de una mecánica que consiste en disparar a unos ciudadanos en Bagdad. Pero cada vez que disparamos la población aumenta y no será imposible ganar intentando destruirlos. Gonzalo Frasca nos plantea la pregunta acerca de si la violencia puede ser la solución a estos conflictos. http://www.newsgaming.com/

13. Este videojuego está disponible online en la siguiente dirección: http://www.darfurisdying.com/spanish/

mismo en el proceso. A esta estrategia hay que sumarle el hecho de la incorporación del humor como vía para suavizar ese entrenamiento corporativo, consiguiendo así disminuir la resistencia o rechazo de los usuarios (Michael y Chen, 2006). Esta no sería la única vía que han encontrado las empresas para explotar las posibilidades de los videojuegos, también han descubierto un extraordinario canal para publicitar sus productos, ideas o marcas. Esta utilización ha sido denominada *advergames* y ya se explicó su contenido en una sección anterior. Aún así podemos recordar en qué consiste a partir de la definición que hace David Selva (2009), "El término alude a la hibridación de publicidad (*advertising*) y videojuegos (*video games*)" (p. 148). La utilización por parte de las empresas de este tipo de videojuegos ha resultado un canal rápido y más económico para publicitar sus nuevos productos, desde nuevos modelos de coches a ropa deportiva.

En el ámbito de la salud también se han desarrollado diferentes aplicaciones donde el videojuego sirve de vehículo para una variedad de funciones. Una de esas funciones es el entrenamiento de los estudiantes de medicina y personal médico en general. En la actualidad se está produciendo un giro en las prácticas de intervención quirúrgica, aplicando técnicas menos invasivas para el paciente. Estas técnicas están basadas en la intervención laparoscópica[14], es decir, que el médico interviene a través de las imágenes que recibe de una cámara en una pantalla. Un hecho curioso es la ventaja que presentan los estudiantes con experiencia en videojuegos en las prácticas de medicina laparoscópica. Estos estudiantes demuestran una mayor coordinación ojo-mano y facilidad para manejarse con precisión en el espacio de trabajo a través de las pantallas (Marcano, 2008). A la vez, las simulaciones sobre determinados aspectos en la práctica médica se están generalizando en la formación de los estudiantes de medicina. Las simulaciones permiten practicar a los estudiantes sin riesgo a equivocarse y son mucho más económicas para la institución educativa. También se han creado videojuegos para la rehabilitación de accidentados a fin de recuperar su psicomotricidad, incluso se han implementado videojuegos para que excombatientes de la guerra de Irak se recuperen. Estos videojuegos recrean el ambiente bélico que los excombatientes se han encontrado en Irak, así se ofrece un contexto compartido donde el terapeuta puede ayudarlos a superar sus padecimientos desde una visión más realista y ajustada a la vivencia (Frei, 2005). En otro nivel, hay tratamientos de recuperación que también utilizan videojuegos como distractores de pacientes con dolor crónico y en la rehabilitación de habilidades cognitivas a través de

14. La laparoscopia es una técnica que permite la visión de la cavidad pélvica-abdominal con la ayuda de un lente óptico. A través de una fibra óptica se reciben imágines en una pantalla que permiten intervenir. El mismo método permite otras intervenciones quirúrgicas de invasión mínima cuyo objeto es curar o corregir enfermedades. El aparato utilizado se llama torre de laparoscopía y entra en el cuerpo a través de una pequeña incisión.

ejercicios mentales de preguntas y respuestas, de memoria, por ejemplo a partir de videojuegos como el *brain training* (Marcano, 2008).

Aunque de menor difusión, también se han desarrollado una serie de videojuegos en el ámbito artístico. Con el objetivo de utilizar el videojuego como una herramienta más en el proceso creativo y artístico, muchos creadores han experimentado con la música y las imágenes para generar experiencias lúdicas. Por ejemplo, en el ámbito musical se han desarrollado videojuegos como *Electroplankton*[15], que enseña a crear melodías a través de la combinación de imágenes en movimiento a través de una pantalla táctil hasta formar una plataforma atractiva con una musicalización melodiosa. Las posibilidades de experimentar en el ámbito artístico con los videojuegos apenas están empezando a generar esas nuevas prácticas. Para un repaso de estas posibilidades es interesante consultar el libro de Nic Kelma (2005) *Video Game Art*, donde se hace una lectura de los componentes del videojuego desde la óptica del arte y sus diferentes componentes.

Para terminar este repaso a los ámbitos donde han surgido los denominados *Serious Games* hay que nombrar una línea no muy conocida como es la religiosa. Desde los ámbitos religiosos también se ha prestado atención a estas nuevas formas de educación, formación y transmisión de discursos. Sobre todo desde la órbita cristiana se han generado videojuegos explícitos para enseñar pasajes de la Biblia. No hay que confundir este tipo de videojuegos con otros donde la temática de fondo puede ser religiosa, cosa que ocurre con frecuencia en relación a los conflictos en oriente medio y Afganistán. Aquí se habla de videojuegos creados con la intención de transmitir ciertas enseñanzas relativas a cierto credo religioso. Por ejemplo, como indica Marcano (2008) respecto este tipo de videojuegos:

> *The interactive parables* es uno de los videojuegos que se han creado con una perspectiva religiosa cuyo objetivo es trasmitir las lecciones de Jesús. […] aunque difieren en la fidelidad de la narrativa con relación a las lecciones de la Biblia, pero tienen su carga educativa en cuanto a personajes y escenas (p. 101).

Este ha sido un breve repaso a los diferentes ámbitos donde se han desarrollado esfuerzos para generar videojuegos educativos o con una intención manifiesta de formar en algún espacio concreto. El desarrollo o implantación en los diferentes ámbitos es desigual y con efectos diversos. En muchas ocasiones el intento de implementar videojuegos como

15. Este videojuego se ha desarrollado par la plataforma portátil de Nintendo "DS" http://electroplankton.nintendo-europe.com/esES/index.html

una herramienta educativa se ha hecho precipitadamente sin valorar cuales eran las posibilidades reales del videojuego. A continuación se presenta, a modo de cierre de esta sección, algunas reflexiones acerca de las experiencias concretas y las reflexiones que se derivan.

6.1.4. Reflexiones y experiencias acerca de la utilización de videojuegos en educación

Cada vez parece más claro que hay que alejarse de la simplificación que se ha hecho del videojuego como herramienta educativa. No se puede pensar el videojuego como un medio para transmitir conocimientos de forma tradicional, ni tampoco como una nueva forma tecnológica de reproducir información lineal. Cuando se habla de los videojuegos hay que entender cuáles son sus particulares formas de inmersión y transmisión de conocimientos. Hay que tener en cuenta que ya no está delante del jugador un texto que puede ser leído de principio a fin, sino un cibertexto (Aarseth, 1997) que obliga a explorar y configurar sus posibilidades, a fin de cuentas un juego.

Si se hace referencia a los *Serious Games*, las mayores ventajas que presenta para la formación se encuentran en dos líneas diferentes señaladas por Prensky (2001). En primer lugar, porque se adquieren atributos y técnicas particulares que ayudan a comprender mejor y de forma más rápida conceptos y procesos complejos. En segundo lugar, aumentan el compromiso de los estudiantes en su formación debido a la motivación que se genera al lograr el éxito en el juego. En resumidas cuentas y utilizando las palabras de Marcano (2008), “resultan eficientes y además económicos” (p. 104). De todas formas, a la hora de la aplicación concreta de estos videojuegos serios en contextos educativos se debe atender a otros factores más contextuales y de aprendizaje más complejos como comenta Gros (2009).

Uno de estos enfoques es el que presenta Gee (2003) a partir de su idea de los dominios semióticos compartidos. Esto significaría que para jugar a videojuegos hay que compartir conocimientos, habilidades, herramientas y recursos para poder desarrollar una experiencia de juego. Esto desplaza la idea de que el videojuego es una labor individual, pasando a situarse en una labor colaborativa de elementos para poder avanzar en su conocimiento. “El alumno debe aprender no sólo los significados de un dominio particular de conocimiento sino que, además, debe pensar sobre el dominio a un nivel *meta*” (p. 23). Los videojuegos presentan un contexto de aprendizaje que sitúan al jugador en un

mundo concreto, con sus reglas que obligan a entender y aprender con el resto de jugadores para poder continuar y avanzar. Shaffer (2005) lo explica así:

> [los videojuegos] hacen posible la creación de mundos virtuales y, debido a que los jugadores actúan en esos mundos, se hace posible el desarrollo de acuerdos situados a partir de prácticas sociales, identidades de gran alcance, valores compartidos y formas de pensar importantes en las comunidades de práctica (p. 7).

Lo que aparece aquí no es un tipo de aprendizaje lineal sino contextual. No sería una cuestión de conocimientos que se transmiten desde el videojuego al jugador sino que sería la interacción entre el juego, sus reglas y el contexto de los jugadores los que generarían la posibilidad de un conocimiento concreto.

Otra línea interesante sería la que explora la inmersión del jugador en el videojuego. Los mundos inmersivos van más allá del aprendizaje con videojuegos, pero es en ellos donde se puede desarrollar de forma más completa en la actualidad (De Freitas & Oliver, 2006). El aprendizaje inmersivo es una característica fundamental de los videojuegos ya que proporcionan una combinación de vivencia, toma de decisiones y análisis de las consecuencias muy prometedoras respecto al mundo educativo.

El mismo Prensky (2005) habla de la posibilidad de un aprendizaje complejo a partir del uso de videojuegos en el mundo educativo. En un primer nivel, el aprendizaje que tiene lugar en un videojuego consistiría en controlar la interacción con la pantalla. Esta forma de aprender se lleva a cabo a partir de la repetición, uno aprende a partir de probar las opciones que van surgiendo y de reconocer las que le permiten avanzar dentro del mismo. En segundo lugar, aparece el aprendizaje relacionado con las reglas del videojuego. Las reglas implican la normatividad, muestran lo que está permitido y lo que no, a este nivel las normas suelen aprenderse por ensayo y error. El jugador debe descubrir lo que se puede hacer o no para poder avanzar y conseguir los objetivos que el videojuego le presenta. En tercer lugar, los jugadores deben generar una estrategia, aprenderla a medida que avanzan en su complejidad y, poco a poco, controlan esas situaciones. Las estrategias que los jugadores pueden aplicar varía dependiendo del tipo de videojuego y las consecuencias buscadas en cada etapa del mismo. En último lugar, los jugadores perciben también las diferentes visiones culturales sobre el mundo que el videojuego les presenta. Sobre todo en videojuegos de simulación social como *Los Sims* (2000) se presenta un modelo social que reproduce los valores occidentales de comportamiento

en una sociedad de consumo. Incluso en otros videojuegos como *Imperium IV* (2005) se observa como las estrategias que permiten al jugador avanzar, aún representando diferentes culturas, son las del utilitarismo pragmático de inspiración norteamericana.

Así, se pueden ver los diferentes enfoques a la hora de entender las formas de aprender con videojuegos. Esta disparidad ha generado un abanico bastante grande dentro de las investigaciones sobre la aplicación de los videojuegos en el contexto educativo, sobre todo en la escuela. Algunos de los aspectos que han centrado esas investigaciones están relacionados con la capacidad del videojuego para promover la motivación (Becta, 2002 & Prensky, 2002). Otras investigaciones ha profundizado en la capacidad del videojuego respecto a la implicación del estudiante (Kafai, 2001) y la capacidad del videojuego como elemento de alfabetización digital (Gee, 2003). Por otro lado, se han investigado las posibles relaciones del uso de los videojuegos con el rendimiento académico (Mitchell & Savill-Smith, 2005) aunque como ya se comentaba en páginas anteriores no hay una evidencia de que su uso mejore o empeore de forma significativa los resultados académicos. Incluso se puede añadir que es difícil encontrar esas evidencias empíricas sobre las posibles ventajas en los resultados académicos de los videojugadores si se sigue aplicando la medición de las mismas variables que en los estudios pedagógicos tradicionales (Kafai, 2001).

Otro de los puntos más importantes a la hora de analizar las experiencias educativas con videojuegos es el papel de los profesores, incluso muchos investigadores los sitúan como el principal freno para su posible aplicación (De Freitas & Oliver, 2006; Gros & Garrido, 2008). El rechazo de muchos profesores al uso de los videojuegos en el aula no es el único responsable de la problemática como comenta Sandford (2006) en un estudio donde analiza algunas experiencias con profesores de primaria. En este estudio se señala a la planificación de los horarios fijos y la división por materias como los elementos que dificultan la aplicación efectiva de los videojuegos como herramienta pedagógica, ya que los videojuegos necesitan de una visión y planificación más interdisciplinar para que puedan desarrollarse plenamente. Volviendo al papel del profesor, aparece el miedo al uso del videojuego por parte de los docentes. Esta desconfianza respecto al uso de los videojuegos por parte de los profesores genera que se confunda cual debe ser el papel del educador respecto a la introducción del videojuegos en el aula. Como comentan los autores de esta investigación (Sandford at al., 2006):

> “el uso exitoso del videojuego en el aula se debe mucho más a la habilidad del profesorado para integrar nuevos conocimientos en el currículum que a la habilidad de utilizar el videojuego. En todos los casos, se evidencia que el profesor juega un papel central en el apoyo del aprendizaje de los estudiantes, más allá de los elementos operativos del uso del juego” (p. 4).

A modo de cierre, se puede señalar que lo que muestran estas diferentes experiencias y estudios sobre la introducción de los videojuegos como herramienta educativa es que hay que cambiar la forma de trabajar con ellos. Los videojuegos generan una forma particular de aprendizaje que puede aplicarse en el trabajo en el aula de forma similar al que se utiliza para desarrollo de proyectos colaborativos. Las capacidades y habilidades que hay que generar para poder avanzar en el videojuego están relacionadas con diferentes capacidades como la autonomía, la capacidad de organización y gestión de cada grupo de trabajo entorno a una problemática, el establecimiento de objetivos específicos, la responsabilidad compartida con los compañeros y el seguimiento del proceso entre todos los alumnos (Gros, 2009). Así, lo que se encuentra es que el videojuego es la excusa para acercarse a un tema o problemática que se quiera tratar en el aula. El interés del videojuego como herramienta pedagógica estará centrado no tanto en la consecución de victorias o avances dentro del mismo sino en la resolución de la problemática que presenta el videojuego. Esto obligará a los alumnos a generar estrategias de investigación y exploración conjunta para poder avanzar dentro del videojuego.

El videojuego como herramienta pedagógica debe ser abordado a partir del objetivo para el cual quiere ser utilizado. Si lo que se quiere es generar ese trabajo en equipo, capacidad de resolución de problemas y generar diferentes perspectivas sobre una problemática concreta el videojuego puede ser una buena herramienta. Por otro lado, también puede ser una buena opción si lo que nos interesa es transmitir ciertos conocimientos a partir de la simulación como ocurre con videojuegos para la salud. Las variedades de videojuegos y usos para la formación son muy complejos, hay que pensar a dónde se quiere llegar y de qué forma para poder utilizarlos como herramienta educativa. Lo que muestran estos intentos de introducción del videojuego en el marco educativo es que su potencia para transmitir discursos es más sutil que en otros medios. La capacidad de producir discursos va a estar más allá de la narración de una historia o ciertos conceptos. El videojuego va a convertirse en un texto (cibertexto) donde se van a poner en juego más discursos de los que aparentemente se declaran. Los procesos de construcción de objetos, sujetos y discursos van a estar ligados con la particular forma de transmisión de discursos. Las

mecánicas de juego y la experiencia que provocan en el jugador van a ser las verdaderas formas de educar que los videojuegos proponen.

De esta forma, debe plantearse una forma diferente de aprender a través de videojuegos. Prácticas propias que el videojuego presenta y que aún no han sido aplicadas con éxito en la mayoría de ámbitos formativos. Queda claro que la forma de transmitir discursos de los videojuegos es mucho más sutil de lo que puede parecer a simple vista. En el siguiente capítulo se explora, a partir del caso concreto de las investigaciones entre género y videojuegos, algunas de esas formas sutiles. Se analiza la posible relación entre desigualdad de género y la responsabilidad de los videojuegos en esa discriminación.

Level 7: La perspectiva de género acerca del videojuego.

7.1. Dimensión de género[16]

En este recorrido por las diferentes dimensiones del videojuego como objeto de estudio hay que detenerse un momento en su relación con las discusiones sobre el género. Al igual que en el resto de aproximaciones académicas, el género ha sido otro campo de batalla donde los videojuegos han sido acusados de generar o cuanto menos reproducir las desigualdades entre hombres y mujeres. Así, se encuentra con cierta asiduidad una idea casi generalizada acerca que los videojuegos cuentan historias donde los personajes y las formas de juego reproducen los estereotipos sobre el género que se dan en la sociedad contemporánea. En esta parte del texto se muestran las diferentes aproximaciones respecto de la construcción del género en los videojuegos para clarificar a qué se están refiriendo exactamente cuando hablan de esa relación. A la vez, también es necesario clarificar y contextualizar la idoneidad de estas críticas en el contexto del mundo del videojuego y su relación con otros procesos que llevan a la generación de esa visión del género.

Además, hay que entender esta discusión como un tema que va más allá del mundo de los videojuegos y que está relacionado con la emergencia de las tecnologías de la información y la comunicación en relación con el género. Una discusión que va más allá del uso que se hace de esas tecnologías para entender cuáles son los procesos de

16. Agradezco a Adriana Gil, Joel Feliu y Ana Vitores sus valiosas aportaciones respecto a la bibliografía sobre género y videojuegos a la vez que sus certeras reflexiones sobre esta problemática plasmadas en su artículo "Gil-Juarez, A., Feliu, J. & Vitores, A. (2010) Performatividad Tecnológica de Género: Explorando la Brecha Digital en el mundo del Videojuego. *Quaderns de Psicología*, 12 (2), 209-226. Recuperado el 12 de diciembre de 2010 en http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/view/758"

producción de las mismas y lo que implica en la construcción identitaria del género. El caso de los videojuegos sirve para aproximar toda esta problemática y centrarla en esta investigación. Aunque no hay que perder de vista que la problemática va más allá de los videojuegos como dicen Gil, Feliu y Vitores (2010) “mostraremos […] cómo las opciones y preferencias de las chicas por determinados videojuegos y estilos de jugar se pueden interpretar como una forma de performar su identidad de género” (p. 210). Como se verá más adelante la construcción del género en los videojuegos es parte de esa producción de discursos, estas prácticas que se mueve en múltiples pantallas interactivas.

Los videojuegos han sido un entretenimiento de chicos pensados por otros chicos. Esta parece ser la explicación por la cual las chicas no han tenido nunca gran interés por los videojuegos, o como mínimo no con la misma intensidad que han demostrado los varones. Esta falta de interés por los videojuegos tiene que enmarcarse en una desafección mucho más amplia de las mujeres respecto al mundo de la tecnología. Esta desafección se ve reflejada en las preferencias de las chicas a la hora de inscribirse en las carreras universitarias denominadas técnicas, donde son mayoría de los estudiantes masculinos. Esa falta de interés parece reproducirse en el mundo doméstico y lúdico donde las mujeres no muestran el mismo interés por los aparatos tecnológicos que los hombres. Habitualmente esta falta de interés se ha achacado a ciertos atributos del género que propiciaban mayor o menor competencia en esos ámbitos técnicos, aunque lo que emerge es que esa falta de interés respecto al mundo de la tecnología responde a la construcción sociocultural de esas tecnologías como actividades producidas y pensadas para los hombres (Cockburn, 1992 & Wajcman, 2006). Se verá como todas esas tensiones sobre el género se plasman en la aproximación académica que se ha hecho sobre los videojuegos y el género.

Esta falta de interés de las mujeres por la tecnología se ha conceptualizado como una nueva brecha digital. Esta brecha estaría relacionada con la falta de competencias y habilidades respecto a la TIC’s, hecho que provocaría una desventaja en diferentes ámbitos de la vida social y laboral debido a que estas TIC’s configuran parte de las prácticas en el contexto social contemporáneo. Desde esta perspectiva, se relaciona el poco interés de las chicas en los videojuegos como una de esas posibles causas de la brecha digital. Esta relación se basa en la idea que presenta a los videojuegos como la primera aproximación entre los niños y las TIC’s. Esta relación aparece como ese primer uso lúdico de la tecnología, una forma de adquisición de competencias para futuras interacciones e interés por las TIC’s en el mundo adulto. Incluso esa relación entre niños y videojuegos va a fundamentar las posteriores elecciones sobre las profesiones relacionadas con esas

tecnologías, a la vez que van a disminuir las posibilidades de que las mujeres accedan a esos espacios de desarrollo profesional (Beavis & Claire, 2007; Hayes, 2008; Jenson & de Castell, 2005; Kafai, 1998; Subrahmanyam & Greenfield, 1998).

En este contexto, hay que entender la relación de los videojuegos y el uso que las chicas le dan como un gran escaparate donde observar esos efectos de la desigualdad de género. Entendiendo a los videojuegos como reproductores de esas desigualdades a partir de ciertas prácticas discursivas, y no tanto como los causantes de esas diferencias. Además, la concepción del género que manejan la mayoría de los estudios es demasiado estática y dan por naturales ciertas cualidades innatas que se ponen de manifiesto en la relación de las chicas con los videojuegos. El género no es algo dado sino construido, que se va formando y modificando por diferentes formas de hacer y decir (Butler, 2001). Si se parte de una concepción del género diferente, que no atribuye los comportamientos o gustos de las chicas como algo propio de su naturaleza sino que aparece por el hecho de configurarse en ese proceso performativo, se entiende mejor su particular relación con los videojuegos. Jugar o no a videojuegos ya no será una opción determinada por las peculiares características y gustos de determinado género sino de una relación más compleja entre cómo se va produciendo ese proceso de devenir chica en relación con las formas de jugar a videojuegos.

7.1.1. ¿A las chicas les gustan los videojuegos?

Esta parece ser la primera cuestión a la cual se enfrentaron las investigaciones sobre género y videojuegos, es decir, ¿a las chicas les gustan los videojuegos? La respuesta a esa cuestión reveló que las niñas mostraban menos interés por los videojuegos que los chicos. No sólo eso sino que lo valoraban menos como entretenimiento y tenían menos conocimientos sobre ese mundo particular. Existía una escisión temprana acerca del interés que mostraban los niños y las niñas sobre el uso de videojuegos. Pero incluso las niñas y mujeres que sí se interesaban por los videojuegos lo hacían de forma menos frecuente y jugaban por periodos de tiempo más cortos que los niños y los hombres (Brown, Hall, Holtzer, Brown & Brown, 1997; Cassell & Jenkins, 1998a; Lucas & Sherry, 2004; Díez, 2004). Esta constatación ha generado nuevas investigaciones tratando de explicar por qué las chicas y las mujeres se interesan menos por los videojuegos. La mayoría de esas investigaciones se han basado, para explicar esa falta de interés, en los contenidos narrativos de los videojuegos, los roles protagonizados por las mujeres y las mecánicas de juego que proponen los mismos.

El contexto del mundo de los videojuegos sería el de una industria que ve en los hombres su principal consumidor. De esta forma proyecta todos sus esfuerzos propagandísticos en atraer a ese público masculino (Ivory, 2006), dejando de lado las posibles estrategias mercadotécnicas que podrían atraer al público femenino. Así, muchas mujeres acceden a los videojuegos por otros canales de información que no son las campañas publicitarias pensadas para el público masculino (Ker, 2003; Royse, Lee, Undrahbuyan, Hopson & Consalvo 2007). La mayoría de videojuegos están pensados para ese público, así que como señalan Gil et al. "[en] la presencia de violencia, la construcción de los personajes y el centrarse en la competición como mecanismo de diversión (2010, p.213)", están los principales frenos al interés de las chicas en los videojuegos.

En la actualidad se puede observar como la industria del videojuego está cambiando esta estrategia respecto a los contenidos, por un lado, y a lo que concierne a las estrategias publicitarias de muchos de sus lanzamientos con la intención de incorporar cada vez más a las chicas al consumo de videojuegos. Este cambio se produce a partir del discurso que declara adaptarse a los gustos femeninos. Estos gustos que van incorporándose a nuevos videojuegos estarían basados en una mecánica de juego más social, comunicativa y colaborativa. Así, no es difícil en la actualidad encontrarse con campañas de publicidad de videojuegos a nivel internacional donde se explotan esas facetas más "femeninas" en los videojuegos como *SingStar3* (2009) o *WiiSports* (2006)[17]. A partir de estos tres elementos comentados, la violencia, la construcción de personajes y la competición como mecanismo de diversión, se revisan las investigaciones que señalan a estos temas como los responsables de que las chicas no se interesen por los videojuegos.

7.1.2. La violencia sólo divierte a los chicos

Una de las principales líneas en las investigaciones sobre videojuegos y género ha sido el tema de la violencia. Esta perspectiva ha relacionado el poco interés de las chicas en los videojuegos porque no son atraídas por esos contenidos basados en la violencia. Las temáticas de la mayoría de videojuegos consistirían en disparar, pelear y enfrentarse violentamente por algún objetivo que permite avanzar dentro del juego hasta conseguir la victoria. La relación con la violencia física, la utilización de las armas o de la competencia violenta configurarían la mayoría de los contenidos de los videojuegos (Dietz, 1998; Smith, Lachlan & Tamborini, 2003).

17. Ejemplo son las publicidades de Sony PlayStation 3 y Nintendo Wii. Se puede ver esas diferentes formas de promoción en los siguientes videos http://www.youtube.com/watch?v=Fki4RCMd_1U ; http://www.youtube.com/watch?v=g139V8SilDw

Desde esta perspectiva se presentan dos posiciones encontradas. Por un lado, a las chicas no les gusta la violencia; y por el otro, los videojuegos tienen primordialmente contenidos violentos y agresivos. De esta forma, emerge una "lógica" del poco interés que las chicas muestran por los videojuegos debido a que sus gustos no coinciden con las temáticas de los creadores, pensadas para los intereses de los chicos (Jansz, 2005; Kafai, 1996). Esta posición da por sentadas demasiadas cosas y genera discursos implícitos respecto del género y sus atributos. Para empezar, porque atribuye a lo masculino una propensión por lo violento que quedaría ratificado en el interés por los videojuegos con esa temática. Además, se observa que en la actualidad la mayoría de los videojuegos más populares no responden a ese estereotipo violento. Por ejemplo, en 2009 sólo un videojuego de temática violenta estaba entre los diez más vendidos del año (*Call of Duty: Modern Walfare 2* (2009), en sexta posición entre los más vendidos en España (ADESE, 2010). Aún así, incluso cuando no se cumple esta idea sobre la temática violenta en el contenido de los videojuegos las chicas siguen interesándose menos.

Esta relación entre la temática violenta de los videojuegos y desinterés de las chicas se basa en dos estereotipos ampliamente difundidos. En primer lugar, la idea que la inmensa mayoría de videojuegos son de temática violenta; y en segundo lugar, que el género predispone de forma natural hacía ciertos gustos o preferencias. En la actualidad no puede seguir sosteniéndose el estereotipo acerca de que los videojuegos se basan en únicamente en temáticas violentas. Estos juegos son un género determinado dentro del amplio mundo de los videojuegos como lo son en el cine o la literatura. Pensar que sólo existen ese tipo de videojuegos es reduccionista y sólo responde a una visión superficial e interesada. De la misma forma, hablar de que las chicas de "forma natural" rechazan los contenidos violentos y, a la vez, que los chicos los buscan es una simplificación de los procesos de construcción del género. No hay nada en los chicos o las chicas que les haga aborrecer o buscar los contenidos violentos, lo que emerge son diferentes formas de construir la identidad de género que ha promocionado que los chicos se diviertan con esa violencia y las chicas no. Pensar la relación entre género y videojuegos a partir de esas categorías es simplificar una controversia mucho más compleja.

7.1.3. Personajes y roles femeninos

Otro de los argumentos que muchas investigaciones han defendido para justificar el por qué las chicas no se interesan por los videojuegos ha sido la escasa aparición de personajes femeninos en los videojuegos. Este hecho provocaría poca identificación de las

chicas con los personajes que aparecen en los videojuegos porque siempre son masculinos o actúan con roles masculinos (Beasley & Standley, 2002; Dill, Gentile, Richter & Dill 2005; Escofet & Rubio, 2007; Hartmann & Klimmt, 2006; Ivory, 2006; Scharrer, 2004). El hecho de que haya muy pocos personajes femeninos en los videojuegos hace que las chicas no se identifiquen y pierdan el interés por las tramas narrativas del juego. Hay algunos estudios que defienden que cuando se introducen personajes femeninos en los videojuegos aumenta el interés y aparece esa identificación, en esos casos las chicas juegan más y dicen disfrutar de la experiencia del juego (Kafai, 1996; Mikula, 2003).

El problema surge cuando la mayoría de personajes femeninos son construidos desde la visión masculina, es decir, que responden a una imagen de las mujeres pensada para atraer a los chicos. Así, abundan los personajes femeninos que sólo acompañan al héroe o simplemente esperan a ser rescatadas al estilo de las princesas de los cuentos infantiles. A veces, incluso son elementos puramente decorativos que van apareciendo durante el transcurso del juego para ser el objeto de la violencia o para ser rescatadas de esa violencia por el personaje masculino (Dietz, 1998 & Gailey, 1993). Es cierto que esto no ocurre en todas las apariciones de personajes femeninos en videojuegos, pero hasta hace relativamente poco era un tópico bastante recurrente en las tramas de los videojuegos, desde la *Princesa Peach* que *Mario* intenta rescatar a las más modernas heroínas como *Lara Croft*.

Además, cuando a partir de la década de los noventa se empezaron a introducir personajes femeninos como protagonistas de la trama se optó por seguir satisfaciendo las fantasías visuales masculinas. Los personajes femeninos se caracterizaron por su carácter marcadamente erotizado, haciendo énfasis en toda la dimensión erótica y sensual del personaje a ojos masculinos. Aún así, el comportamiento seguía siendo el mismo que en las tramas con personajes masculinos, es decir, héroes en busca de acción y explotando la línea argumental de la violencia (Downs & Smith, 2005 & Provenzo, 1991). Parece como si los personajes que aparecen en esos años buscan atraer al público femenino exageraran todavía más los rasgos de agresividad como es el caso de *Lara Croft* en el videojuego *Tom Raider* (1996), una especie de doble femenino disfrazado de fantasía erótica masculina (Janz & Martis, 2007; Schleiner, 2001).

El argumento de este tipo de investigaciones sobre el por qué las chicas no se interesan por los videojuegos se justificaría de la siguiente manera. A las chicas les gusta establecer una identificación con los personajes de los videojuegos. Los personajes que apare-

cen en los videojuegos, incluso cuando son femeninos, no responden a esos roles que a las chicas les gustaría encontrar en los videojuegos. Así, ni los antiguos personajes, ni las nuevas creaciones basadas en personajes femeninos consiguen que las chicas generen ningún tipo de identificación, por tanto, no se interesan en los videojuegos (Laurel, 1998).

7.1.4. A las chicas no les gusta competir

Dentro de las explicaciones del por qué las chicas no se interesan por los videojuegos aparece el argumento sobre el uso de la mecánica de juego competitiva. Este argumento se apartaría de la explicación acerca de la narración del juego como elemento motivador y pasaría a relacionarla con la mecánica de juego. Eso que la ludología pone en el centro de los estudios sobre videojuegos como se verá más adelante cuando se presenten las diferentes posturas acerca de la narratología y la ludología en los *Game Studies.* Esa mecánica de juego estaría compuesta mayoritariamente de una continua estructura competitiva donde el jugador tiene que ir ganando diferentes retos que implican la derrota de sus rivales. A partir de estos argumentos, la mecánica habitual del videojuego consistiría en una competición, habitualmente a partir de métodos violentos, que acaba con la eliminación, normalmente física, de los rivales o enemigos.

Aunque la competición como mecánica es un rasgo que comparte con otros juegos, en los videojuegos se convierten en uno de los ejes principales de casi cualquier género. Desde las competiciones deportivas a batallas entre personajes mitológicos, la competición es el objetivo del juego mismo y permite establecer el propio centro del entretenimiento de los videojuegos. Al contrario de otros medios audiovisuales como la televisión o el cine, los videojuegos integran esa otra dimensión interactiva que permite dejar de ser un espectador y convertirse en protagonista (Vorderer, Hartmann & Klimmt, 2003). Este argumento volvería a interpelar a ciertos atributos de género para justificar el por qué a las chicas no les gusta la competición, mientras que es para los chicos uno de los principales entretenimientos.

Así, a partir de la misma lógica de los gustos masculinos y femeninos esgrimidos en todos los puntos anteriores, esa experiencia competitiva que impregna la mecánica de los videojuegos responde más a los gustos y atributos masculinos que a los femeninos. A las chicas les gustarían otro tipo de mecánicas no competitivas, más sociales, relacionales, que no encuentran en los videojuegos. A las chicas no les interesa la competición y, por tanto, no disfrutan en la misma medida que los chicos de la mecánica competitiva de los

videojuegos (Hartmann, & Klimmt, 2006; Lucas & Sherry, 2004). Este panorama presentado funciona siempre a partir de dar por sentado dos bloques de atributos incompatibles entre la "esencia" de los videojuegos, por un lado, y los "gustos" de las chicas por el otro. En la interacción de ambos discursos se produciría una desconexión que impide a las chicas interesarse por los videojuegos.

7.1.5. ¿Dónde y cuándo juegan las chicas a videojuegos?

Hasta ahora se han presentado las explicaciones que hacen referencia al uso que las chicas hacían con los videojuegos. Existen otro tipo de estudios que también han presentado esa diferencia de género en lo que refiere al uso de videojuegos desde la perspectiva de las condiciones materiales con las que se juega. Así, los espacios donde se juega, el acceso a la compra y uso también pueden influir en el acercamiento de las chicas a los videojuegos. Esas condiciones materiales estarían reproduciendo, en cierta manera, una discriminación de género que apartaría a las chicas del uso de videojuegos.

El espacio público para videojugar, salones recreativos en su gran mayoría, son considerados espacios masculinos (Gil & Feliu, 2006; Gil & Vida, 2007), lugares diferentes a los espacios de socialización de las chicas. Esta percepción de los espacios donde se encuentran los videojuegos como lugares masculinos genera que las chicas no accedan a ellos, aumentando así la percepción acerca de que los videojuegos son cosa de chicos. Estos estudios consideran que la formación y consolidación de este entretenimiento se produce a gran escala en espacios públicos considerados masculinos como los salones recreativos o las tiendas especializadas (Bryce & Rutter, 2003). Es importante recordar que estas acusaciones sobre la masculinidad de los espacios recreativos públicos no son nuevas, ya a finales del siglo XIX aparecieron las mismas críticas y prejuicios sobre este tipo de espacios como comenta Huhtamo (2007), incluida la percepción que esos espacios eran exclusivos para hombres.

Si hablamos del espacio privado, en los hogares, podríamos pensar que esas diferencias y prejuicios desaparecen pero no es así. La distribución y uso de los aparatos tecnológicos en las casas suele responder, en parte, al uso de género del que se hablaba anteriormente, donde existían una serie de aparatos relacionados con las mujeres (electrodomésticos, teléfonos) y otros de uso masculino (computadora, videoconsola, televisión) (Gailey, 1993; Na, 2001). Así, con la introducción generalizada de las computadoras personales en las casas se pensó que las chicas tendrían más facilidad para acceder e

interesarse por videojuegos (Thomas & Walkerdine, 2000). Sin embargo, ese uso de las tecnologías en el hogar vuelve a diferenciarse a partir del género debido a que el uso de la videoconsola se sigue viendo como algo para chicos. El espacio privado se convierte en un espacio no equitativo donde los procesos relacionados con el género se vuelven a reflejar en el acceso y uso de los videojuegos.

Algunos estudios señalan que las chicas tienen menos acceso a las computadoras y a las videoconsolas en el contexto doméstico porque estos aparatos suelen estar controlados por sus hermanos, padres o parejas (McNamee, 1998). En las entrevistas analizadas en este estudio se describe cómo es más difícil acceder a estas tecnologías para las chicas porque se atribuye una especie de naturalidad masculina en su uso. Las chicas tienen que esperar su turno, es decir, cuando ellos las desocupan o se aburren de jugar (Jenson & de Castell, 2008, 2010; Thornham, 2010). Las chicas tienen que negociar el tiempo de uso de unas tecnologías que no les pertenecen de forma natural como parece ser para los chicos. Este tipo de relación con el espacio de uso doméstico de los videojuegos hace que sea relativamente fácil ver a un padre y un hijo jugando a videojuegos, pero es muy extraño ver a madres e hijas en la misma situación. Las chicas crecen sin haber visto a sus referentes femeninos más cercanos, madres, hermanas o tías jugando a videojuegos (Aquila, 2006).

Su uso de los videojuegos está condicionado al de los chicos de la casa, es decir, ellas juegan cuando ellos no lo hacen. Esta sería la principal causa, según estos estudios, del por qué las chicas tienen menos interés en los videojuegos. Las chicas dedicarían su tiempo de ocio a otras actividades y relegarían a los videojuegos a un tiempo residual, al contrario que los chicos que lo convertirían en uno de sus entretenimientos favoritos y que más horas les absorbe (Krotoski, 2004). Esta diferenciación en las preferencias para los tiempos de ocio vuelve a relacionar cierta naturaleza del género que ya se comentaba con anterioridad sobre los atributos y gustos sobre videojuegos. Así, las chicas preferirán pasar su tiempo de ocio hablando con amigas, socializando en diferentes interacciones sociales, mientras que los chicos preferirán dedicar su tiempo a actividades más competitivas como los deportes. Es el mismo discurso que aplicaban los estudios sobre el contenido violento y la mecánica competitiva en los videojuegos. Vuelve a emerger como se hace referencia a ciertos atributos naturales que se manifiestan en el género y en su relación con los videojuegos a partir de ciertas elecciones.

Estos estudios que centran su mirada en los espacios y condiciones de acceso material a los videojuegos consideran que las chicas tienen más dificultades para poder jugar en espacios públicos y privados. Ambas situaciones se relacionan con la consideración de estos espacios como un lugar para chicos. En el caso doméstico, las chicas tienen la limitación de ser consideradas las usuarias secundarias o condicionadas, ya que acceden a los videojuegos cuando los chicos dejan de jugar. No sólo aparece una especie de supervisión del uso de los videojuegos por parte de los chicos sino que también se encargan de elegir los títulos a comprar, aparece una especie de control sobre todo el universo del videojuego doméstico.

7.1.6. ¿Qué videojuegos prefieren las chicas?

Incluso con todas las restricciones que se han comentando hasta ahora sobre el acceso y preferencias a los videojuegos de las chicas, hay estudios que se han centrado en ver cómo y a qué juegan las chicas. Aunque no sean la mayoría, muchas chicas juegan habitualmente a videojuegos. Existen una serie de investigaciones que han observado las características de la forma de jugar de las chicas (Heeter, Chu, Kaitlan, Mishra & Egidio, 2004). Otras investigaciones han observado incluso el tipo de videojuegos que han creado cuando tienen la oportunidad de diseñarlos (Heeter, Egidio, Mishra, Winn & Winn, 2009; Kafai, 1996). Todos estos estudios trazan unas características comunes a los gustos de las chicas a la hora de videojugar que ratifican lo dicho en los estudios que se dedicaban a ver por qué no jugaban.

Estas investigaciones arrojan que a las chicas les gustan los videojuegos donde no aparece la violencia (Orr Vered, 1998) y que prefieren los que tienen una mecánica de juego colaborativa más que competitiva (Grodal, 2000). Así, aparece de nuevo la idea acerca que a las chicas no les gusta la violencia ni la competición, elementos típicos de la forma de jugar masculina, hecho este que las hacía mostrar poco interés hacia los videojuegos. Al contrario, encontrarían satisfechas sus expectativas hacía los videojuegos cuando estos se presentan sin temáticas violentas y con mecánicas de juego que priorizan la colaboración antes que la victoria individual.

En estos estudios se encuentran una serie de elementos que permiten cartografiar que es lo que divierte y entretiene a las chicas en lo que a videojuegos se refiere. Los elementos que destacan permiten construir de forma clara las diferentes formas de performar el género. A las chicas les gustan los videojuegos más lentos, menos frenéticos,

al contrario del vértigo y la velocidad que buscan los chicos cuando juegan. Que tengan un trama compleja en lo narrativo y no presenten un largo proceso de aprendizaje, en cambio los chicos apuestan por una mecánica de juego más rica que les permita ir avanzando en la dificultad del mismo. Ellas prefieren los mundos sin límites donde se prioriza la exploración y experimentación a la consecución de objetivos en entornos más cerrados y rápidos que prefieren los chicos. Las chicas encuentran más divertido adentrarse en simulaciones de la vida cotidiana donde se interacciona con otros jugadores y personajes, explorando múltiples opciones de juego mientras que los chicos prefieren las historias de seres imaginarios donde ellos son el eje central de la trama. Ellas prefieren los desafíos lógicos encarnados en las aventuras gráficas, ellos la acción y la simplicidad de la habilidad con los mandos (Graner Ray, 2004; Hartmann & Klimmt, 2006; Inkpen, Upitis, Klawe, Lawry, Anderson, Ndunda, Sedighian, Lerous & Hsu, 1994; Rubin, Murray, O'Neil & Ashley, 1997).

En estos mismos estudios no sólo se describen los gustos de las chicas sino que se muestra la forma en cómo se relacionan. La implicación con el mundo de los videojuegos, en comparación a los chicos, es menos intensa. Muchas chicas no suelen recordar los nombres de algunos de los videojuegos a los que dicen jugar, muestran así que es un entretenimiento más para ellas sin llegar a los niveles de inmersión a los que acceden la mayoría de los chicos. Incluso algunas chicas muestran dudas acerca si se puede considerar jugar a videojuegos cuando se hace con el ordenador y no con la consola. Las chicas juegan pero no se identifican con el resto de elementos que configuran el denominado mundo de los videojuegos (blogs, revistas, títulos, sagas, formatos, géneros).

También emergen diferencias a la hora de adentrarse en el juego, sobre todo si son nuevos. Aparecen más diferencias respecto a los chicos cuando se les pregunta acerca de cómo acceden a nuevos videojuegos. Las chicas prefieren conocer las reglas bien antes de jugar, cuáles son los objetivos y mecánicas de juego, explorar las posibilidades antes de adentrarse de lleno en el videojuego. Los chicos prefieren ir descubriendo, a partir del ensayo/error, cuáles son las normas y los objetivos del juego (Graner Ray, 2004; Greenfield, 1996).

7.1.7. Diferencias de género en los videojuegos: ¿repensar o reproducir?

Atendiendo a todo lo expuesto en las páginas anteriores aparece una situación que se puede definir como de reproducción esencialista de discursos sobre el género. Esta re-

producción del discurso descansa en dos bloques diferentes de prejuicios, uno sobre la esencia de los videojuegos y el otro sobre la esencia del género. Cada uno de estos bloques, con esencias aparentemente irreconciliables, ha encontrado ciertos puntos de reconciliación. Este acercamiento consistiría en cambiar ciertas esencias de los videojuegos para adaptarse a las cualidades del género femenino. Así, los videojuegos serían esencialmente violentos en los contenidos, competitivos en su mecánica de juego y fomentarían la inmersión individual del jugador. Por el contrario, el género femenino en su relación con los videojuegos sacaría a la luz que sus gustos se basan en contenidos más lúdicos, menos violentos, con narrativas más ricas y con la posibilidad de compartir el juego con más jugadores potenciando la comunicación sobre la inmersión individual.

Dada esta situación irreconciliable, el videojuego parece ser un espacio para el disfrute masculino, tanto desde un punto de vista de contenidos como de condiciones de posibilidad materiales para jugar. El videojuego es visto como un mundo masculino al cual las chicas sólo tienen acceso como invitadas o usuarias ocasionales. Las chicas reconocen esos espacios materiales como lugares de socialización masculinos donde no tienen cabida y no intentan habitarlos. Cuando lo hacen es en una suerte de cesión temporal y condicionada a los gustos de sus moradores habituales masculinos. En la actualidad estaría apareciendo un espacio de reconciliación entre ambas posturas. Los creadores de videojuegos y las compañías que los distribuyen estarían generando juegos con las características que las chicas demandan con la generación de los denominados “videojuegos sociales”. Videojuegos donde priman las características del juego que demandaban las chicas para centrar su interés en ellos.

El problema que surge al dar por buena esta interpretación es que seguimos reproduciendo ciertos estereotipos que reifican cierto discurso sobre el género. Estos discursos se siguen moviendo en categorías “a priori” y en pares contrarios como chico y chica, violencia y no violencia, competición o colaboración, individual y compartido. Estas categorías generan un mundo estático donde cada actor se sitúa en su lugar con sus características y donde no es posible reconciliación o punto de encuentro sino es a partir ceder a las esencias del otro. Existen otras aproximaciones teóricas que apuestan por entender la relación entre videojuegos y género de forma diferente. Esta mirada diferente entendería esta relación entre videojuegos y género como una situación contextualizada que depende de otros factores sociales y culturales. Además, se desprendería de la noción de género como algo dado de forma natural para entenderlo como un proceso constructivo a lo largo del tiempo (Carr, 2005; Yee, 2008).

Respecto a los elementos concernientes al género en relación con los videojuegos, estos estudios intentan “desencializar” el discurso de los gustos y mecánicas de juego nombradas como “femeninas”, a la vez que muestran como ese rol de género se performa a partir de la experiencia y la competencia en los juegos (Gil et al, 2010). Así, existen estudios donde se afirma que hay chicas que no son jugadoras ocasionales como se dice en la mayoría de estudios sino verdaderas jugadoras “hardcore”. Estas chicas no responden a los cánones que dictan los estudios sobre su relación con los videojuegos (Royse et al., 2007). Lo que surge es que sus preferencias y gustos no concuerdan con lo que se espera de ellas sino que responde al patrón masculino. Ese cambio responde a que su experiencia de juego cambio al acumular más horas de juego, y con ello sus gustos y preferencias. Es decir, las habilidades en relación a los videojuegos cambias las preferencias sobre las temáticas y mecánicas. Esta visión no contempla las habilidades y competencias con los videojuegos como algo dado en el género sino como una consecuencia de su experiencia misma.

A medida que se observa a estas jugadoras se percibe que cuanto más tiempo pasan jugando y más competencias adquieren sobre el juego menos se comportan como chicas. Su forma de actuar se acerca a la del experto inmerso en su mundo y se aleja al jugador ocasional que desconoce las reglas, se distrae, conversa, se aburre. Es decir, lo que habitualmente se achaca a una forma de jugar femenina no es más que la forma de actuar de alguien que sabe poco de videojuegos. Los gustos y competencias son una cuestión de grados de implicación e inmersión, poco tienen que ver con las cualidades del género. La diferencia entre cómo juegan las chicas y los chicos no responden a las cualidades “naturales” de su género sino a la experiencia y saberes respecto del videojuego que tengan.

Otra revisión muy importante a este enfoque sobre el género en relación a los videojuegos viene dada desde la crítica a la concepción de género como algo dado “a priori”. Esta crítica intentaría desmontar el discurso de las características “naturales” de cada género que se ve reflejada en su relación con los videojuegos. Esta otra mirada hablaría de roles adscritos y adquiridos, resituando esos gustos y preferencias de las chicas fuera de lo dado “a priori” por su género (Butler, 2001). Este enfoque no entendería los comportamientos de las chicas como algo natural sino como una respuesta a lo que se espera de ellas, de igual forma sus gustos responderían a lo que se espera que prefieran las chicas. Así, el discurso del género se habría convertido en una especie de circulación

de expectativas que acaban borrando su origen y reemplazándolo por una esencialidad primera que las justifica.

Decir que a las chicas no les gusta competir y la violencia no remitiría a sus cualidades de género sino a que están actuando como se espera que actúen. Existe una contradicción entre lo que les gustaría hacer para avanzar y ganar en el juego y lo que se espera de ellas para que su comportamiento no sea calificado como masculino (Walkerdine, 2006). Cuando los chicos juegan, compiten y demuestran que quieren ganar a todos sus rivales se considera una actitud acorde a sus cualidades de género, pero las chicas se encuentran constantemente en la contradicción entre lo que les gustaría hacer para ganar y lo que se supone que tienen que hacer. Es una situación irreconciliable porque lo que se espera de ellas es que presten atención a otros aspectos como la sociabilidad, la comunicación (Dussel, 2007), no que su objetivo sea ganar al resto sin importarles lo que les pase.

En este mismo sentido, se ha observado como las jugadoras manejan esos estereotipos sobre el juego femenino de forma consciente, articulando esa forma de actuar dependiendo del contexto en el que se encuentra. Así, el género aparece aquí como una forma de presentarse consciente, articulada de manera que aparece en el acto de jugar, una forma de relacionarse con los demás a través del juego. No aparece como algo dado “a priori” que determina a las chicas cómo jugar sino que produce en ese contexto determinado. En género es negociado, puesto en escena, no sólo por las chicas sino por todos en el acto de jugar. Esta definición de género amplia la visión que se ha utilizado habitualmente a la hora de analizar la relación de las chicas con los videojuegos, Butler (1998) lo presenta así:

> [El] género es lo que uno asume, invariablemente, bajo coacción, a diario e incesantemente, con ansiedad y placer, pero tomar erróneamente este acto continuo por un dato natural y lingüístico es renunciar al poder de ampliar el campo cultural con performances subversivas de diversas clases (p. 314).

Hace faltar replantear y repensar diferentes categorías de análisis respecto a la relación entre videojuegos y género para no caer en la reproducción de ciertos discursos estereotipados y enfoques analíticos estáticos. En primer lugar, la esencia de los “videojuegos” tal y cómo se presentan en estas investigaciones no responde a la situación actual. Hay una gran variedad de géneros que implican diferentes contenidos, temáticas y mecánicas

de juego. Acusar a los videojuegos de sólo proponer un juego con contenidos violentos es una falsedad que sólo responde a prejuicios y desconocimiento. En la actualidad la industria del videojuego se mueve en la búsqueda de nuevos mercados más allá del jugador "hardcore", ese aficionado a los videojuegos que podía dedicarle cientos de horas a su mayor entretenimiento. Esa búsqueda ha encontrado en el jugador "casual" un usuario igualmente legítimo que busca otro tipo de entretenimientos a partir de nuevas formas y temáticas en los videojuegos.

La problemática consiste en saber diferenciar correctamente que un jugador "casual" no tiene que ser obligatoriamente una chica, ni todos los jugadores "hardcore" son necesariamente chicos. No se puede confundir la implicación e inmersión en el juego con las características y gustos de cada género. Lo que sí aparece es una dificultad de las chicas para poder convertirse en jugadoras "hardcore" porque este hecho entra en conflicto con su construcción del rol de género. Para poder llegar a esos niveles de experiencia e inmersión las chicas tienen que adquirir ciertos comportamientos que son considerados masculinos, promocionados y valorados en ellos pero censurados y reprimidos en ellas. Las investigaciones sobre género y videojuegos se han movido en unas categorías que no son capaces de explicar la relación que surge de la experiencia de juego de las chicas,

> Por ello al investigar la Brecha Digital de Género en los videojuegos, no es suficiente con analizar las cantidades de jugadores/as existentes, su género, el número de horas que juegan y ni tan siquiera el tipo de videojuego preferido, sino que debe describirse el sentido que tiene su uso para los y las jugadores/as y cómo el juego y la subjetividad de cada uno se conforman mutuamente. De este modo, creemos importante realizar análisis locales, situados, para no generalizar ni universalizar conclusiones sobre las capacidades e intereses de las mujeres y, entonces, atender a la fluidez performativa del género (Gil et al., 2010, p. 219).

Hay que hacer el esfuerzo de repensar estas relaciones dentro de la sociedad para no volver a reproducir los estereotipos de género en cualquier relación con las tecnologías de la información y la comunicación. No se puede seguir pensando los videojuegos como algo externo que afecta de cierta manera al género. Esta relación es parte constitutiva de la forma de pensarse en un mundo donde estas tecnologías no son exteriores sino que son el mundo donde se vive (Feliu, 2006). Estas tecnologías son parte de de los individuos, habitan en sus cuerpos y los constituyen identitariamente.

Así, hay que replantear la misma noción de género para poder analizar el papel que juegan los videojuegos en esa desigualdad. A la vez, el videojuego puede convertirse en un elemento de ayuda a la hora de detectar esas nuevas formas de producción del género. La dimensión de género ha sido la última de esas miradas externas sobre videojuegos, ya que en el siguiente capítulo se hace una presentación de las principales líneas de investigación que tienen al videojuego como campo de estudio propio.

Level 8. La aparición de los Game Studies.

8.1. Game Studies. Una disciplina para un mundo propio

Hasta ahora se ha relatado las aproximaciones que desde diferentes disciplinas han abordado al videojuego, siendo este un objeto de estudio utilizado para explicar diferentes ámbitos individuales, sociales y culturales. En las últimas décadas el crecimiento de los videojuegos ha generado un movimiento dentro del mundo académico que ha reclamado un espacio propio dentro de las discusiones sobre videojuegos. La consolidación del videojuego como producto cultural en las sociedades contemporáneas ha permitido crear un espacio académico propio que se dedique a estudiar estos juegos sin necesidad de recurrir a los programas de otras disciplinas como la historia del arte, la comunicación o el cine. Este movimiento afirma que el videojuego es un medio suficientemente maduro como para crear su propio campo de estudio donde se analicen y piensen sin necesidad de relacionarlo a otros procesos que no sean los propios. Ese movimiento recibe el nombre de *Game Studies*.

Esta nueva disciplina se va a articular principalmente a partir de dos ejes explicativos. Las líneas principales que esta nueva disciplina va a proponer para estudiar a los videojuegos son la narratología (Aarseth, 1997) y la ludología (Frasca, 2001). Estas dos formas de entender los juegos van a marcar el pulso de esta joven disciplina. Por un lado, la narratología va a entender los juegos como historias contadas a partir de un nuevo medio y va a intentar explicar cómo es la experiencia del lector de narraciones no lineales. Por el otro, la ludología va a fijar su interés en los videojuegos como experiencia lúdica desde una perspectiva más socio-antropológica, siguiendo en cierta forma los estudios sobre los juegos humanos (Huizinga, 1996). En la dialéctica entre estos dos enfoques se van a ir integrando otras preocupaciones y enfoques donde también se presta atención a cuestiones morales del diseño de videojuegos (Bogost, 2007) y las posibilidades discursivas de los videojuegos.

A partir de estos dos enfoques se van instituyendo dos polos acerca de la narración y la experiencia que el videojuego genera en los usuarios, de esta forma se va a confeccionar un campo de estudio mucho más complejo. A continuación se detalla con más precisión cuáles han sido las propuestas de estos enfoques a la hora de abordar el análisis de videojuegos. Aún así, es necesario puntualizar que estas dos líneas de actuación remiten en cierta forma a lo que posteriormente será el análisis discursivo de esta investigación. Por un lado, que existe una narración en cada videojuego que se transmite de forma manifiesta y latente a partir de los discursos de los cuáles es productor y reproductor. Y por el otro, que provoca efectos a partir de su experiencia lúdica, se realizan acciones cuando se juega con ellos. Ambos enfoques no dejan de estar en la misma línea que aquí se propone, es decir, analizar el tipo de discurso que el videojuego produce y transmite en la sociedad contemporánea a partir de sus particulares formas de interacción basadas en la experiencia audiovisual interactiva.

De todas formas es necesario aclarar que estos dos enfoques no son los únicos con los cuáles se trabaja en videojuegos. Esta elección sobre la importancia de la narratología y la ludología está hecha desde el interés del enfoque discursivo que aquí se presenta debido al objetivo de esta investigación. Obviamente, en los anteriores apartados ya se ha presentado lo que hoy se considera, desde un sentido amplio, los *Game Studies*. Para mostrar las principales líneas que componen la investigación en videojuegos se pueden consultar dos manuales que intenta exponer cuáles son esas aproximaciones diversas. El primero es *Handbook of Computer Game Studies* (Raessens & Goldstein, 2005), y el segundo es *Understanding videogames* (Egenfeldt-Nielsen; Heide-Smith & Pajares, 2008). Estos no son los únicos manuales que han intentado generar un mapa de la disciplina, como ya se ha comentado en apartados anteriores, pero sí son los más recientes que han puesto sobre la mesa las diferentes áreas donde se está trabajando en el estudio de videojuegos.

En cierta forma estos estudios generan la misma separación que esta investigación ha defendido desde el principio a partir de la diferenciación entre “objeto de estudio” y “campo de estudio” pero a partir de categorías diferentes. El mismo Egenfeldt-Nielsen (2008) separa estos dos ámbitos a partir de los “estudios formalistas” y los “estudios contextuales”. En los primeros se encontrarían la ludología, la narratología, la semiótica y las teorías del diseño de juegos. Lo que Egenfeldt-Nielsen nombra como estudios formalistas es lo que se entiende como campo de estudio propio de los videojuegos. Mientras que dentro de los “estudios contextuales” estarían incluidos los estudios sobre efectos sociales, repre-

sentaciones culturales, educación, salud y psicología. Lo que aquí se denomina estudios donde el videojuego se utiliza como "objeto de estudio" para explicar otros fenómenos.

Lo que Egenfeldt-Nielsen entiende como estudios formalistas es lo que, desde el punto de vista de esta investigación, genera la posibilidad de un campo propio de estudio. Mientras que los estudios contextuales presentan a los videojuegos como un objeto de estudio que sirve para explicar otros fenómenos individuales, sociales o culturales. Egenfeldt-Nielsen añade un tercer grupo que denomina estudios de estructuras y procesos de producción. Esta categoría hace referencia a la cuestión material y de dimensión de la industria del videojuego. En esta investigación se considera que esta parte pertenece a la categoría objeto de estudio como ya se ha expuesto en el apartado sobre la dimensión económica del videojuego. Lo interesante es observar como desde diferentes aproximaciones hay la sospecha acerca de las importantes diferencias entre un tipo de enfoque y otro.

8.2. Estudios formalistas o campo de estudio

Este tipo de estudios se enmarcan en toda una tradición que tiene por objetivo reflexionar sobre las obras culturales por sí mismas sin atender a los efectos en el público o la utilización social que se les puedan dar. Ejemplos de esta tradición se encuentran en la literatura, el cine y la televisión como los tres medios de comunicación más importantes del siglo XX. Este tipo de estudios tienen como objetivo analizar las cuestiones formales que hacen de un medio determinado, a partir de sus particulares formas de comunicación, una máquina capaz de transmitir discursos sobre el mundo. Dentro de estas diferentes perspectivas que confluyen aquí pueden nombrarse a las teorías semióticas y narratológicas (Maietti, 2004; Tosca, 2009), el análisis sobre las posibilidades retóricas y persuasivas (Bogost, 2006; Frasca, 2007) y los discursos éticos implícitos en los videojuegos (Sicart, 2009).

Dentro de estos análisis aparece otra diferencia metodológica respecto a los que se centran en hacer "análisis de videojuegos" como producto singular, o los que se valen de estos para analizar las "estructuras generales del videojuego" (Egenfeldt-Nielsen et al., 2008). Estos dos análisis están en contacto continuo porque aún centrándose en casos particulares, estos estudios siempre remiten a algún tipo de estructura compartida del medio. Al revés, los estudios que intentan elaborar un mapa de esas estructuras lo hacen a partir de videojuegos particulares. Se encuentran ejemplos de esta diferenciación como comenta Pérez (2010) en Barry Atkins (2003) y Jesper Juul (2005). El primero analizando

en profundidad diversos videojuegos, y el segundo a partir de presentar una teoría general sobre las estructura videolúdicas a partir de análisis de alguno de ellos.

8.3. Estudios contextuales u objetos de estudio

Estos estudios recogen toda esa tradición antropológica que hace referencia al significado y función de los juegos en las diferentes culturas. Quizás las dos obras más relevantes en este ámbito sean las de Johan Huizinga con *Homo Ludens* (1996) y Roger Caillois (1986) con su libro *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. Como ya se explicaba anteriormente estos estudios contextuales se han dedicado a analizar los videojuegos como un objeto de estudio que les permitía analizar, valorar o medir sus efectos en diferentes ámbitos de la vida social. Algunos de estos ámbitos se han analizados en las secciones anteriores teniendo en cuenta los objetivos de esta investigación. Las dimensiones aquí analizadas responden a la necesidad de generar un marco contextual donde el videojuego ha sido entendido como generador de efectos en la vida social contemporánea. Seguramente a partir de otros criterios se podrían incorporar nuevas dimensiones y prestar menos atención a las aquí presentadas.

Por ejemplo, en el recorrido de esta investigación se ha dejado de lado una dimensión que habitualmente es considerada como una de las más importantes dentro de estos estudios contextuales, es decir, la que se encarga de los estudios históricos. La historia del videojuego es presentada en diferentes obras como *The Ultimate history of videogames* (Kent, 2001) y de forma mucho más modesta en *Breve historia de los videojuegos* (Belli & López, 2008). En este tipo de estudios se suele hacer un recorrido contextual de los acontecimientos históricos que de forma paralela conviven en el tiempo con el surgimiento de nuevos videojuegos o consolas. La decisión de no incorporar este tipo de estudios como contextuales responde a la consideración histórica del discurso que impide separar los análisis de los videojuegos entendidos como discursos de su producción histórica. Es por este motivo que se ha decidido no incorporar este tipo de visiones dentro de la categoría de contextuales u objetos de estudio debido a que no se entienden ni son utilizados de esta forma en la esta investigación.

8.4. Narratología

La narratología aparece como la primera aproximación acerca de los videojuegos como nuevo medio de comunicación. A partir de la aparición de la informática, y sobre todo de

su introducción en la vida doméstica, se ha intentado adaptar los sistemas y herramientas teóricas pertenecientes a otros medios al estudio de videojuegos. Uno de esos primeros intentos se produjo desde la perspectiva de la literatura comparada y su interés por las nuevas narraciones que estos medios permitían a partir del concepto de hipertexto (Landow, 1995). Este tipo de análisis estaban más enfocados en las posibilidades que internet ofrecía como medio, aunque por cuestiones obvias rápidamente se adaptó al estudio de videojuegos. El concepto de hipertexto encajaba perfectamente en las posibilidades de este nuevo medio electrónico debido a su estructura. La noción de hipertexto está basada en la eliminación de la obra como estructura estable, la desaparición de la linealidad de sus contenidos y la posibilidad de interacción entre el lector y la obra. Esta interacción y la posibilidad del lector de interferir en la trama construyendo nuevos caminos permitían subvertir, en cierta forma, el concepto de autor separado del lector para fusionarlos en una suerte de autor-lector que construye su camino.

Este tipo de análisis se centraron en videojuegos de aventuras conversacionales, predecesores de lo que después se denominaron aventuras gráficas a partir de la introducción de imágenes. Esos primero videojuegos se basaban en una interfaz de texto donde en la pantalla sólo se podía interactuar a partir de comandos escritos. No dejaba de ser una especie de lectura de las novelas de ciencia ficción donde se podía elegir la aventura a seguir como en la colección *Elige tu propia aventura* que la editorial *Timun Mas* publicó en España a mediados de los ochenta. Los videojuegos que más éxito tuvieron en ese género fueron Zork (Infocom, 1980) y *The Hobbit* (Melbourne House, 1984). La interactividad que generaba ese tipo de videojuegos presentó las nuevas posibilidades acerca de narrar historias con videojuegos.

En esos momentos se produjeron varios intentos teóricos para analizar los videojuegos como hipertextos (Laurel, 1993). En su obra *Computer as theatre,* la autora analiza los videojuegos como un sistema de tramas narrativas que se van generando por la actuación de los jugadores, y para ello se basa en la propuesta aristotélica presentada en la *Poética* (1974). La autora relaciona el teatro con el videojuego a partir de la acción invisible que ambos generan, unos detrás del escenario y los otros detrás de la pantalla. Dentro de esta misma línea encontramos la obra *Hamlet en la Holocubierta* (Murray, 1995), donde se exploran las posibilidades de la generación de tramas narrativas dentro de un simulador gráfico de entornos. Esta posibilidad de interactuar en entornos simulados ha ido desarrollándose de forma muy considerable en videojuegos con los denominados simuladores, pero aún estamos a las puertas de la nueva generación de consolas que

incorporarán las tecnología “3D” o “realidad aumentada” y que permitirán acceder a esa simulación de forma más cercana a la que la ciencia ficción intuyó hace años.

Aunque no será hasta la aparición de *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature* (Aarseth, 1997) donde se avanzará de forma significativa hacia una nueva visión acerca de la narratología y los videojuegos. Este cambio se producirá al dejar de considerar los videojuegos como un hipertexto y empezar a definirlos como cibertexto. Este cambio de orientación teórica tiene como fundamento el hecho de que en los videojuegos las elecciones no son sólo exploratorias sino que determinan lo que se genera por las elecciones del jugador. Aarseth plantea que la interactividad en el hipertexto se basa en la exploración de posibilidades ya configuradas. Lo que hacemos en un hipertexto es elegir entre diferentes caminos ya configurados en una suerte de exploración dentro de la narración. En cambio, en el cibertexto las elecciones no son triviales sino que configuran el mundo que se narra.

> “Durante el proceso cibertextual, el usuario habrá efectuado una secuencia semiótica, y este esfuerzo selectivo es un trabajo de construcción física que los diferentes conceptos de *lectura* clásicos no explican. Este fenómeno que denomino *ergódico*, proviene de las ciencias físicas a partir de los conceptos griegos de *ergon* (trabajo) y de los *hodos* (trayectoria). En la literatura ergódica, se requiere un esfuerzo no trivial por parte del lector para poder recorrer el texto” (Aarseth, 1997: 3).

En el videojuego no sólo aparece un laberinto metafórico que recorrer como en muchas novelas o películas, hay un laberinto en sentido literal donde se tiene que elegir y tomar las decisiones correctas si se quiere salir de él. No sólo se participa en la elección del camino sino que en cierta forma se participa de la creación de ese camino. El cibertexto pasa a ser una máquina textual que va generando nuevos relatos y posibilidades que no estaban al principio. Esta visión del videojuego como cibertexto ha generado críticas y reflexiones sobre la conveniencia o no de considerarlo una narración como indica Jesper Juul (2005), “que algo pueda ser presentado bajo forma narrativa no implica que lo sea” (p. 37). La discusión sobre si los videojuegos deben ser considerados narraciones está viva en la joven disciplina.

En los últimos años esta línea de investigación ha marcado uno de los pilares de la nueva disciplina a partir de influyentes estudios como los de Marie-Laure Ryan (2001), Susana Tosca (2003, 2009), Mark J. O. Wolf (2001, 2003, 2005) y Bernard Perron (2003), Noah Wardrip-Fruin y Pat Harrigan (2004, 2007, 2009) por nombrar algunos de los más impor-

tantes. La producción sobre esta línea de investigación ha sido bastante prolífica como se puede apreciar por las obras publicadas en papel, al igual que si se analizan todos los artículos publicados en la revista *Game Studies* con esa temática. También son destacables dentro de esta línea las investigaciones llevadas a cabo por Carlos Scolari (2008), Oliver Pérez (2008, 2009), Mercè Oliva (2009) y Xavier Ruíz Collantes (2008, 2009), aunque su orientación esté más cercana a la semiótica que a la narratología ofrecen una excelente aproximación a esta problemática en castellano.

8.5. Ludología

La otra línea de investigación predominante en estos primeros años de la joven disciplina llamada *Game Studies* ha sido la ludología. Esta corriente de estudios ha centrado su atención en comprender a los videojuegos como otra forma más de juego desde su tradición socio-antropológica. La ludología va a entender a los videojuegos como experiencias lúdicas más que como narraciones, lo cual no significa que esta perspectiva niegue la existencia de éstas. Estos esfuerzos teóricos van a encaminarse hacia la búsqueda de las estructuras lúdicas del videojuego (Frasca, 2003b). El mismo autor define la tarea de la ludología a partir de la labor de "examinar las dinámicas específicas de los juegos, tales como la relación entre reglas, estrategias y resultados del juego" (2001).

Curiosamente la palabra ludología aparece por primera vez en un artículo de Mihaly Csikszentmihalyi (1982) titulado *Does being human matter-On some interpretative problems of comparative ludology*, casi 20 años antes de que se empezara a utilizar en el estudio de videojuegos. El término se populariza en el ámbito académico con el texto *Ludology meets Narratology: similitude and difference between (video)games and narrative* (Frasca, 2001) y abre una nueva vía para todos aquellos investigadores que quieren investigar los procesos que llevan a un videojuego a ser lo que es. Aparece aquí un desplazamiento aparente entre las preocupaciones sobre la narración hacia las cuestiones más performativas, físicas y relacionadas con las dinámicas propias de los videojuegos. Otro estudio destacado es *The open and the closed: games of emergence and games of progression* de Jesper Juul (2002), donde el objetivo de la investigación consistió es buscar cómo y por qué un videojuego llega a divertir a un jugador.

Se ha intentado simplificar en exceso a la ludología como lo opuesto a la narratología, pero los dos enfoques simplemente dan prioridad a elementos diferentes para explicar partes de este campo de estudio llamado videojuegos. Gonzalo Frasca tiene un texto

titulado *Ludologists love stories, too: notes from a debate that never took place* (2003c), donde explica de forma bastante clara estos malentendidos sobre la confrontación ficticia. Respecto a esta misma controversia Aarseth comenta que "asegurar que no existe diferencias entre los videojuegos y la narración es ignorar cualidades esenciales de ambas categorías. Pero, como este estudio intenta mostrar, la diferencia no está completamente definida y hay significativas traslaciones entre ambos" (1997: 26).

Dentro de esta línea aparece un auge de los estudios sobre cómo se puede influir o transmitir cierto discurso a partir de esta experiencia lúdica. Este desplazamiento se acercaría al objetivo de esta investigación, ya que presta atención a esos discursos implícitos que la estructura de juego va a transmitir a partir de la experiencia de jugar. Uno de los trabajos más importantes en esta línea es *Persuasive Games. The expressive power of videogames*, donde Ian Bogost (2007) presenta el concepto de retórica procedural. Este concepto hace referencia a la capacidad de algunos videojuegos de persuadir a través de sus reglas e interacciones, y no a partir de sus narraciones, imágenes o movimientos. Lo procedural habla de las reglas y los procedimientos, es decir, de las condiciones de posibilidad que permiten actuar de cierta manera dentro del videojuego. Estas reglas y procedimientos configurarían esas estructuras lúdicas en los videojuegos que denomina *persuasives games*, esos juegos que tienen una intención clara de transmitir ciertos discursos.

Otra línea de investigación muy interesante sobre cómo los videojuegos transmiten discursos más allá de sus narraciones explícitas se encuentra en *The Ethics of Computer Games* de Miguel Sicart (2009). La propuesta del autor se centra en cómo los videojuegos transmiten sistemas éticos de valores a través de su estructura lúdica. A partir de la oposición entre el sistema de juego y la experiencia de juego diseñada, Sicart plantea cuestiones sobre la dimensión ética del jugador a partir de su capacidad de tomar decisiones como usuario activo. Se vuelve a observar cómo se utiliza no tanto la narración de la historia sino su estructura lúdica y la experiencia que genera, lo que se conocerá como *gameplay*, para explicar esos discursos que el videojuego transmite de forma latente.

Para terminar este repaso por las aportaciones de la ludología cabe destacar una de las aportaciones más importantes de Gonzalo Frasca (2009) en estas discusiones. El autor advierte que debemos tener en cuenta dos dimensiones cuando se analizan videojuegos, el *playworld* y la *playformance*. El *playworld* estaría compuesto de todas aquellas partes físicas que componen el juego, imágenes, sonidos, textos, palabras, pero también el cu-

erpo del jugador y el espacio donde se juega. Según el autor, los estudios sobre juegos en general y videojuegos en particular se han centrado excesivamente en esta dimensión a la hora de estudiarlos. La *playformance* sería la acción de todos esos elementos durante el juego. Para jugar a videojuegos hay realizar una serie de acciones con todos esos elementos nombrados en el *playworld* que generan una experiencia concreta de juego.

> Hacer, tocar y moverse no son simplemente acciones pero también son maneras de entender el mundo, formas que tiene nuestro organismo de adquirir información y entender el mundo. Esto se ve claro en el diseño: es posible juzgar un par de zapatos por su textura, color y forma. Pero el usarlos –es decir caminar en ellos– nos permite conocer su comodidad, una dimensión imposible de inferir por otros medios (Frasca, 2009: 43).

Todas estas nuevas dimensiones enriquecen el estudio de videojuegos más que fragmentarlo. La ludología no deja de alertar acerca de que la narración no es la única forma de contar cosas, los discursos se transmiten de diversas maneras a partir de las reglas, las estructuras y las experiencias del juego. A esto hay que añadirle dos advertencias que todos los investigadores en videojuegos deberían tener en cuenta, "el juego es social y físico" (Frasca, 2009: 42). El juego siempre es con otros, en su presencia física o no, y el juego implica algún tipo de acción performativa. Todas estas líneas de investigación alertan de que siempre existe algún tipo de discurso que se produce y se transmite en los videojuegos, y que estos generan acciones diversas. Hacemos cosas con videojuegos.

Los *Games Studies* abren un campo propio para el estudio de videojuegos que no recurre a otras disciplinas para buscar explicaciones. Es la reacción de una generación de investigadores que buscan dar soluciones a las particulares propias del videojuego. Una disciplina propia para un mundo nuevo. A partir del siguiente capítulo se inicia la parte empírica de la investigación. Una propuesta de análisis discursivo que explora las diferentes formas en cómo el videojuego habla, seduce y convence.

Level 9. Cómo interpretar "Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul".

9.1. Criterios para la elección del videojuego a analizar

La elección de este videojuego responde a varias inquietudes y problemas metodológicos que se presentaron a la hora de seleccionar la pieza con la cual se iba a realizar el análisis. La elección siempre va a tener algo de arbitrario y azaroso, aunque es necesario

justificar el por qué de esta elección y no otras. Hay que recordar que no es existe la intención de generar ningún modelo general de análisis ni extrapolar las conclusiones que se realicen a otros videojuegos. El objetivo es observar cuáles son los discursos que este videojuego produce y cuáles son las posibles conexiones con otros, entendidos todos ellos como textos generadores de discursos. De forma más general hay que observar si el videojuego, como forma de entretenimiento contemporáneo, es en sí mismo una forma de discurso compartido en el resto de productos del medio tecnológico.

El hecho de entender el videojuego como una práctica discursiva contemporánea, que va más allá del simple entretenimiento, dirige la mirada de forma específica a los videojuegos comerciales. Obviamente esto obliga a dejar a un lado a todos aquellos videojuegos independientes o que no han gozado del favor publicitario de la gran industria. El interés en la industria del videojuego comercial está relacionado con la concepción de discurso que se adopta en esta investigación, es decir, como parte de un entramado material e ideológico mucho más amplio. El videojuego es una forma más de discurso dentro de la sociedad contemporánea que produce y reproduce relaciones de poder dentro del sistema capitalista y ayuda a consolidar visiones concretas de la realidad social. Es por este motivo que la elección está centrada en los videojuegos más comerciales. La mayoría de videojuegos minoritarios o alternativos aparecen habitualmente como productos que intentan escapar de esta dinámica comercial. A su vez, desde el punto de vista de la mecánica y el contenido también se apartan del discurso comercial. En cierta manera, propuestas como “September 12th” son una forma de análisis y crítica a la producción discursiva del videojuego comercial en sí misma. La crítica de estas propuestas minoritarias desde la puesta en práctica de un videojuego y la que se presenta en esta investigación pueden entenderse como parte de la misma psicología crítica (Parker: 2002).

El videojuego a analizar tiene que ser comercial, pero además tiene que haber llegado al máximo de lugares posibles como forma de discurso. La producción de títulos y sagas en videojuegos es extensísima, lo cual añade una nueva dificultad a la hora de elegir el título indicado. En este caso las cifras que indican los videojuegos más vendidos de la historia sirven de guía (Belli & López, 2008), es decir, los que han sido capaces de reproducir su discurso a más jugadores a lo largo de los años. Hay que tener en cuenta que las veinte sagas de videojuegos más vendidas de la historia suman más de 1.123 millones de copias vendidas en todo el mundo. Para hacerse una idea de la proporción, en el mundo de la música *The Beatles* han vendido 400 millones de copias de sus discos y *Michael*

Jackson 350 millones. A estas cifras habría que sumarle la desconocida suma de copias piratas, pero seguramente eso haría duplicar las cifras totales.

Una vez detectados estos títulos que han llegado a más jugadores hay que decidir cuál es el que va a servir para realizar el análisis. La elección se decanta por excluir juegos considerados de simulación social o que, sin ser una simulación social, tengan algún tipo de relación con la simulación de una sociedad. Se rechazan videojuegos como *Los Sims* (2000) o la saga *Grand Theft Auto* (2001), aunque cumplan los requisitos de difusión por sus copias vendidas y su impacto en la sociedad contemporánea. Esta decisión se toma para no generar un análisis que pueda ser acusado de "*ad hoc"*. El hecho de que estos videojuegos simulen elementos y comportamientos de la realidad social puede hacer pensar que simplemente se adaptan esos elementos al análisis. Lo que interesa no es describir lo que ocurre en el juego de forma literal para después ver las similitudes con la realidad fuera de él. Lo que se analiza son los discursos que transmite y que transforman la realidad social. Para ello parece más útil analizar un videojuego que sea de orden figurativo y que no pueda relacionarse con tanta facilidad con la realidad social de la cual se quiere hablar. Esto no excluye a este tipo de videojuegos para un posible análisis, como muy bien ha demostrado con sus trabajos Frasca (2001) especialmente en el caso de *Los Sims*, sino que es una limitación intrínseca de esta metodología de trabajo. La elección responde a un ejercicio que anticipa esas posibles críticas y busca en otro tipo de videojuegos aparentemente no sospechosos de representar el mismo tipo de realidad social que se analiza.

Otro de los elementos que debía cumplir el videojuego es que fuese considerado apto para todos los públicos, lo cual quiere decir que no contiene elementos que lo hacen inadecuado para el público infantil. Existe una clasificación denomina código PEGI que ordena el contenido de los videojuegos con etiquetas alusivas a éstos. Este sistema tiene como objetivo informar a los usuarios del contenido y decidir la conveniencia o no para los usuarios, sobre todo los menores de edad. Este código se instauró gracias a las presiones de diferentes grupos de interés con el objetivo de proteger la integridad moral y el desarrollo saludable del público infantil. En este caso, interesaba especialmente analizar un videojuego que fuese etiquetado para todos los públicos, debido a que permitía trabajar sin la sospecha de que lo analizado era un contenido, y por tanto discurso, para adultos. El interés es ver si esos discursos van más allá de esa clasificación temática para todos los públicos. De esta forma, se hizo necesario buscar un videojuego que cumpliera con esos requisitos para evitar posibles críticas. Para evitar la confusión entre contenido y

narración, por un lado, y la noción de discurso que aquí se adopta se eligió un videojuego para todos los públicos.

9.1.1. ¿Por qué elegir Pokémon?

Después de exponer y discutir las posibilidades que los diferentes videojuegos proponen se decide escoger la saga Pokémon para realizar el análisis. La decisión se toma a partir del cumplimento de todos los requisitos que se comentaban anteriormente. Es un videojuego comercial con más 150 millones de copias vendías de todos sus títulos, es decir, cumple con el criterio de difusión y comercialización. Es un videojuego figurativo que transcurre en un mundo imaginario de pequeños monstruos con poderes fantásticos, es decir, se aleja de la simulación social. Es un videojuego para todos los públicos enfocado especialmente a los más jóvenes, es decir, no contiene lenguaje o escenas inadecuadas y está considerado como apto para todos los públicos. Con estas características aparecen otros videojuegos que podrían haber sido elegidos para el análisis, aunque pocas sagas de videojuegos habrán creado tanto impacto en el medio como Pokémon. La sospecha de que Pokémon es algo más que un simple entretenimiento para niños, debido a sus múltiples características, hizo decantarse la balanza hacia su elección.

La elección de Pokémon permite analizar un videojuego que cumple todas las características descritas anteriormente y que además es conocido a nivel general incluso por los no videojugadores debido a su popularidad en otros medios como el cine, la televisión, el cómic y los juegos de cartas. Ese conocimiento generalizado permite presentar una nueva lectura sobre los discursos del videojuego y confrontarla con la opinión general que los medios han generado sobre él. De todas formas, aún hay que enfrentarse a una última elección debido a la numerosa producción de títulos de la saga Pokémon, ¿cuál de los títulos publicados elegir para realizar el análisis?

Existen cuarenta y siete títulos de la saga Pokémon para nueve dispositivos diferentes, la mayoría son videojuegos conocidos como *RPG* (*rol playing-game*) aunque el éxito de la saga la ha hecho saltar a otros formatos. Dentro de la amplísima variedad de títulos suelen repetirse tanto la mecánica como la historia del juego. De esta forma, se decide escoger uno de los últimos títulos aparecidos de la saga. El título escogido se denomina dentro de la saga como un *spin-off*, es decir, un proyecto derivado de otro. La característica principal de este título es que, en el juego, no se representa a un humano entrenador de pokémons, como en la mayoría de títulos de la saga, sino que se encarna a un

Pokémon. Uno de estos *spin-off* se tituló *Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul* (2006) y la narración presenta una historia donde un humano se despierta convertido en un Pokémon y tiene como misión salvar otros pokémons que están atrapados después de misteriosos desastres naturales. Hay que aclarar que la elección de este título se hizo sin saber las especiales características del mismo, lo cual permitió descubrir una gran cantidad de matices que el resto de títulos de la saga no poseen. Lo que puede parecer una elección *ad hoc* es en cierta manera una casualidad que permitió acceder a un videojuego con características especiales dentro de la saga Pokémon. No obstante, la mecánica de juego y la narración no difiere de forma sustancial con el resto de títulos de la saga. Es un *RPG (rol playing-game)* que conserva la mayoría de elementos constitutivos de la saga pero añade algunas opciones y diferencias narrativas que enriquecen el análisis. Existen títulos que se apartan de este formato de juego y que se crearon para adaptar los personajes de la saga a otros géneros. Ejemplos de este tipo de adaptación son *Pokémon Pinball* (1998) donde se adaptan los elementos de la serie a una máquina de pinball. También se encuentran otras adaptaciones como *Pokémon Dash* (2004) donde se participa en carreras con los personajes de la saga.

Este es el recorrido que ha llevado a determinar el videojuego que se analiza. En sí no es un protocolo para elegir videojuegos que cumplen los requisitos para ser analizados. Tampoco es una metodología elaborada para poder elegir videojuegos que sean susceptibles de ser analizados como discursos. Es solo una construcción de criterios que permiten trabajar cualitativamente con las particularidades de esta investigación. Cualquier videojuego puede ser analizado discursivamente, no hay ninguna limitación ya que todos pueden ser interpretados como textos. Todos los videojuegos, independientemente de su mecánica o contenido, pueden ser analizados como discursos. Los criterios que se han utilizado para elegir el videojuego son un ejercicio metodológico acorde con las preguntas de investigación que se han planteado y, a la vez, son una aproximación a cuáles son las mejores formas de responderlas. Se analizará el discurso en Pokémon pero se podría haber analizado cualquier otro. Los discursos que emergen en este texto en forma de imágenes, sonidos y palabras no puede extrapolarse al resto de videojuegos pero si se pueden establecer relaciones con todos ellos. En eso consiste el análisis del discurso, en detectar discursos, relaciones de poder e ideologías.

9.2. Procedimiento para realizar el análisis

Al enfrentarse a la tarea de poner el texto analizado en lenguaje escrito, aparece uno de los primeros problemas metodológicos. Existe la obligación de trabajar con fragmentos de texto. Si se quiere poner en lenguaje escrito el desarrollo del videojuego entero se está delante de una tarea casi infinita y poco provechosa. Como se decía, al tratarse de un cibertexto que se va configurando a partir de las elecciones de los jugadores nunca se podría nombrar el mismo texto, ya que cada jugador va configurando el suyo mientras juega. Por otro lado, pasar a lenguaje escrito cientos de horas de trama del videojuego no dotaría al análisis de más elementos para detectar los discursos que genera, de esta manera el esfuerzo no se vería recompensado por los resultados obtenidos.

En lugar de esto se ha decidido analizar pequeños fragmentos que aparecen a lo largo de toda la experiencia del juego. Esta decisión se toma porque es a partir de estos fragmentos operativos donde emergen esas prácticas continuas y repetidas que la estructura del juego invita a hacer. No obstante, se utilizan y nombran algunos elementos de la composición y la interacción que aparecen en la mayoría de momentos del juego para complementar el análisis. Después de estas advertencias sobre las acotaciones del texto se puede generar un primer fragmento en lenguaje escrito. Este primer texto tiene que ver con la interacción entre el jugador y el videojuego. Posteriomente, durante el análisis se hará referencia a fragmentos de interacción con el videojuego.

Para poder jugar accedemos a la consola portátil que permite interaccionar con el videojuego. El dispositivo consiste en dos pequeñas partes rectanculares de plástico donde se sitúan dos pantallas, éstas se unen con una bisagra que sitúa una pantalla encima de la otra. En la parte superior aparecen dos pequeños altavoces a los lados de la pantalla. En la parte inferior, a la izquierda se encuentra un pequeño dispositivo basculante en forma de cruz que sirve para controlar el movimiento dentro de la pantalla. A la derecha cuatro botones siguiendo la misma disposición espacial en cruz. Los botones se organizan con las letras X (arriba), Y (izquierda), A (derecha) y B (abajo). Debajo de estos botones aparecen dos más pequeños que sirven para iniciar (star) y moverse por el menú (select). En la parte posterior de la plataforma inferior se sitúan dos botones alargados más a la altura de los dedos índices de cada mano. Estos botones alargados están nombrados con la letra L (izquierda) y R (derecha). Además, incorpora un pequeño lapiz que se encaja dentro de la estructura que servirá para interactuar con una de las pantallas. Así existen dos posibilidades de jugar, a partir del gamepad clásico con botones y cruz de movimeinto, y

otra que incoporará la posibilidad de realizar acciones a partir de tocar la pantalla con el lapiz para realizar acciones y movimientos.

Cuando se accede a la consola y se carga el videojuego aparece en la pantalla inferior los logotipos de *Nintendo* (la empresa que lo fabrica) y *Chunsoft* (la empresa que lo diseñó). Seguidamente empieza un secuencia con música de fondo donde se ve a un pelícano transportando una carta. En ese momento aparece el nombre completo del videojuego "*Pokémon. Mundo misterioso. Equipo Azul*". A partir de ese momento se empiezan a utilizar las dos pantallas, en la inferior será donde se realizará la interacción directa con el juego, y la de arriba servirá como una especie de mirada superior donde aparecerá el mapa por el cual se reaizará el movimiento y la configuración de los personajes.

Antes de empezar a jugar el videojuego plantea una serie de preguntas en forma de cuestionario a contestar. A partir de las respuestas el juego otorga un personaje para poder entrar en el mundo del juego Pokémon. Una vez contestadas esas preguntas y adquirida la personalidad que el videojuego otorga, se elige un compañero de aventuras entre unos posibles candidatos que el juego ofrece. Con estos elementos ya se puede empezar a jugar. El videojuego propone una serie de retos o misiones que podemos seguir o no, pero para avanzar en la trama narrativa tarde o temprano hay que aceptarlas y superar esas misiones. Así aparecen dos pequeños personajes en forma de monstruos imaginarios que se encaminan a sus misiones.

La mecánica de juego es relativamente simple, típica de cualquier RPG (*rol playing-game*), se avanza por un espacio físico en forma de laberintos (habitualmente denominados niveles) en busca del objetivo marcado en la misión. Durante el camino se encuentran otros pokémons denominados salvajes que atacan. También se irán encontrando diferentes objetos que tienen alguna utilidad durante el juego. La mecánica de juego consiste en diferentes pasos, moverse libremente por el escenario (el acompañante seguirá al personaje principal) hasta topar con algún Pokémon salvaje y empezar el enfrentamiento. Cuando este comienza la secuencia funciona por turnos donde se pueden realizar una serie de movimientos y acciones. El objetivo es vencer a tu oponente y así aumentar tu nivel de experiencia. Este nivel de experiencia será lo que haga avanzar al personaje, aumentando sus destrezas y fuerza de cara a nuevos enfrentamientos cuando el juego avanza.

Durante los enfrentamientos hay tres tipos de movimientos que puedes realizar. El “ataque convencional”, que se realiza pulsando el botón A y no tiene límite de puntos de poder, es decir, se puede utilizar tantas veces como se quiera. Los puntos de poder muestran la cantidad de veces que se puede utilizar un tipo de ataque determinado y se van agotando. El “movimiento”, que se puede asignar a la combinación de botones L+A y está limitado por la cantidad de puntos de poder. Cada Pokémon puede aprender hasta cuatro movimientos. Por último se puede realizar el “movimiento enlazado”, que simplemente está compuesto por dos movimientos que se ejecutan en un solo turno. Este tipo de ataque es mucho más efectivo pero agota las energías del personaje rápidamente. La energía está marcada con la tripa del personaje.

Cada enfrentamiento tiene como resultado la acumulación de puntos de experiencia (en caso de victoria), esa cantidad de puntos que se recibe varía dependiendo de la forma con la cual se ha conseguido la victoria. Si vences utilizando ataques convencionales consigues la mitad de los puntos de experiencia de ese Pokémon. Si vences utilizando movimientos consigues la totalidad de los puntos de experiencia de tu rival. En caso de vencer utilizando un movimiento enlazado consigues el 150% de los puntos de experiencia de tu rival. También existe la posibilidad de que el rival caiga vencido por causas externas. Estas causas pueden ser el clima, envenenamiento y quemadura, en ese caso no consigues puntos de experiencia.

Así, se avanza a partir de combatir con otros pokémons y aumentar la capacidad de puntos de experiencia. Hay que seguir las misiones de rescate que se encomiendan y recolectar objetos que se podrán utilizar, vender o cambiar en alguna de diferentes tiendas, bancos o lugares de intercambio que aparecen en el juego. Esta será básicamente la mecánica del juego que se mezclará con la historia que narra y que vertebra la trama. El jugador aparece como gestor y organizador de la vida de los personajes, tiene que administrar sus recursos, voluntades y pensamientos.

Esta pequeña descripción textual describe algunas de las relaciones que se establecen entre el jugador y el videojuego. Una presentación de cómo se juega y cuáles son algunas de las mecánicas principales del juego. Como se ha podido observar la generación de un texto íntegro del desarrollo del videojuego no es viable. A partir de aquí se trabaja con esos fragmentos seleccionados que sirven para ir desentrañando esas prácticas y discursos que emergen del videojuego.

9.3. Empieza el juego: Descripción del texto

Es interesante presentar de forma detallada el primer contacto del jugador con el videojuego. Esta primera descripción es lo más exhaustiva posible para que el lector pueda hacerse una idea de lo que se encuentra el jugador al empezar el juego. Esta tarea es necesaria para familiarizar a todos aquellos que nunca han jugado con el videojuego analizado. En el anexo está incluida una narración completa de la trama y el desarrollo del videojuego de principio a fin. Aquí simplemente se exponen los primeros pasos del jugador en el mundo Pokémon. El fragmento de texto que aparece a continuación es parte del analizado. El inicio del juego es en parte fijo y obliga al jugador a tomar ciertas decisiones para después adentrarse en el cibertexto propiamente dicho.

El juego empieza con unas extrañas preguntas antes de empezar a jugar donde ya emergen partes de esas prácticas discursivas denominadas complejo psicológico. Todo comienza cuando una especie de pelícano deja un mensaje en el buzón. Para empezar a jugar, al elegir en el menú de inicio una nueva partida, el juego da la bienvenida y dice que estamos en el portal de entrada del mundo Pokémon. Lo curioso es que para dejarnos entrar y jugar hace una serie de preguntas, una especie de test de personalidad el cual pide que contestemos con sinceridad. Las preguntas son las siguientes:

En un fondo bastante psicodélico que cambia de colores de forma ondulante y música de fondo empiezan las preguntas.

1. Vas a hacer un examen. ¿Cómo te preparas?

a) Estudio mucho.

b) El último día.

c) Paso, prefiero jugar.

Se responde la opción (a).

2. ¿Te sientes solo o sola cuando no hay nadie contigo?

a) Sí.

b) No.

Se responde la opción (a).

3. ¿Te gustan los chistes malos?

a) ¡Me encantan!

b) Un poco.

c) Nada.

Se responde la opción (a).

4. ¿Te dicen que pienses antes de hablar?

a) Sí.

b) No.

Se responde la opción (a)

5. Un broncas se está metiendo con un amigo. ¿Qué haces?

a) Me enfrento a él.

b) Le amenazo, desde lejos.

c) Me lanzo a por él.

Se responde la opción (a).

6. “Eres una persona rara, pero graciosa”. ¿Te gustaría que te dijesen eso?

a) Sí, por qué no.

b) No, para nada.

Se responde la opción (a).

7. ¿Tu sueño es vivir en paz y tranquilidad sin demasiados sobresaltos?

a) Sí.

b) No.

Se responde la opción (a).

8. Te encuentras con el cofre de un tesoro. ¿Qué haces?

a) ¡Abrirlo!

b) ¿Y si es una trampa?

c) Seguro que está vacío.

Se responde la opción (a).

9. ¿Eres chico o chica?

a) Chico.

b) Chica.

Se responde la opción (a).

El juego termina su evaluación y envía un mensaje que dice:

Eres una persona…

Inocente.

Todo te resulta curioso y te encantan las cosas raras.

A la gente le hace mucha gracia la actitud desenfrenada y alegre que tienes ante las cosas.

Pero tienes un defecto. Y es que puedes ser algo infantil.

No aguantas nada en los sitios. Siempre vas de aquí para allá.

A veces eres egoísta… Procura no serlo tanto.

Alguien como tú podría ser…

¡El Pokémon Totodile!

El juego evalúa las respuestas y correlaciona los resultados del test de personalidad para otorgar un personaje que coincida con esos atributos. Cuando parece que el proceso de asignación del personaje ha terminado aparece el siguiente mensaje de alerta.

Ya casi acabamos. Debes elegir compañero de tareas. Elige el Pokémon que quieras de la siguiente lista.

Se despliega un menú con los nombres de los posibles compañeros de aventura con una pequeña fotografía al lado, se elige el *Pikachu* como compañero dentro de las opciones posibles. A la vez, piden que se le dé un mote al compañero. Después de todo este proceso el juego permite entrar en el mundo de los Pokémon…

El juego se sitúa de nuevo en una pantalla en negro y unas nuevas preguntas que acechan,

¿Dónde estoy?

¿Es esto un sueño?

Siento una brisa agradable.

Escucho una voz en la distancia.

Me pregunto quién será…

Se abre un cuadro de diálogo y alguien interpela al personaje para que despierte. Por fin se despierta.

En las dos pantallas donde se interacciona con el juego aparece un mapa aéreo que indica la posición con un mensaje que la denomina “Arboleda chica”. Abajo otra pantalla más cercana donde aparecen los dos personajes, *Totodile* (personaje principal) y *Pikachu* (compañero). En cuadro de diálogo *Pikachu* se alegra de que hayamos despertado.

El personaje principal aletargado por el sueño y las voces pregunta dónde está. *Pikachu* informa que estábamos inconscientes. En ese momento *Pikachu* pregunta quiénes somos y se sorprende cuando le decimos que somos un humano en realidad. Cuando *Pikachu* alerta de que parecemos un *Totolite* normal y corriente nos percatamos de nuestra mutación. Aunque no muy seguro *Pikachu* nos pregunta por nuestro verdadero nombre e intentamos recordarlo… el juego permite darnos un nombre en ese momento.

La conversación se corta y se oyen unos gritos de auxilio, alguien pide ayuda, la música finaliza. Aparece un nuevo personaje llamado *Butterfree* que nos explica que su bebé (*Caterpie*) se ha caído en una especie de caverna. Cuando intentó rescatarlo unos poké-

mons la atacaron y no pudo ayudarlo. Los dos personajes deciden ayudar en el rescate y empieza el juego. El juego indica que debemos dirigirnos a nuestro destino y atacar a los rivales que nos encontremos pulsando el botón *A* sin que ninguno de los miembros del equipo se debilite.

En el camino encontramos una *Poké*, la moneda del mundo Pokémon. El juego indica que debemos recoger las máximas monedas posibles y ahorrarlas para comprar objetos que sean útiles.

Según se avanza encontramos diferentes pokémons salvajes que nos atacan. El objetivo es defenderse e ir adquiriendo puntos de experiencia, estos puntos se consiguen al combatir con el resto de pokémons. Con estos puntos el Pokémon sube de nivel (empezamos con el nivel 5) y aumenta su fuerza y destreza. Después de un rato vagando por los diferentes caminos encontramos a *Caterpie* y lo devolvemos con su madre que nos agradece la ayuda y conseguimos que el pequeño rescatado se convierta en nuestro fan número uno.

Después de recibir una serie de regalos en agradecimiento a nuestra ayuda (unas bayas de diferentes tipos) nuestro compañero nos pregunta sobre cuál será el futuro a partir de ahora. *Pikachu* nos invita a quedarnos con él hasta que decidamos qué hacer y nos lleva a lo que parece ser su casa. Al llegar allí nuestro personaje parece sorprenderse de las emociones que surgen en él ya que es un humano y no un Pokémon, no debería de sentir esas sensaciones propias de los pokémons. Incluso se pregunta si no será una señal instintiva de los Pokémon…

A partir de ahora esa será nuestra nueva casa donde recibiremos las cartas de los pokémons en problemas que necesitan de nuestra ayuda. Según nos cuenta nuestro compañero, los problemas donde se ven involucrados los Pokémons han aumentado mucho en los últimos tiempos porque han aparecido una gran cantidad de desastres naturales. Además, *Pikachu* confiesa que quiere cambiar las cosas y que los Pokémon vivan en paz. Para ello nos ofrece formar un equipo de rescate y el juego genera la opción de aceptar o rechazar su invitación.

La experiencia en videojuegos indica que aunque exista la posibilidad de no aceptar la invitación, nuestro destino en el juego está ligado a responder que sí. Ahora falta el nombre del equipo, nuestro compañero nos pregunta sobre cuál podría ser.

Vuelve la pantalla de fondo negro y aparece el siguiente mensaje:

Y así fue como

Totodile y Pikachu comenzaron sus andanzas

Como equipo de rescate.

Inicia una pequeña transición animada donde aparece de nuevo la entrada del videojuego con su nombre “Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul” y vuelve la pantalla negra donde aparece el mensaje:

A la mañana siguiente…

Al despertar en nuestra nueva casa nos percatándonos que aún somos un Pokémon (*Totodile*), así que debemos adaptarnos a nuestra nueva condición de Pokémon. También recordamos la misión que hemos adquirido junto con nuestro amigo *Pikachu* dentro del equipo de rescate. Cuando salimos de la casa está *Pikachu* esperándonos para empezar nuestro trabajo en el equipo de rescate. Lo primero que hacemos es mirar el buzón donde encontramos un kit de rescatadores para principiantes. Este kit contiene una serie de objetos como una placa identificadora de rescatadores, un maletín y un ejemplar de la gaceta Pokémon. En primer lugar, *Pikachu* nos otorga nuestra placa de rescatador porque es la que demuestra que somos un equipo de rescate.

El maletín lo utilizaremos para guardar todos los objetos que vayamos encontrando y que nos pueden sacar de un aprieto más adelante. Como somos un equipo nuevo no hemos recibido ninguna carta, nadie nos conoce. De repente aparece un pelícano con un paquete, es una carta. Alguien ha oído de nuestras hazañas gracias a nuestro primer rescatado *Caterpie*. Nos piden ayuda porque *Magnemite* está en apuros, ha sido víctima de una extraña onda magnética. El juego nos vuelve a preguntar si aceptamos la misión o no.

Nosotros aceptamos para empezar a avanzar en las misiones de rescatadores que el juego propone. Nos desplazamos a otro escenario denominado “Mina Onda Trueno”. Al llegar a la gruta donde los Pokémons se encuentran atrapados nos indican que deben estar en el nivel -6. Avanzamos por los diferentes niveles de la gruta encontrando pokémons salvajes que nos atacan. Al luchar con ellos vamos adquiriendo nuevos puntos de experiencia y subimos de nivel a la vez que adquirimos nuevos ataques.

Cuando fracasamos en nuestra misión, es decir, perdemos los puntos de vida que tenemos no morimos sino que volvemos a aparecer en nuestra casa. Ahí podemos decidir si lo volvemos a intentar y completar la misión anterior o buscamos otras. Después de realizar con éxito nuestro rescate ya no sólo nos agradecen con regalos como en la primera ocasión. Ahora somos recompensados con 500 poké, la moneda oficial en el mundo Pokémon.

Después de realizar la misión nos retiramos a descansar. De nuevo un sueño donde aparece *Totodile* en el fondo psicodélico donde se nos preguntaba al principio. Nuestro personaje se pregunta si está soñando. Parece que en el sueño se aparece alguien pero no consigue recordarlo, se desvanece. Al despertar no consigue recordar el sueño. Sale a mirar el buzón pero sigue vacio debido a que todavía son un equipo de rescate poco conocido. *Pikachu* recomienda ir a la plaza del pueblo donde encontramos la *Tienda* y los *Almacenes Kecleon*, en ellos podemos comprar y vender objetos. Un poco más adelante encontramos el *Banco Fortuna* donde podemos ingresar nuestros ahorros. Enfrente está la tienda *Enlaces Gulpin* donde se pueden enlazar movimientos. También tenemos la *Consigna Kangaskhan* donde se pueden guardar los objetos que vas encontrando para no perderlos. *Pikachu* nos aconseja dejar aquí nuestros objetos valiosos antes de empezar una nueva misión para no perderlos. Hay que recordar que cuando perdemos, a parte de nuestros puntos de vida, también desaparecen los objetos que portamos encima. En último lugar está *Mensajeros Pelipper*, que aunque era el objetivo de la visita no se nombra hasta el final.

Esta breve descripción del inicio del juego permite situar al lector en la complejidad del texto analizado. Esta complejidad reside en dos elementos propios del videojuego. En primer lugar, el hecho de que es un texto básicamente visual. Aunque constantemente se aparecen mensajes escritos y sonidos que indican transiciones, el discurrir en el juego se fundamenta en las imágenes. Y en segundo lugar, el hecho de que el videojuego funciona como un cibertexto. El texto analizado es genera, en parte, a partir de las decisiones que se toman dentro del juego. Así, aunque exista una historia a seguir o descubrir en el juego no todos la experimentan en el mismo orden ni en la misma frecuencia.

El fragmento de texto expuesto en las líneas anteriores es sólo una pequeña parte del texto analizado. Aún así, se ha creído conveniente presentar una breve descripción detallada para familiarizar al lector con los elementos que aparecen en la interacción. En el anexo aparece una descripción resumida de la narración de todo el videojuego, aunque

hay que advertir que solo aparecen los pasos obligatorios para avanzar en cada fase del juego.

9.3.1. Procedimiento para realizar el análisis

Como ya se ha explicado en los puntos anteriores, se adaptan las recomendaciones que Ian Parker (1996a) propone para analizar discursos. Estos pasos son una especie de guía que facilitará la detección de discursos a partir de observar como estos van construyendo, a partir de sus prácticas, esos objetos de los que hablan. El objetivo es analizar la construcción del discurso que el videojuego genera más allá de sus propósitos narrativos explícitos.

Este procedimiento permite detallar de forma sistemática las diferentes formas de discurso que se producen en el texto. Así, se debe “generar un texto en lenguaje escrito”, “asociarse libremente con el texto”, “detallar sistemáticamente los “objetos que aparecen”, “aludir a los estilos y formas de habla como discursos”, “identificar a los sujetos involucrados a partir de los objetos que aparecen en el texto”, “reconstruir lo que los sujetos tendrían que decir dentro del marco de reglas presupuestas por el texto”, “identificar las diferentes versiones de los mundos sociales que coexisten”, “identificar los contrastes entre las distintas formas de habla y las ocasiones en que estas se solapan”, “comparar con otros textos y evaluar la manera en que estas formas de habla se dirigen a diferentes audiencias” y para terminar, “elegir la terminología adecuada para nombrar los discursos que aparecen en el texto”.

Como se advirtió al principio, la intención no es analizar el contenido del videojuego desde el punto de vista neutral. Tampoco es el objetivo analizar la narración que el juego presenta, aunque en ambos casos estos elementos son necesarios para entender el discurso. La intención es ver cómo los discursos del videojuego construyen aquellos objetos a los que nombran. El objetivo es ver como la mecánica de la acumulación, la lucha como medio o la gestión como forma de articulación configuran una determinada subjetividad del jugador. Esas prácticas que se realizan durante la experiencia del juego generan un mundo donde el videojugador está produciendo una subjetividad determinada.

Habitualmente se ha tratado a los videojuegos como un acontecimiento menor, situándolo en la esfera del entretenimiento infantil. No por ello ha generado poco ruido en algunos ámbitos, sobre todo educativo y familiar, respecto de su perniciosidad para los

niños. Como ya se ha explicado de forma exhaustiva en los capítulos iniciales de esta investigación, los videojuegos han sido acusados desde su aparición como un entretenimiento que dañaba a los niños y jóvenes. Se le ha relacionado con todo tipo de enfermedades psicológicas y problemas sociales. Las críticas académicas se han centrado en demostrar cómo el videojuego generaba un efecto negativo en los jugadores. Estos problemas podían ser desde la violencia, el aislamiento social o incluso la reproducción de estereotipos de género. Este tipo de estudios utilizaban a los videojuegos como objetos de estudio como ya se ha explicado con anterioridad.

Con la aparición de los *Game Studies* se empieza a reflexionar sobre el medio desde un punto de vista diferente. El videojuego pasa de ser un objeto de estudio en diferentes disciplinas a ser un campo de estudio donde se analizan las particularidades del medio en sí. Este desplazamiento en el estudio de videojuegos sitúa la mayoría de investigaciones entre la visión narratológica y la visión ludológica. Ambas centran su interés en el valor comunicativo del videojuego, por un lado centrarán sus esfuerzos en explicar cómo cuentan historias los videojuegos desde la narratología. La ludología se centrará en la experiencia de juego propia del nuevo medio, no sólo en la historia que cuentan sino cómo la cuentan a partir de generar una experiencia de juego. A partir de las particulares formas de experiencia de juego se puede entender que se quiere decir y cómo se entiende.

La forma de aproximarse a los videojuegos como discursos no se sitúa en ninguna de las interpretaciones que hasta hoy se han elaborado sobre videojuegos. Aquí no se entiende a los videojuegos como algo externo que genera efectos sobre alguien. Desde esta perspectiva foucaultiana se entiende que las prácticas discursivas de las cuales participan los videojuegos construyen los objetos de los cuáles hablan. Tampoco se entiende que la historia que cuentan los videojuegos sea una forma más de transmitir historias. Las historias que se cuentan en los videojuegos son una práctica más dentro de los discursos que construyen este medio particular. La experiencia de juego que centra los esfuerzos de la ludología se incorpora como parte de esas prácticas discursivas que construyen esa subjetividad particular. La relación libre con el texto se entiende a partir de la eliminación de todos aquellos elementos que frenan el análisis como discurso del videojuego.

Los videojuegos son entramados discursivos que ayudan, refuerzan y consolidan, nombrándolas, ciertas realidades, objetos, sujetos y subjetividades. Estas formas están impregnadas del lenguaje del denominado complejo psicológico, la gestión de la vida y la organización economicista de la sociedad. Estas prácticas discursivas son las que se

constituyen en el videojuego a partir de sus elementos, ya sean narraciones o formas de experiencia. Se abre así una nueva vía de análisis para entender cómo funcionan estos discursos dentro de la sociedad contemporánea, más allá de las consideraciones sobre si son buenos o malos para la infancia y la juventud.

Para ello hay que relacionarse libremente con un texto, resulta de desprenderse de las fórmulas preestablecidas de análisis e interpretación. Pensar el texto como un entramado mucho más amplio, situado e histórico. Esa relación libre significa posicionarse respecto de las prácticas que ese texto configura en un conjunto de mucho más extenso. Hacer emerger las instituciones que tienen intereses desde el punto de vista ideológico y, por consiguiente, tener presente la materialidad de esas prácticas discursivas. Perder la neutralidad para situarse en un punto determinado de la realidad social, implicarse con ella y defenderla. Las limitaciones tienen que ser metodológicas y solo debe responder al rigor de la investigación sin atentar contra su libertad.

9.4. Los cuatro ejes organizativos: materialidad, inmaterialidad, mecánica de juego y narración

La decisión de organizar estos elementos en el procedimiento de investigación tiene como objetivo facilitar el trabajo de relación y análisis. Este eje de coordenadas ayuda a entender la ubicación de estos elementos dentro de la complejidad de la narración en videojuegos. Esas prácticas discursivas no solo se producen en la interacción del jugador y el videojuego sino que se extienden hacía otras dimensiones. Algunos de estos elementos están situados en una materialidad aparente, pero otros interaccionan a partir de su inmaterialidad. Al igual pasa con la narración y sus contradicciones al entrar en contacto con la mecánica de juego.

Este primer eje está constituido, por un lado, por la materialidad-inmaterialidad de los elementos en el videojuego. Y en el segundo eje, la diferenciación se produce a partir de la utilización de esos elementos en relación con la narración-mecánica del juego. Esta organización en grupos de elementos debe ser leída relacional y subjetivamente. Es decir, la clasificación en un grupo determinado de un elemento no responde a ninguna cualidad del elemento en sí. Es la lectura que de éstos se hace en la investigación la que otorga esta calidad relacional. Hay que recordar que el texto como tal no existe en un videojuego sino que se construye a partir de estas prácticas que intentamos describir y organizar sistemáticamente.

Ese primer eje sobre la materialidad-inmaterialidad señala de una forma directa la disyuntiva que aparece en la acción misma del juego. Como ya se ha detallado en apartados anteriores el videojuego ocurre a la vez en esas dos dimensiones. No sólo se juega dentro de la pantalla sino fuera. Existe una materialidad en muchos de los elementos que aparecen en la experiencia del videojuego. El ejemplo más claro es la misma videoconsola que permite jugar a Pókemon, elemento material que implica una acción física de interacción constante. A la vez, emergen otros elementos que están presentes pero de forma inmaterial. El juego es uno de esos elementos inmateriales que aparecen y son necesarios en la acción de videojugar. El juego como elemento imaginario que permite establecer ese tipo de experiencias que también se han detallado en apartados anteriores.

El segundo eje sobre narración-mecánica de juego nombra algunas de esas lógicas contradictorias entre discursos manifiestos y latentes. La narración es el hilo conductor del videojuego, explica, acompaña, aclara. Pero la mecánica de juego suplanta esas mismas acciones de forma discreta para contradecir de forma latente esa narración. Es habitual, en el juego, encontrar partes de la narración que hablan de la amistad entre los personajes para, inmediatamente, sacrificarlos en una confrontación para poder avanzar de nivel.

9.4.1. Objetos, sujetos y estilos de habla

Es momento de inspeccionar los objetos que aparecen en el texto, ubicar donde aparecen, responder a la pregunta de qué significado tienen en el ámbito del videojuego, y con ello intentar comprender la clase de mundo que el texto presupone o el mundo que recrea cada vez que interaccionamos con esos elementos. La cantidad de objetos que aparecen en el videojuego es inmensa, por ejemplo existen más de seiscientos pokémons diferentes. También existen más de mil objetos que participan en la actividad del juego, incluso entre estos hay más de cien tipos de bayas distintas que son utilizadas para diferentes usos. Como se puede imaginar, nombrar cada uno de estos objetos sería una tarea enciclopédica que no aportaría más información valiosa a la hora de detectar los discursos en el juego.

No consiste tampoco en crear una clasificación de objetos según su importancia ni enumerar las veces que uno u otro aparecen durante la experiencia del juego. Consiste más bien en establecer unos puntos de anclaje a partir de un grupo reducido de objetos significativos. Estos significados particulares que adquieren los objetos en el videojuego

van a ir escribiendo una forma de ver y relacionarse con el mundo que el juego produce. En su propia utilización como objetos que son nombrados de una forma concreta se va elaborando una forma de producción de discurso que es particularmente provechosa para este análisis.

Objetos relacionados con la materialidad del videojuego.

Consola: Dispositivo físico que sirve para jugar a videojuegos. En este caso es una consola portátil la que permite jugar en cualquier lugar porque incorpora la pantalla y baterías recargables. Forma parte del hardware, es decir, la parte de componentes físicos que permiten jugar.

Pantalla: Es el dispositivo físico donde aparecen las imágenes del videojuego y donde se interacciona con el juego. En el caso en particular de esta consola portátil, aparecen dos pantallas que sirven para controlar diferentes aspectos del juego. Una de ellas es táctil, se puede interactuar con ella a partir de un pequeño lápiz que guía las acciones y movimientos.

Táctil: La tactilidad es una nueva tecnología que se ha ido incorporando paulatinamente a algunos dispositivos electrónicos con pantalla. Permite interaccionar directamente con el software a partir de tocar los elementos que aparecen en la pantalla. En el mundo de los videojuegos sólo la *Nintendo DS* incorpora esta tecnología, aunque muchos dispositivos de telefonía móvil ya incorporan esta tecnología. También las denominadas tablets incorporan de forma fundamental esta tecnología.

Botones: Son la puerta de acceso al videojuego, a partir de ellos interaccionamos con el software. Presionando los diferentes botones se ejecutan órdenes al software para realizar movimientos, ataques e interacciones con el resto de elementos. Los botones están nombrados con las letras A, B, X e Y por una parte, L y R en la parte posterior de la consola, Star y Select en otro conjunto de botones.

Altavoces: En esta consola tenemos dos pequeños altavoces a cada lado de la pantalla superior. La música y los sonidos son parte de la interacción en el videojuego, aunque en este caso no sean muy elaborados ni incorporen mensajes hablados. Cuando se falla, se acierta, se pierde o se gana, la música acompaña las emociones del jugador.

Nintendo: Es la empresa japonesa que comercializa la consola y, en este caso, el videojuego. Nintendo es el productor de hardware y software más importante del mundo de los videojuegos, además es una empresa que se dedica exclusivamente a este ámbito. Son creadores de las más importantes sagas de videojuegos de la historia como *Super Mario Bros*, *The Legend of Zelda* o el mismo *Pokémon*.

Jugador: Es la persona que interacciona con el videojuego. Las clasificaciones de modos de jugar son variadas como ya se ha comentado en esta investigación, pero de forma muy resumida se pueden definir como *hardcore* y *casual*. Desde los que pasan muchas horas jugando hasta los que juegan ocasionalmente.

Diseñador: Cada videojuego está diseñado por un grupo de programadores, artistas gráficos y músicos entre otros. Ellos son los encargados de generar el mundo que el jugador va a encontrar dentro del videojuego. El diseñador se encarga de generar las reglas del juego, esas que posibilitan las acciones que se pueden realizar dentro de él.

Objetos relacionados con la inmaterialidad del videojuego.

Juego: Entretenimiento que implica una serie de objetivos y reglas que sirve para pasar un rato divertido. En este caso el juego consiste en rescatar una serie de monstruos imaginarios encarnando uno de ellos en diferentes misiones. El juego puede ser individual o compartirse con otros a partir de diferentes medios y modalidades.

Videojuego: Un juego que tiene como elementos característicos un hardware y un software de base electrónica necesarios para poder jugar. También suele interactuarse con él mediante algún tipo de acción entre el jugador y la máquina a través de botones. El videojuego está compuesto de imágenes en movimiento y sonidos que aparecen en una pantalla con los cuáles podemos interactuar.

Experiencia de juego: Es la particular forma de experimentar el juego que cada jugador tiene. Aunque esté limitado por unas reglas y un algoritmo que permite realizar ciertas acciones y no otras, la experiencia de cada jugador difiere incluso en cada partida. Los jugadores experimentan el juego de una forma física, no sólo mental.

Algoritmo: Es un conjunto preestablecido de instrucciones o reglas bien definidas, ordenadas y finitas que permite realizar una actividad mediante pasos sucesivos. Esta función

es la que permite traducir la programación en la pantalla en forma de imágenes, sonidos y movimientos entre otros. El algoritmo no se ve por ningún sitio pero está presente en todas y cada una de las acciones que se realizan en un videojuego.

Mundo Pokémon: Consiste en la cosmología imaginaria que se ha generado con las diferentes sagas Pokémon. Éstas se han ido configurando a lo largo de los años hasta generar un mundo propio con sus personajes, historias y normas. Toda esta cosmología genera una coherencia dentro de la particular articulación de este mundo imaginario permitiendo al jugador relacionarse con los objetos, retos y misiones del juego. El mundo Pokémon está configurado por un territorio de islas imaginarias inspirado en el archipiélago japonés.

Pokémon: Son pequeñas criaturas imaginarias basadas en animales, en figuras mitológicas orientales o en objetos. Su nombre viene de la contracción de *Pocket Monsters.* Existen más de seiscientos tipos diferentes que han ido apareciendo durante los diferentes títulos de la saga. Estos se organizan en diecisiete tipos diferentes con características propias. En las otros títulos de la saga son capturados y entrenados por el jugador, en este título en particular son los personajes principales y el jugador encarna uno de ellos.

Código PEGI: El código PEGI es un sistema de etiquetas que incorporan todos los videojuegos comercializados que advierten al comprador de ciertos contenidos que incorpora. Estas etiquetas avisan al comprador de que el juego contiene violencia, lenguaje soez, sexo, miedo, drogas, discriminación, juegos de azar y que puede jugarse online. También clasifican por edades recomendadas, a partir de los esos contenidos, a los diferentes públicos al que se dirige (3, 7, 12, 15 y 18 años).

Objetos relacionados con la mecánica del videojuego.

Reglas: Las reglas son las condiciones de actuación dentro del videojuego. Tanto para realizar un movimiento como para vencer en un enfrentamiento hay una serie de reglas que hay que aprender. Las reglas marcan lo posible dentro del videojuego y cómo se debe actuar para conseguir los objetivos.

Test de personalidad: Información que el videojuego requiere para empezar a funcionar. Dependiendo de las respuestas se otorga un Pokémon acorde a la personalidad que el test ha revelado. El resultado permite relacionar los rasgos de personalidad con un tipo

de Pokémon con características similares a la que el test ha mostrado. Con este test se direcciona, en parte, la experiencia de juego debido a que se está ligado a las características, destrezas y debilidades propias de ese Pokémon.

Compañero: En esta versión de Pokémon se tiene que formar un equipo de rescate con otro Pokémon que el videojuego deja escoger de un listado. Su función dentro del juego es acompañar, guiar en algunos momentos y estar a tus órdenes en la consecución de las misiones. Eres el responsable de todos los movimientos y acciones de tu compañero, así realmente juegas con dos pokémons.

Base: Es la casa donde se vive durante la experiencia en el mundo Pokémon. Es donde se despiertan después de cada misión y cuando son derrotados en algún enfrentamiento. Es el lugar donde se pueden guardar los avances de la partida para no tener que empezar de cero cada vez que se vuelve a jugar.

Movimientos: Se conoce como movimientos a los ataques que los pokémons realizan. Cada Pokémon puede aprender estos movimientos dependiendo del tipo que sea. Solo se pueden aprender cuatro movimientos a la vez por cada Pokémon. Los movimientos tienes varias características, tipo, potencia, precisión, puntos de poder, blanco, efecto secundario, contacto, prioridad, sonido y STAB (Same Type Attack Bonus).

Mapa: En la pantalla superior aparece una vista aérea del mundo Pokémon. Sitúa el lugar donde se encuentran los personajes y las posibles zonas que se van a visitar para realizar las misiones. Existe la opción de que aparezca este mapa o que se oculte a partir de los menús del videojuego. En su lugar aparecen los miembros del equipo con sus características en ese momento (nivel, energía).

Nivel: La palabra nivel se utiliza para dos acepciones. La primera muestra el nivel del Pokémon, es decir, la capacidad de ataque, resistencia y habilidades que tiene. Y la segunda, los diferentes niveles por los que se mueve en los escenarios. Habitualmente comenzamos en el nivel uno y vamos ascendiendo o descendiendo en los escenarios laberínticos.

Buzón: Es el lugar donde se dejan las cartas o comunicaciones sobre posibles misiones de rescate. Se encuentra en la salida de la base y es el punto habitual de reunión entre los personajes.

Tienda Kecleon: Es un lugar donde se pueden comprar y vender objetos que van apareciendo en el juego. Si se quiere comprar se abre un menú con las mercancías que en ese momento dispone la tienda y el precio que cuestan. También aparece el dinero que los personajes poseen para ver si se puede acceder o no a la mercancía. Si aparece escrita en color rojo es que no tiene suficiente dinero para comprarla. Si por el contrario se quiere vender, se vuelve a abrir un menú con todos los objetos que se han ido recopilando con el precio por el cual se pueden vender en la tienda.

Banco Fortuna: Es la entidad bancaria del mundo Pokémon. En caso de fracasar en una misión también se pierde todo el dinero que se ha conseguido, así que se recomienda guardar regularmente el dinero allí para que no corra peligro. Se puede realizar la acción de depositar dinero a partir de un menú donde aparece el total de los ahorros y permite escribir la cantidad que se quiere dejar. En caso de tener ahorros allí se puede realizar la misma operación de sacar dinero.

Enlaces Gulpin: En este local se pueden enlazar movimientos, es decir, realizar dos ataques en un mismo turno. Aquí es donde se pueden realizar diferentes combinaciones para aumentar la efectividad en los enfrentamientos con otros pokémons.

Consigna Kangaskhan: Es un lugar exclusivo de esta peculiar saga donde los pokémons son los protagonistas, en él se pueden depositar objetos que podrían perder en caso de derrota. Hace las mismas funciones que el banco para el dinero, se pueden depositar e ir a buscar lo que se necesite en cualquier momento.

Mensajeros Pelipper: Son los encargados de transmitir las peticiones de auxilio de los pokémons que se han quedado atrapados en algún sitio. Dentro de la mensajería se pueden conectar vía inalámbrica con otros jugadores para enviar o recibir cartas de agradecimiento o recibir misiones. También se encargan de editar una gaceta con rumores y noticias.

Tablón de anuncios: Está fuera de Mensajeros Pelipper y tiene colgados anuncios de pokémons que piden ayuda. Cuando no llega ninguna petición al buzón se debe acudir hasta allí para conseguir misiones. Cuando se mira el tablón aparecen diferentes anuncios que se pueden escoger para asumir esa misión.

Dojo Makuhita: Es un escenario exclusivo de esta saga donde se pueden entrenar las habilidades en combate sin el riesgo de perder los objetos. Allí, de forma voluntaria, se acercan pokémons para probar sus habilidades. Si conseguimos vencer a todos recibiremos un trofeo y un Ginseng.

Barra de energía: Esta barra marca de color verde fluorescente la cantidad de puntos de vida que se tienen para enfrentar cada batalla. Según se vayan recibiendo ataques esos puntos disminuirán. Esto no repercute en el nivel de salud, si se pierden esos puntos no se muere pero hay que volver a empezar desde el anterior punto donde se guardó la partida.

Objetos relaciones con la narración del videojuego.

Pikachu: Posiblemente el Pokémon más conocido de la saga e imagen reconocible del videojuego. Su popularidad viene a partir de su aparición como principal Pokémon del personaje de la serie Manga Ash Ketchum. Es un Pokémon de tipo eléctrico que apareció en la primera generación del videojuego. Aparecido como protagonista en otros videojuegos fuera de la saga Pokémon. Es una especie de conejo de color amarillo que almacena electricidad en sus mejillas, y esa es su habilidad a la hora de enfrentarse a sus rivales.

Totodile: Es el Pokémon que el videojuego ha seleccionado como acompañante a partir de las respuestas en el test de personalidad debido a las similitudes en la forma de razonar. Es un Pokémon de tipo agua que apareció en la segunda generación del videojuego. Este ser imaginario es una especie de cocodrilo de color azul que tiene unas poderosas mandíbulas con las que lucha con sus adversarios. Se le define como un Pokémon *extremadamente arriesgado y alocado*.

Humano: En este título de la saga un humano que se ha despertado convertido en Pokémon, una especie de transmutación. El hecho de que en ningún momento se aparezca como humano no elimina que ese elemento esté presente durante todo el juego, además es un elemento principal para el desarrollo del argumento. En el resto de la saga son el personaje que se encarna en primera persona pero en esta solo aparece en la trama narrativa.

Sueños: El personaje transformado en un Pokémon recibe información de la trama del juego en sueños. En el juego los sueños son una especie de contacto extrasensorial con otros seres que permiten ir entendiendo la trama narrativa y descubrir algunos secretos.

Butterfree: Es el primer Pokémon que aparece pidiendo ayuda durante el desarrollo del juego. Es un Pokémon de tipo bicho/volador introducido en la primero generación del videojuego. Tiene la forma de una mariposa de color blanco, al mover sus alas genera un polvo que inmoviliza a sus adversarios o le hace dormir. En este caso pide ayuda para rescatar a su bebé caído en una gruta.

Caterpie: Es el primer Pokémon que se rescata en el juego. Es un Pokémon tipo bicho de la primera generación del videojuego que parece una especie de larva color verde. Ha caído en una caverna después de un movimiento de tierras y se debe rescatar.

Poké: Es la moneda oficial del en la saga Pokémon Mundo Misterioso. Se pueden conseguir de tres formas diferentes; recogiéndolo del suelo durante las misiones; como pago por vender cosas en el Bazar Kecleon; y en forma de recompensa por rescatar o atrapar a otro Pokémon.

Bayas: Este tipo de fruto crece en diferentes escenarios del mundo Pokémon y aparecieron por primera vez en la segunda generación del videojuego. Las bayas sirven para generar en los pokémons diferentes habilidades. Estos objetos pueden utilizarse en diferentes momentos del juego.

Desastres naturales: Es uno de los ejes de trama narrativa, el mundo Pokémon está siendo sorprendido por una serie de movimientos sísmicos y desastres naturales que amenazan con destruir el mundo sin saber cuál es el motivo que los provoca. Estos desastres son los que llevan a los protagonistas a formar los equipos de rescate.

Kit de rescatadores: Es un maletín que se otorga al principio del juego para poder realizar el trabajo de rescatadores. El kit contiene una placa de identificación de rescatadores, un maletín para guardar objetos que se vayan encontrando y un ejemplar de la gaceta Pokémon para mirar los anuncios de pokémons que piden ayuda.

Magnemite: Es otro Pokémon que hay que rescatar por petición de Catarpie (que se ha rescatado con anterioridad). Es un Pokémon tipo eléctrico introducido en la primera generación del videojuego. Es un tipo artificial basado en metal con dos imanes a los lados de color gris.

Tipos de Pokémon: Es una clasificación morfológica que agrupa a los pokémons a partir de sus rasgos, poderes y debilidades. Existe diecisiete tipos diferentes, acero, agua, bicho, dragón, eléctrico, fantasma, fuego, hielo, lucha, normal, planta, psíquico, roca, siniestro, tierra, veneno, volador. Cada uno de estos tipos puede desarrollar diferentes habilidades que serán más o menos aptas para enfrentarse a otras.

Plaza Pokémon: Es el lugar central del centro Pokémon, está rodeado de diferentes edificios como el banco o la tienda. Durante la trama será el lugar donde los Pokémons se reunirán para comentar las noticias y tomar decisiones sobre el futuro.

Estanque Whiscash: En este lugar vive un Pokémon llamado Whiscash, que es uno de los más antiguos y sabios de la ciudad. Después de cada misión dará consejos, objetos y proporcionará acceso a escenarios durante la trama del juego.

Pokémons salvajes: Son los pokémons que aún no han sido capturados por un entrenador y se encuentran en libertad. Los encontraremos en cada una de las misiones impidiendo el paso, pero también gracias a ellos se consigue aumentar las capacidades al adquirir su experiencia al vencerlos.

La leyenda de Ninetales: Es parte de los elementos de la historia que se desarrolla durante el juego y que explica la posible causa de la transformación en del personaje en Pokémon. Esta leyenda habla de una maldición que cayó sobre un humano al abandonar a un Pokémon que le había protegido de Ninetales (otro Pokémon). La leyenda dice que algún día volverá a nacer como un Pokémon y algunos la relacionan con los desastres naturales que están sufriendo.

Gengar: Es el Pokémon que acusa de ser los causantes de los desastres naturales y la posible destrucción del mundo a los personajes. Es un Pokémon tipo fantasma introducido en la primera generación del videojuego. La personalidad de este Pokémon está acorde con el hecho de que sea el elegido para acusar y poner al resto de pokémons en contra de los protagonistas.

Gardevoir: Es el Pokémon que se aparece en los sueños y que protagoniza la leyenda de Ninetales. Va apareciendo en los sueños y en otros momentos para guiar la historia y trama del juego. Tiene reservado un papel protagonista para la resolución de la historia, ambos tienen un papel mesiánico. Es un Pokémon de tipo psíquico introducido en la tercera generación del videojuego.

Xatu: Es un Pokémon que tiene visiones sobre el futuro y advertirá sobre la futura destrucción del mundo Pokémon. Es un Pokémon de tipo psíquico introducido en la segunda generación del videojuego que parece un ave. Durante la trama irá enviando mensajes telepáticamente para avanzar en la trama.

El equilibrio del mundo: La profecía dice que los desastres naturales están provocados porque se ha roto el equilibrio del mundo. No se sabe muy bien qué significa eso, pero evoca a una correlación de fuerzas de algún tipo que permite al mundo ser como es. Los protagonistas tienen la misión de retornar ese equilibrio impidiendo el desastre natural que se avecina.

Estrella: Es la causante del desequilibrio del mundo Pokémon, una estrella que cae sobre la tierra. Bien avanzada la trama se descubre que los desastres naturales están provocados por esa estrella que se acerca a la tierra para estrellarse y que se debe intentar detener.

Rayquaza: Es el Pokémon que puede ayudarnos a salvar el mundo deteniendo la estrella que cae sobre la tierra. Es un Pokémon legendario de tipo dragón que vive en la capa de ozono y que puede destruir la estrella que viene en camino.

Una vez realizada la tarea de organizar los objetos significativos aparecidos en el texto, es necesario reconocer a los sujetos que emergen de videojuego. A partir de la identificación de los sujetos involucrados en el texto resulta posible explorar y reconstruir redes de relación e influencia mutua de estos sujetos diferentes y su propia definición en la elaboración y reproducción de discursos. El entramado de objetos y formas de habla que se configuran en el texto permite identificar a algunos de los sujetos que tienen algo que decir en esta configuración discursiva que el videojuego construye. Los sujetos que participan directa o indirectamente de la experiencia del juego son los que intervienen en la construcción de las cuestiones materiales-inmateriales como la puesta en marcha de las reglas e historias que el videojuego construye. Los diferentes sujetos que están impli-

cados en la construcción de la narración y mecánicas de juego. Así, se sigue la división metodológica que ya se ha utilizado para nombrar a los objetos. De nuevo la relación no corresponde a ninguna cualidad de los sujetos sino de su relación con las prácticas discursivas que emergen del juego.

Sujetos relacionados con la materialidad del juego

Jugador: Es el sujeto más evidente de los que intervienen en videojuego. El jugador es el que interacciona con el videojuego, el que genera la experiencia de juego. Es el que decide, dentro de las posibilidades, lo que ocurrirá en el cibertexto llamado videojuego. Los jugadores son el sujeto central del texto aunque están condicionados y en diálogo con otros sujetos. Esa conversación ocurre en ausencia de la gran mayoría de estos sujetos. La del jugador es la subjetividad en disputa discursivamente hablando. Los objetos, formas de habla y discursos se dirigen a él de forma directa.

Niños/as: No todos los jugadores son niños o niñas pero el videojuego está pensado para ellos. El juego tiene un estilo de habla que tiene como interlocutor lógico a los niños. Los diferentes estilos de habla se centran en comunicarle al jugador como si este fuera un niño. No es de extrañar que el juego esté calificado para todos los públicos, su objetivo es ser consumido por ese público infantil. El niño es el sujeto a moldear, construir y subjetivizar a partir de esas prácticas que el videojuego genera. Aprender nombrando objetos, conociendo su valor, utilizando todo lo que el mundo tiene a favor de sus objetivos.

Adulto jugador: Aunque es un videojuego pensado principalmente para un público infantil no excluye a los adultos como jugadores. Los jugadores adultos son otro sujeto que aparece el discurso del videojuego aunque no sea su principal destinatario. Los estilos de habla a los que se hacía con anterioridad sitúan a esta actividad en consonancia con otros entretenimientos adultos. La función del discurso en el caso de los adultos es la misma que en los niños, aunque ésta se impregna en una subjetividad ya trabajada que no descubre esas prácticas discursivas sino que las consolida como parte de su realidad.

Sujetos relacionados con la inmaterialidad del juego

Adulto no jugador: Los adultos cumplen una doble función como sujetos. La de jugadores propiamente dichos como se veía anteriormente y la de supervisores de los jugadores niños. En esta segunda función los adultos aparecen como los responsables de la

elección y adecuación de los contenidos de los videojuegos. A la vez, son los encargados de supervisar el uso adecuado y saludable de este entretenimiento. Para cumplir esta función utilizan como guía alguno de los objetos y estilos de habla a los cuáles se hacía referencia con anterioridad. El Código PEGI es uno de esos objetos que permiten cumplir la función de adulto no jugador.

Los otros jugadores: Aunque el juego no tiene una opción que permita jugar a la vez a varios jugadores, existen diferentes formas para estar en contacto con los otros jugadores. A partir de ciertos dispositivos (cable o conexión wiffi) se pueden intercambiar objetos, escenarios o misiones con otros jugadores que ya han pasado por ahí. En otras versiones de la saga se pueden incluso intercambiar pokémons. Además, parte de la experiencia de juego pasa fuera de él, en los foros donde se debate, se comparte y se ayuda a los jugadores de todo el mundo a superar escenarios y retos diversos. Así, los otros jugadores no intervienen de forma directa en el juego pero están presentes en la configuración de esas prácticas discursivas que componen el mundo Pókemon.

Los no jugadores: Aunque no siempre aparecen como sujetos en todas las experiencias de juego son habituales los que miran como juegan otros. Esos espectadores del juego son sujetos que opinan, aconsejan, exclaman y piensan como actuarían ellos en el juego. Son sujetos en la medida que participan en la experiencia del que está jugando, en su interacción y formación de experiencias.

Los padres: Aunque el videojuego pueda ser jugado por cualquiera está en gran parte pensado para los niños, lo que implica que está pensado para los padres. Los padres son los que deciden la compra y la cantidad de tiempo que le puede dedicar el niño, de esta manera se convierte en un sujeto en constante interacción con el videojuego aunque no llegue a jugar nunca con él. Incluso su clasificación como un producto para todos los públicos es un mensaje dirigido a estos sujetos. La comprensión de la narrativa o mecánica del videojuego no es un elemento importante siempre y cuando ésta se adapte a esas categorías saludables y aptas para el desarrollo infantil.

La industria del videojuego: No se puede olvidar que el videojuego es el producto de la industria del entretenimiento más importante de la actualidad. Detrás del videojuego existe una inmensa industria que trabaja para vender más y extender su influencia. Esta industria emerge como sujeto porque tiene una vital influencia en los contenidos, historias y discursos que los videojuegos generan. Los intereses industriales y económicos tam-

bién son parte de lo que se ve y se construye con el discurso que aparece en los videojuegos. En los videojuegos la industria refuerza el mundo que le permite reproducirse, sus objetos e instituciones. A la vez, adopta otros discursos para legitimarse y ser aceptado como ocurre con la pedagogía y la psicología.

Sujetos relacionados con la mecánica de juego

Nintendo: Es la empresa que diseña, fabrica y distribuye el videojuego en exclusiva. Es un sujeto con nombre propio dentro de la industria del mundo del videojuego, uno de los pilares de esta práctica discursiva contemporánea. Nintendo es uno de los pilares en la industria y marca parte de los discursos que el mundo del videojuego genera. Es un sujeto que ha generado nuevas formas de lenguaje lúdico en videojuegos y que tiene una voz predominante en la industria. Su particular universo lúdico siempre se ha direccionado hacia la mezcla de imaginarios y mecánicas aparentemente simples dirigidas al público infantil. Seguramente se podría encontrar una vinculación directa entre tres de sus sagas de videojuegos más populares, *Mario Bros, The legend of Zelda y Pókemon*.

Los programadores: Estos sujetos están presentes en el videojuego ya que son los que de alguna forma traducen al lenguaje informático lo que los diseñadores han pensado. Son los responsables del algoritmo que permitirá que se realicen las acciones dentro del juego. Son los responsables de generar la visualidad a partir de las posibilidades técnicas de las que se dispone en cada momento. Su mirada forma parte del discurso del videojuego. Construyen no sólo imágenes sino también textos, sonidos y efectos. Generan la dimensión espacial y temporal del juego, desde la velocidad de los personajes a sus desplazamientos en la pantalla.

Neoliberalismo: La visión de lo individual, de la competencia, de la gestión de recursos y la competencia feroz para conseguir los objetivos son la forma de habla de esa doctrina política y económica. Aunque pueda parecer abstracto situar como un sujeto a un sistema de organización político, social y económico, es imprescindible situarlo en esa posición. Es un sujeto porque habla y fomenta todas esas prácticas que se van a cristalizar en el videojuego. Transforma la visión de las relaciones dentro y fuera del juego para hacerlas coincidir con su realidad hasta hacerla inseparable.

Sujetos relaciones con la narrativa del juego

Los diseñadores: Los diseñadores son los sujetos que piensan el videojuego, desde su historia hasta sus reglas. Los diseñadores son los que deciden como veremos lo que veremos y como actuaremos dentro de las posibilidades que nos permitan. Son los autores del videojuego pero sólo en parte, ya que lo que ocurrirá en el transcurso del juego será generado por el jugador con su intervención. Los diseñadores ponen las bases desde donde se articularán las prácticas discursivas. No sólo con la construcción de un hilo narrativo, los personajes o los escenarios, sino con la mecánica del juego. El hecho de que sólo a partir de la confrontación se pueda avanzar en el juego o la sumisión de todos los pókemos a la voluntad del jugador son prácticas concretas que influyen tanto o más que la narración en sí.

Los psicólogos: El lenguaje del *complejo psi* está presente en todo el juego. Desde el principio lo psicológico marca el camino del personaje. De igual forma, los personajes de la saga están extensamente psicologizados con rasgos de personalidad que los sitúan y limitan en sus capacidades. Los psicólogos hablan cuando otorgan a partir de las respuestas de un test el Pokémon más adecuado para iniciar el juego. También hablan cuando cada Pokémon actúa a partir de unas características psicológicas particulares que lo definen en sus capacidades. A la vez, los psicólogos son sujetos fuera del videojuego ya que son uno de los grupos encargados de vigilar los contenidos adecuados y que posteriormente se clasificarán en las etiquetas del Código PEGI.

Legisladores: El hecho de que este videojuego esté catalogado para todos los públicos se debe a la legislación de contenidos aprobada por el Parlamento Europeo. El sistema PEGI (Pan European Game Information) es el que avisa a los compradores de los contenidos del videojuego. De esta forma, los legisladores están erigiéndose como sujetos al marcar las líneas de los contenidos que pueden tener los videojuegos para acceder a esas etiquetas. Es una forma de control directo ya que no pasar los controles significa quedarse fuera del mercado. Así, los discursos de pedagogos, psicólogos y legisladores entran en juego. El mundo que construyen con sus prácticas discursivas entra en el videojuego.

En este momento del procedimiento se trata de reconstruir en lo posible derechos y responsabilidades de los sujetos de mayor significación en el texto y de las redes de relación que se entretejen fuera de él. Existen complejas redes de relación invisibles a

simple vista pero que impregnan la experiencia de juego. Todas esas voces de los sujetos generan diferentes matices dentro del videojuego que emergen en pequeños detalles. El hecho de poder presentar los diferentes discursos implicados en el texto marcará sus líneas normativas.

Sujetos relacionados con la materialidad del juego

El jugador es el sujeto interpelado a interaccionar, a jugar, a tomar decisiones sobre lo que ocurre. El jugador es guiado y a la vez guía la experiencia de juego. El videojuego propone un mundo y unas reglas que el jugador deberá entender y seguir para poder avanzar. El jugador es retado, el objetivo es conseguir la victoria. Micro-victorias que son las únicas que permiten avanzar en la trama del juego y, por acumulación, macro-victoria que permitirá ganar el juego en su totalidad y terminar la narración. El jugador tiene que competir para ganar, pero a la vez tiene que divertirse y entretenerse mientras lo hace. La distinción entre estas diferentes actividades va a fusionarse.

Sujetos relacionados con la materialidad del juego

La experiencia de juego cambia si el jugador es un niño o un adulto aunque sea el mismo videojuego. Los niños buscan la diversión y el entretenimiento en un mundo imaginario al cual son transportados durante un cierto tiempo, para los niños es un juego más. Para los adultos se convierte en una evasión de su mundo, buscan las mismas experiencias que los niños pero en un contexto diferente. El hecho de que los niños estén en proceso de socialización y los adultos ya estén inmersos en la vida adulta genera efectos discursivos diferentes. Para los niños es aprendizaje, para los adultos es la adaptación de su mundo al entretenimiento y el juego.

Sujetos relacionados con la inmaterialidad del juego

Los otros jugadores, al igual que los no jugadores, comparten elementos de una comunidad de jugadores, hablan el mismo lenguaje. Estos comparten información del videojuego, opinan sobre su constitución, las mejores formas de avanzar y los elementos que más los entretienen y divierten. El videojuego les pide aprendizaje, concentración y dedicación; a la vez les promete entretenimiento, diversión y evasión de la realidad. Esta es la dialéctica que los jugadores, en sus diferentes modalidades, generan en su experiencia de juego. Es un intercambio simbólico desigual, ya que las prácticas discursivas

del videojuego constituyen una forma de intervención sobre la subjetividad del jugador. A la vez, modifican su percepción sobre el juego mismo y sus componentes.

Los padres ven en el videojuego un entretenimiento donde habitualmente, aun conociendo su contenido, ignoran las prácticas que se ejercen en su interior. Los padres se decantan por videojuegos donde sus hijos puedan aprender algo, reproduciendo ese discurso pedagógico sobre lo lúdico que considera que existen juegos donde sí se enseñan cosas y otros en los cuales no. Los padres quieren ver en Pokémon un juego acorde a la mentalidad de un niño, sin imágenes agresivas, sin muertes simuladas, sin lenguaje inadecuado. Quieren un videojuego que no comunique ciertos discursos a sus hijos, se decantan por videojuegos donde los niños tienen que enfrentarse a retos, pensar, resolver acertijos. Estos ejercicios harán desarrollar capacidades y competencias a los niños de cara a su vida real. El videojuego debe ser un entrenamiento simulado para el futuro, pero sobre todo una diversión.

La industria del videojuego ha sido acusada durante muchos años de producir efectos negativos a los usuarios de videojuegos como se ha comentado ampliamente en los primeros capítulos. Al convertirse en una de las principales industrias del entretenimiento a nivel mundial ha tenido que adaptarse a ciertas exigencias, ha cambiado de piel. Por un lado, la industria propone una amplia variedad de contenidos para todas las edades y gustos, una multitud de experiencias lúdicas a la carta. El jugador debe elegir la experiencia que más se adapte a sus preferencias, un juego para cada jugador. Flexibilidad, adaptación y producción a la carta. Toda la ingeniería de la mercadotecnia puesta al servicio de las necesidades lúdicas. La industria del videojuego ya no impone el discurso androcéntrico y violento de antaño. En la actualidad se multiplica para entretener de todas las formas posibles al máximo de públicos.

Sujetos relacionados con la mecánica de juego

Nintendo como uno de los más importantes productores de hardware y software de la industria proponen un entretenimiento *soft*. Esta propuesta está lejos de los estereotipos que han marcado la historia de los videojuegos, enfocándose hacia la producción de contenidos para niños. Nintendo también es una de las causantes de la generalización del concepto de videojuego social y jugador casual. Al ampliar de esa forma el espectro de jugadores, los contenidos han tenido que flexibilizarse y ya no se basan en las temáticas

y mecánicas clásicas. Un videojuego para cada contexto, un videojuego para cada jugador, un videojuego para cada necesidad.

Los programadores ponen las reglas, generan lo que puede ser dicho y lo que no. El hecho de que se pueda atravesar una pared o no depende de la voluntad del programador. A partir de ahí, aprendemos lo que está permitido y lo que no, un videojuego es fundamentalmente aprendizaje de reglas. Reglas que difícilmente podremos refutar o revertir, y cuando se haga será a partir de fallos del sistema considerados trampas. No solo hay que aprender reglas sino que se infiere, a partir de ellas, la misión en este mundo imaginario creado para el entretenimiento. Los programadores muestran que la tarea va más allá de la habilidad de la acción individual, consiste en administrar una serie de recursos dentro de unas reglas determinadas. Tendremos que estar pendientes de valores, índices y características psicológicas y morfológicas fundamentales para elegir a los mejores pokémons en los momentos adecuados.

Sujetos relaciones con la narrativa del juego

Al otro lado de la pantalla se lee lo que los diseñadores escriben. El videojuego es su campo de expresión, su lenguaje. Los diseñadores se esfuerzan por generar un texto que divierta y retenga el interés del jugador. Hay que crear un mundo donde el jugador quiera estar el máximo de tiempo posible, que no se canse rápidamente de él. Para ello se genera una compleja cosmología para hablar más allá del juego y darle sentido a las acciones. Si el jugador no es capaz de colocar el contenido del videojuego más allá del simple reto o actividad perdería rápidamente su interés. El videojuego genera un mundo particular en el cual se interviene de manera esencial, el jugador para a ser el nudo por donde se resuelve la narración.

Los diseñadores también indican cuáles son las mejores formas de convencer y conseguir los objetivos. En Pokémon, la verdad y la razón son resultado de la victoria en el enfrentamiento, solo el ganador tiene la razón. No hay otra forma de convencer que no sea a partir del uso de la fuerza, un uso además naturalizado a partir de la esencia violenta de los Pokémon. Violencia que solo es posible dominar desde el adiestramiento humano, la servidumbre genera el fin de la violencia sin sentido. En el mundo Pokémon no hay más verdad que la de la victoria, no hay más argumentos que el de la fuerza. El que sea capaz de imponer su fuerza conseguirá convencer de su verdad, este es uno de los aprendizajes en el mundo Pokémon.

Todo esto bajo la apariencia de lo infantil, lo amigable e inofensivo. Las imágenes de los Pokémons se mueven del imaginario infantil entre sonrisas y apariencias inofensivas. Las melodías alegres acompañan las aventuras, nada hace presagiar que cada transición lleva hacía otro combate. Esta apariencia “naif” expurgada de violencia explícita tiene como elemento principal la eliminación de la muerte. El Pokémon no muere, al perder vuelve a despertar como si de un sueño se tratara en su casa. Su única pérdida son los objetos y el dinero que llevaba encima en la confrontación. La derrota aquí equivale a perder lo material y el tiempo invertido en llegar a cierto punto. Despreocupación por la vida ya que no está en juego. Los diseñadores son los encargados de escribir de forma concreta los discursos que están en juego dentro de Pókemon.

Los psicólogos no dicen nada pero hacen hablar a todos los elementos del videojuego. Desde la personalidad del jugador nada más empezar a las características de cada Pokémon, el *complejo psi* está presente en todo el videojuego. El hecho de que cada personaje tenga unas características particulares de personalidad basadas en rasgos psicológicos permite construir una clasificación a partir de su aptitud respecto de los objetivos del juego. Dependiendo de los rasgos psicológicos declarados, aparecen buenas aptitudes para ciertas actividades o acciones y deficientes para otras. Aunque quizás lo más importante es que esas características psicológicas están naturalizadas, pertenecen de forma genética al ser miembro de determinada especie. Lo psicológico es natural, inmutable y predispone.

La industria del videojuego ha sido acusada durante muchos años de producir efectos negativos a los usuarios como ya se ha comentado ampliamente en los primeros capítulos. Al convertirse en una de las principales industrias del entretenimiento a nivel mundial ha tenido que adaptarse a ciertas exigencias, ha tenido que cambiar de piel. Por un lado, la industria propone una amplia variedad de contenidos para todas las edades y gustos, una multitud de experiencias lúdicas a la carta. El jugador debe elegir la experiencia que más se adapte a sus gustos, un juego para cada jugador.

En ese contexto de generalización del videojuego como entretenimiento para todos, los legisladores van a decir a lo que cada edad se debe jugar. Las clasificaciones y las restricciones sobre los contenidos no solo limitan lo que se puede decir y hacer en cada videojuego sino que naturalizan los contenidos ética y psicológicamente aceptables para cada edad. Así, hasta los dieciséis años no se puede presentar ni violencia física ni escenas de sexualidad con cierto parecido a la realidad. En cambio, las batallas en Pokémon son

para todos los públicos porque los niños no las pueden relacionar con la vida real, solo en su imaginación la confrontación está permitida. Los legisladores temen la simulación no el discurso, la representación les parece que puede corromper los espíritus en formación. Mientras esa violencia se mueva en lo imaginario no preocupa a los legisladores. El resto de etiquetas de advertencia hacen referencia a la discriminación, las drogas, el juego (azar o apuestas) y la posibilidad de que se pueda jugar en línea. Estas categorías construyen más que borrar de lo que quieren hablar los videojuegos y cómo quieren hacerlo. Son una puesta en escena de las fobias y las filias de la sociedad contemporánea. Son el discurso ético-científico naturalizado en el contexto lúdico que los videojuegos ocupan.

Los estilos de habla organizan y reconstituyen la relación entre los objetos y los sujetos presentes en el texto, y de esta forma es posible identificar los discursos que aglutina el videojuego. La peculiaridad del videojuego como discurso es que genera una multiplicidad de formas de habla que quedan aparentemente dispersas en imágenes, movimientos y acciones del jugador. Hay que estar atentos a los matices que esas formas sutiles de habla presentan por todo el texto, en todo el desarrollo del videojuego. Se pueden detectar varios estilos de habla que ayudan a contextualizar las voces del discurso en Pokémon.

Estilo o forma de habla lúdica. Este es el estilo de habla que está presente de forma más clara en todo el texto, lo lúdico. Es un juego y eso se deja notar en la forma en cómo se presentan las acciones, los personajes, sus comentarios. Las problemáticas son presentadas de forma despreocupada. Todo lo que ocurre tiene sentido y debe de realizarse para seguir avanzando en los retos que se van planteando. Es un estilo de habla que intenta entretener de forma lúdica, hacer pasar el rato intentando alcanzar las metas que se proponen pero fuera de cualquier peligro o reflexión. Este estilo de habla lúdico transforma todas las prácticas que se realizan en el juego en una diversión. Rescatar a un Pókemon en peligro en una gruta no entraña una gran transcendencia debido a que se puede fallar y volver a intentar. Comprar, vender y interaccionar con el Banco es lúdico, un juego. Agredir, luchar y vencer son acciones que se realizan bajo la sonrisa del entretenimiento lúdico.

Estilo o forma de habla infantil. Aunque no sea un videojuego exclusivamente para niños el estilo de habla está pensado para ellos. Desde el principio la sensación al ver los personajes, escuchar sus comentarios y oír la música da la sensación de que el juego le está hablando con niños. Conceptos claros, poco complejos y directos. Todo ello mezclado en

un ambiente desenfadado que invita a seguir explorando sin muchos riesgos, en caso de perder se puede volver a comenzar sin consecuencias graves. Nunca aparece una reflexión sobre el por qué de una acción o sus consecuencias, tampoco sobre los efectos de las decisiones que se toman. Las órdenes que durante todo el juego aparecen son pequeñas peticiones simples que se acumulan hasta crear una significación mayor. La historia es revelada poco a poco para ser comprendida por un niño. Los personajes son amables, sus intenciones siempre buenas excepto la del personaje que asume el papel del malo. En este caso el papel del malo está interpretado por *Gengar.* Incluso en esta elección el videojuego se encarga de justificar su maldad debido a su naturaleza.

Estilo o forma de habla narrativa. Durante todo el videojuego aparece una forma de habla que se coloca en un punto externo, es el lugar de un narrador omnipresente que va explicando el desarrollo de la trama del juego. Después de cada misión superada y desde el principio del videojuego hay momentos donde aparece esa narración exterior. Alguien explica lo que está pasando, las acciones toman sentido a partir de la vertebración respecto de causas y fines que esa forma de habla adquiere. Esta forma de habla aparece en la mayoría de videojuegos para conducir al jugador dentro del mundo del juego hacia los objetivos que están programados. Es una voz serena, autorizada y que sabe lo que se debe hacer. No es posible oponerse a ella, es la voz del algoritmo llevada a la narración. Esa forma de habla es la que tiene la verdad del juego, la que indica las causas de los conflictos, las justificaciones de los actos y decisiones a tomar.

Estilo o forma de habla competitiva. El videojuego invita a competir, es una de sus formas de hablar, se juega compitiendo. Se puede decir que la forma más común de hablar en el juego es la competición, la lucha con otros pokémons. Esta competitividad es el medio que hace avanzar y aumentar las posibilidades de ganar. Hay que competir para avanzar en la trama del juego e ir descubriendo los siguientes escenarios. Aunque de una manera poco llamativa se habla cuando se compite por aumentar los niveles de vida, los puntos de fuerza, y todo con el fin de ganar. Cuando se gana el resto de personajes admiten el argumento. La victoria es lo que sitúa en la posición de la verdad. Es un estilo de habla implícito, mudo pero constante. La práctica de la competencia es parte del lenguaje del videojuego, sin esa forma de hablar a partir de la confrontación no puede entenderse el discurso Pókemon. Es un estilo de habla que no se puede evitar ni negociar, no existe la posibilidad de conseguir los objetivos ni la victoria por otros medios.

Estilo o forma de habla de gestión. Una de las labores en el juego es estar pendiente de diferentes factores y variables que influyen en el devenir del juego. Los niveles de experiencia y los diferentes movimientos de ataque que aprende el personaje, pero también los del compañero, son un estilo de habla del juego. Más adelante incluso se pueden reclutar más pokémons para que participen en el equipo y así utilizarlos cuando se considere necesario. También hay que prestar atención a recopilar objetos para posteriormente utilizar, vender o intercambiar. Todas estas acciones remiten a una forma de habla de gestión, hay que administrar esos recursos para seguir avanzando en el juego, el habla del gestor del juego. Las diferentes pantallas con menús indicando los puntos acumulados, los ataques aprendidos (o comprados), la velocidad, las habilidades, todo se convierte en un activo a administrar. Los personajes valen (en el doble sentido de la palabra) dependiendo de esos ítems que atesoran. El jugador de Pókemon tiene que ser capaz de gestionar todos esos activos en pro de la victoria.

Estilo o forma de habla psicológica. Nada más empezar el juego esa forma de habla se hace presente con la obligación de contestar un test de personalidad que permite otorgar un Pokémon al jugador acorde a su forma de ser. El estilo de habla psicológica está diseminado por todo el juego a partir de la relación entre sus personajes y las habilidades que poseen. Cada Pokémon tiene unas características psicológicas particulares que lo hacen más o menos apto para diferentes tipos de actividades. La forma de habla psicológica está impregnada en el transcurrir de la narración, incluso el personaje principal está interpelado constantemente por su nueva identidad. Hay una relación directa entre las posibilidades de avanzar en el juego y el conocimiento y adecuación de las capacidades psicológicas de los personajes. Además, es una estilo de habla naturalizado, irreductible e inmutable. Los personajes no pueden escapar de su naturaleza, no hay posibilidad de cambio. Lo psicológico es entendido y presentado como predisposición natural a la cual no se puede hacer frente.

Estilo o forma de habla economicista. Aunque no de una forma manifiesta el estilo de habla economicista está presente en el desarrollo de la mecánica del videojuego. No solo porque hay una moneda en el mundo Pokémon sino porque con ella se pueden comprar cosas. También podemos guardar ese dinero en el banco, además se convierte en la recompensa por las misiones de rescate. Quizás conseguir dinero no es el objetivo principal pero sin él no podremos avanzar en la historia. Compramos y vendemos objetos, ganamos dinero por el trabajo realizado, existen instituciones que administran esos elementos economicistas como las tiendas. El estilo de habla económico está presente en todo el

videojuego. El hecho de que se recompense después de cada misión realizada exitosamente tiene que ver con esa misma forma de habla. A la vez, los objetos que se pueden comprar y vender tienen un precio que proporciona el videojuego. Nunca se sabe de qué depende ese precio que se paga por los objetos. Lo económico habla a cada momento a partir de los incentivos y recompensas que se reciben y que son necesarios para avanzar.

9.5. Mundos sociales, reglas culturales y contraste de audiencias

Se entiende mundo social como una noción referente a los diferentes ámbitos en los que emergen relaciones discursivas. El videojuego presenta diferentes versiones de mundos sociales que conviven en el texto y que se van configurando con todos los elementos que se han operativizado. El mundo del jugador se presenta como un paréntesis temporal, un *break* en el tiempo de la vida normal. El videojuego será el momento donde el ritmo de la vida diaria permitirá un respiro. Tanto para niños como para adultos el videojuego representa una evasión de sus responsabilidades reales, educativas por parte de los niños y laborales por parte de los adultos. Aunque como ya se ha mostrado, el videojuego no va a representar un tiempo cualquiera ejercitado de forma arbitraria sino que va a representar una nueva actividad dentro de las tareas diarias de unos y de otros.

El videojuego reclamaba aprendizaje, concentración, reflexión y gestión de elementos. El tiempo que se dedica a los videojuegos es para realizar tareas similares a las que se ejecutan cuando se está en la vida normal. Hay tarea, pero dentro del contexto y tiempo socialmente permitido para esa actividad que da descanso a la vida normal. El videojuego cambia el lugar en el mundo donde se sitúa el jugador, del anonimato de la vida real a ser el protagonista principal. El papel que toca desarrollar es el de gestor del todo el mundo representado por el videojuego. El jugador es el eje donde la historia avanzará, en este tiempo imaginario se abandona el mundo subalterno de actividades y papeles reales para pasar a ser el protagonista del mundo imaginario.

El mundo social que el videojuego presenta es un mundo limitado por reglas rígidas, éstas solo se pueden transgredir haciendo trampas. Es un mundo limitado por reglas que se deben aprender a utilizar para el beneficio del jugador. El objetivo de este mundo social que representa el videojuego es avanzar en la narración a través de victorias. El mundo está representado como una sucesión de enfrentamientos que deben ser ganados por la fuerza, y esta es la que otorga la razón. Es un mundo expurgado de la muerte pero no de la derrota. La derrota aparece en el mundo del videojuego con la pérdida material y la

repetición de la misma acción. Es un mundo con tiendas y bancos, con recompensas por el trabajo bien realizado. Pero también es un mundo donde los bancos actúan de forma desinteresada y nadie produce las mercancías que aparecen, las cosas son dadas sin más.

Es un mundo social complejo donde convive la multiplicidad de personajes estratificados a partir de sus características psicológicas y éstas, a su vez, son las que otorgan un lugar en mundo Pokémon. Un mundo con pokémons salvajes y otros civilizados que dirimen sus argumentos con el mismo lenguaje, el combate y la fuerza. Un mundo en equilibrio donde aparecen las amenazas naturales provocadas por la intervención de los personajes. Lo natural es equilibrio, lo social es lo que introduce las perturbaciones y los peligros. En este caso incluso lo extranjero, lo humano, es lo que trae la desgracia al mundo. El equilibrio ecológico y el social se rompen por la introducción de elementos externos.

El mundo Pokémon es un mundo infantilizado, aparecen las tareas e instituciones adultas pero despojadas de sus condiciones materiales. Todo aparece como por arte de magia, así se presentan las cosas a los niños. Los personajes se amenazan pero sonríen, los bancos guardan el dinero sin pedir nada a cambio. Los objetos aparecen por el camino para después ser intercambiados a vendidos, son un fruto más de la naturaleza. Como en todo mundo infantilizado la derrota no es severa sino formativa. Al perder se encomienda de nuevo la tarea, volver a empezar. Repetir hasta aprender la forma correcta de avanzar. Es un mundo preparado para aprender ciertas mecánicas, acumular y gestionar a partir del par ensayo y error.

El mundo social del videojuego presenta el ocio del siglo XXI, tecnológico y mediado por pantallas. Las relaciones sociales están mediadas por estos elementos tecnológicos a través de interfaces. Los videojuegos son el entrenamiento principal de los niños en este mundo, con este aprendizaje son capaces de surfear con más destreza en la sociedad de la información y la comunicación. El mundo social que el videojuego representa no aísla a las personas sino que las conecta de forma diferente, acorde a las necesidades de esta nueva sociedad contemporánea mediada por aparatos tecnológicos. Proliferan las conexiones en tiempo real a partir de internet mientras jugamos, existen infinidad de comunidades de jugadores donde se establecen lazos de comunicación y relación social. El videojuego es social, pero además permite introducir al jugador en estas nuevas formas de comunicación y relación social mediadas por la tecnología de forma natural. Los

chats, foros, mensajería instantánea, facebook o twitter pasarán a ser formas naturales de comunicación, y el videojuego es su campo de entrenamiento más importante.

La industria del videojuego presenta un mundo social como un mercado adaptado a nuestras necesidades. La multiplicación de contenidos y mecánicas de juego han proliferado para llenar todos los huecos que la industria descuidaba en sus inicios. Los videojuegos ya no van a pensarse para los jugadores *hardcore*, aquellos que pasaban más horas jugando, sino que van a pensarse para todas las necesidades que el mercado demanda. El videojuego aparece en casi todos los dispositivos digitales con pantalla para llegar a todos los usuarios posibles. El videojuego estará ahí esperando para ser utilizado en los momentos de distracción en busca de entretenimiento.

En la multiplicación de contenidos y públicos aparece el mundo social controlado por los legisladores. Estos controlaran los contenidos para clasificar y recomendar los adecuados a cada edad. Aparece como un discurso pedagógico y ético que otorgará certificados de adecuación a aquellos videojuegos que se lo merezcan. Estos contenidos controlarán lo que socialmente no deben ver ni escuchar los niños cuando juegan, una especie de burbuja aislada de los problemas que los rodean. Nada de violencia, lenguaje ofensivo, sexo, miedo o discriminación. Estos son los miedos que el videojuego despierta y que los legisladores controlan en su mundo social. Ese mundo donde el discurso pedagógico se basa en no enseñar nombrando las cosas malas y filtrar sin nombrarlas las buenas.

El videojuego es un entretenimiento y por tanto está pensado para divertir a su usuario, pero también es un objeto de consumo de masas. El videojuego es un producto pensado para divertir a partir de la utilización de ciertos aparatos tecnológicos (*hardware* y *software*), pero para poder jugar con ellos hay que comprarlos. Es un mundo donde la carrera tecnológica se impone a cada momento, las consolas quedan obsoletas y los nuevos videojuegos avanzan en nuevas plataformas más potentes. Este movimiento sigue la lógica de la sociedad de consumo, productos perecederos y de consumo rápido. Los videojuegos tienen que tener un nivel de dificultad variable para que todos los jugadores puedan dedicarle el tiempo del que dispongan. Los videojuegos son un objeto de la sociedad de consumo, por tanto deben ser consumidos con rapidez para poder comprar el siguiente. Esto se observar en las sagas de videojuegos, que producen nuevos títulos cada año con el fin de proporcionar a sus seguidores el nuevo producto.

El videojuego entretiene porque presenta un reto al cual debemos responder. Habitualmente se proponen diferentes retos dentro de un mundo imaginario que tenemos que resolver. Estos retos son variados y conllevan diferentes niveles de dificultad. Al principio, durante nuestro proceso de aprendizaje de las reglas, los retos suelen ser asequibles. Cuando se avanza en la trama y se entra en el juego el nivel de dificultad aumenta para que no se pierda el interés en resolver los retos. Esto ocurriría si los niveles de dificultad siguieran siendo bajos durante todo el videojuego. En esa dialéctica del aumento de dificultad y del reto el jugador consume su tiempo de ocio.

Aunque no todos pueden jugar a cualquier cosa, existe un control que distribuye contenidos y edades. La pedagogía y la psicología catalogan los contenidos aptos para cada edad. Si los contenidos tocan alguno de los temas delicados, como se señalaba con anterioridad, solo se pueden recomendar a un público adulto. Así, emerge que los videojuegos son un elemento pedagógico más del cual hay que controlar el contenido. Hasta ciertas edades no deben tratarse temas como la violencia, el sexo o la discriminación, y menos como un entretenimiento o diversión. Al contrario, los contenidos recomendados son aquellos que despojan de problemáticas las relaciones sociales dentro del juego.

En cambio la mecánica de juego que permite avanzar y superar los retos en Pokémon se basan en la lucha, la acumulación y la gestión de elementos para conseguir nuestros propósitos. La regla económica impregna todo el videojuego, no solo porque aparezcan objetos como el dinero (*poké*) o los bancos, sino porque esos elementos funcionan dentro de un sistema de acumulación, recompensa e intercambio. Existen unos intercambios económicos naturalizados y despolitizados, se presenta como un lenguaje naturalizado. Jugar va a significar acumular objetos, ganar dinero para conseguir esos objetos, vender esos objetos para conseguir otros. Así seremos más fuertes y conseguiremos vencer a nuestros enemigos, y con ello imponer la razón.

Para conseguir que estos elementos funcionen se debe gestionar el mundo del videojuego. No solo a partir de la acumulación de objetos y dinero sino gestionar a los personajes que aparecen en la trama del juego. Hay que decidir que personajes sirven en cada momento para conseguir el objetivo, después se desechan para seguir adelante. Se utiliza a todos los que rodean al personaje principal para conseguir los objetivos, se les hace crecer y aumentar su fuerza y habilidades para cuando sean necesarios. El videojuego coloca al jugador en la posición de un personaje que tiene capacidad de control sobre el resto. A escala del mundo imaginario Pokémon, dentro del mundo del juego, ejercemos

una especie de *biopoder*. Hay que mantener al resto de personajes sanos, fuertes y aptos para que sean productivos. En el juego ser productivo significa poder enfrentarse contra otro Pokémon y vencerlo. Existe una gran complejidad entre los tipos de Pokémon y sus características, así que controlar al mayor número de pokémons diferentes permite enfrentar con más posibilidades de victoria a los retos que se presenten.

El videojuego se presenta con una forma de habla lúdica, que propone diversión y entretenimiento. Para ello se introduce al jugador en un mundo imaginario donde habitan unos personajes ficticios, pequeños monstruos antropomorfizados que poseen habilidades y personalidades diferentes. Se encarna a uno de esos personajes dentro de una trama narrativa que hará que se avance dentro de este mundo imaginario. Además, este discurso lúdico está impregnado de una forma de habla infantil. El videojuego le habla primordialmente a videojugadores niños, por este motivo utiliza imágenes, sonidos y anunciados relativamente simples. El mundo Pokémon no utiliza complejos sistemas de transiciones en 3D, elaboradas melodías o diálogos complejos porque su discurso se dirige a los niños. Ese estilo de habla entra en conflicto cuando el videojuego obliga a aprender sus reglas complejas.

En el mundo Pokémon todo parece muy fácil y sencillo pero no es así. Cuando se inicia el aprendizaje de las mecánicas de juego, el estilo de habla pedagógica y de gestión cambia y ya no parece dirigirse a niños. Hay que aprender una gran cantidad de características de los pokémons para avanzar con eficiencia. A la vez, hay que descubrir los mejores movimientos dependiendo de los pokémons a los que se enfrenta. El estilo de habla de la gestión del juego ya no utiliza el tono infantil y sencillo sino que es elaborado y complejo. Así pasa también cuando el estilo de habla competitivo se dirige al jugador.

El estilo de habla competitivo impregna el juego, solo se avanza y progresa en la trama si competimos. Se puede pasar el tiempo deseado paseando por las zonas del videojuego, pero solo si se compite en los diferentes retos hay avance en la trama. El estilo de habla lúdico invita a descubrir el mundo Pokémon de forma intuitiva pero rápidamente enseña que solo compitiendo se avanza. Quizás el videojuego no contiene violencia explícita ni tampoco imágenes de confrontaciones pero de una forma infantil se premia al mejor competidor.

El estilo de habla narrativo que utiliza el videojuego presenta un mundo amenazado, un equilibrio roto y de una leyenda que explica lo que el futuro depara. Se mezclan los es-

tilos de habla que explican lo que ocurre en el videojuego, la concepción de naturaleza amenazada y de desequilibrios provocados por los personajes del juego. La historia está dominada por fuerzas mágicas que se deben seguir sin cuestionar. El destino está escrito y hay un papel reservado para el jugador, aunque no se puedan tomar más decisiones ni enfrentar al fatalismo de su historia. Se narra una historia mágica porque se habla a niños pero utilizando elementos como la superstición o las desgracias naturales.

En la introducción a este análisis se afirmaba que no se pretendía generar un modelo de análisis que se pudiera aplicar a todos los videojuegos. Aunque muchos de ellos comparten ciertos elementos y, por tanto, ciertos discursos, no se pueden generalizar las mismas prácticas en otros videojuegos. El videojuego que se analiza tiene como característica principal, comparado con otros, que es un producto reconocible de la factoría Nintendo. Es un cibertexto que se dirige a un público infantil generando un mundo imaginario poblado por criaturas fantásticas. Este videojuego tiene muchos puntos coincidentes con otros generados por Nintendo como *Mario Bross* (1983) o *The legend of Zelda* (1986). Siempre buscando la simplicidad gráfica y al público infantil con diseños sencillos en apariencia pero que esconden una gran complejidad discursiva.

Por otro lado, aparecen infinidad de diferencias si se compara con otros videojuegos que tienen contenidos bastante diferentes como la saga *FIFA* (1993) o *Final Fantasy* (1987). Aunque comparten elementos, sus discursos se dirigen a públicos diferentes utilizando otras prácticas discursivas. Así, su discurso está enfocado a un público más adolescente introduciendo elementos de simulación. El videojuego deja de utilizar ese lenguaje infantil para empezar a introducir elementos de la vida real en forma de simulación. Incluso en los videojuegos donde que sigue desarrollándose en mundos fantásticos, los personajes y las tramas contienen elementos del mundo adulto.

El videojuego se dirige a la audiencia infantil como una aventura misteriosa (hasta el título contiene esa palabra), introducirse en un mundo mágico. El cibertexto promete entretenimiento, diversión y aventuras para un público infantil. A la vez, la promesa que hace al público adulto es que no contienen elementos que puedan perjudicar a los niños mientras juegan. Sus contenidos han sido evaluados, filtrados y etiquetados para que los supervisores adultos puedan estar tranquilos mientras los niños juegan. El juego incorpora esas etiquetas que guían al comprador a la hora de elegir el videojuego desde criterios pedagógicos adecuados.

9.6. Cinco discursos emergentes

A partir de la aceptación de la noción de discurso como el conjunto de declaraciones y prácticas que construyen un objeto, se detectan una serie de discursos que el texto incorpora en diferentes intensidades y direcciones. Estas prácticas discursivas van a construir ciertas relaciones entre sí que van a generar efectos en los jugadores en su relación y experiencia de juego. Se verá cómo estos discursos impregnan el videojuego que se analiza para generar efectos en la constitución y construcción del mundo social del jugador. Este proceso tiene como objetivo moldear la subjetividad del jugador, adaptarla, flexibilizarla para nuevas experiencias que le esperan en el futuro.

Discurso lúdico-tecnológico: Este discurso se constituye a partir de la conjunción del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y su adecuación respecto al tiempo y espacio dedicado al juego en la sociedad contemporánea. Es un discurso potente que marca cada vez más la relación con el mundo social a partir de los diferentes aparatos tecnológicos que la sociedad de consumo produce. Esa relación está marcada por la multiplicidad de funciones que se pueden realizar a partir de estos aparatos, la relación con y a partir de ellos es múltiple y compleja. Desde el celular al lector de libros electrónico, pasando por el videojuego, el uso se diversifica en múltiples opciones. Con un celular no solo se habla sino que se juega y se comunica. Con un lector de libros electrónico no solo se lee sino que se compra y comenta sus contenidos en internet. Con un videojuego no solo se juega sino que se aprende, se comunica y se absorbe mensajes publicitarios. La tecnología pasa a ser un objeto lúdico porque es presentado como un elemento que permite disfrutar más de la vida y de las relaciones sociales. A la vez, lo lúdico tiene que estar relacionado con lo tecnológico. El entretenimiento va a centrarse en todas esas tecnologías que acompañan al usuario y que ya son parte de la vida diaria.

Discurso pedagógico-legal: Este es el discurso que aparece en la relación entre lo pedagógicamente adecuado para el aprendizaje y socialización del niño y el marco legal que cataloga la adecuación de estos productos para su venta y consumo. El videojuego incorpora imágenes, sonidos y enunciados que recrean un mundo imaginario donde el jugador debe tomar decisiones para conseguir llevar a cabo unos objetivos. Se construye un discurso pedagógico que recomienda lo que se puede decir y ver en el videojuego atendiendo a la edad del jugador. Como Pokémon está pensado para un público infantil se limitan los posibles contenidos para que no incorporen elementos como el sexo, la violencia o el lenguaje inadecuado. Estos objetos discursivos abstractos son eliminados de

la construcción del juego debido a que no son adecuados para la socialización del niño. A la vez, se asume que los jugadores aprenden mientras juegan y que esos contenidos no deben ser aprendidos a esa edad. Este discurso pedagógico está respaldado por la legalidad administrativa generada por los diferentes parlamentos que legislan las condiciones de producción, distribución y venta de estos productos. Existen leyes que otorgan certificados de adecuación dependiendo de esos contenidos para que los compradores (en este caso los tutores de los niños) sepan que el videojuego que están comprando cumple esos requisitos pedagógicos. Esas etiquetas que advierten sobre el contenido del videojuego permiten construir las diferentes etapas de socialización. Hasta tres años apto para todos los públicos sin que contengan ningún tipo de elemento como los mencionados. Hasta los siete años solo pueden contener alguna escena de miedo leve y algún desnudo parcial fuera del contexto sexual. Hasta los doce años no pueden empezar a aparecer escenas de violencia en contextos simbólicos y algunas imágenes de naturaleza sexual, de la misma forma el lenguaje soez debe aparece de forma suave. Hasta los dieciséis años no pueden aparecer las imágenes y contenidos parecidos a los de la vida real. Y por último, hasta los dieciocho solo pueden aparecer catalogados aquellos videojuegos que según la definición pueden ofrecer violencia brutal y capaz de generar repugnancia en el espectador. Este discurso construye las diferentes etapas de la niñez y la adolescencia y les otorga unos determinados niveles de tolerancia delante de esos contenidos.

Discurso narrativo-psicológico: Este discurso emerge del eje narrativo, la constitución de los personajes y su interrelación con el entramado discursivo del *complejo psicológico*. La historia que el videojuego cuenta se basa en la cosmología propia del mundo Pokémon, relacionado con los otros títulos de la saga, y un desarrollo basado en aspectos psicológicos de los personajes. Desde el comienzo el texto utiliza el discurso del *complejo psi* al otorgar un personaje a partir de las respuestas que se dan en un test de personalidad. Mientras se aprende a jugar se descubre que los Pokémon están determinados morfológicamente por su tipo, y este a su vez presenta unas características de personalidad claras. Éstas no son un adorno narrativo sino que intervienen en la mecánica de juego debido a que dependiendo del control de esas características será más fácil o difícil vencer a un contrincante. Los personajes están influenciados por esa personalidad psicológica, algunos son poco sociables y ariscos, otros más sociables y dóciles. La narración del videojuego hace que el jugador circule por esas relaciones entre personajes mentirosos que intentan perseguirnos y otros más nobles que ayudarán a avanzar. Más allá de la construcción de personajes, en la trama existe un nudo relacional que remite siempre a eso complejo psi, lo naturaliza y legitima.

Discurso de gestión-economicista: Este discurso impregna la mecánica de juego, dispone al jugador en la labor de gestionar recursos, personajes y estrategias con el fin de avanzar en la trama. Los objetos que aparecen en el juego tienen sentido dentro de ese mundo real economicista. Monedas, bancos, tiendas, objetos y útiles que se pueden ganar o encontrar por el camino. Esos bienes deben ser administrados, vendidos o cambiados para la consecución de objetivos. Pero no solo se gestionan objetos sino también personajes y habilidades. Se encarna a un personaje con características determinadas, a la vez se controla también al compañero de viaje. Más adelante se podrá seguir reclutando nuevos pokémons para ser utilizados cuando sea necesario. En el tramo final del juego habrá que administrar un equipo de pokémons con diferentes habilidades que permitirá llegar al final. De la habilidad para reclutar y utilizar a los diferentes pokémons dependerán las posibilidades de victoria. Se debe gestionar que cada uno de ellos para que aumente sus niveles de experiencia y movimientos. Se abandona el papel de personaje para convertirse en un gestor de capacidades puestas al servicio de la victoria. El discurso de la gestión de recursos para sacar el mayor rendimiento es la verdadera mecánica del juego.

Discurso competencia-victoria: Este discurso genera el hecho de que lo única opción en el juego es competir y conseguir la victoria, no existe otra vía que convencer con la fuerza. Una fuerza infantilizada y desdramatizada por el discurso pedagógico que impide la crudeza de las imágenes y los enunciados, pero fuerza al fin y al cabo. Solo se puede avanzar en el videojuego combatiendo, el único lenguaje posible para dirimir las cuestiones es la lucha. Una lucha *soft,* sin sangre ni grandes efectos especiales, pero lucha que proclama un vencedor. Un ganador que además se queda con los objetos, fuerza y movimientos del rival en recompensa por su victoria. Se convence de los argumentos a partir de la victoria, y ésta solo es posible a partir de la competencia y la lucha. El lenguaje que utiliza el videojuego parece eliminar esos elementos, aunque es la verdadera mecánica de juego. La lucha es la única forma de juego posible, las reglas solo permiten avanzar si se combate y se gana. Solo aumentan las capacidades del personaje si se acumulan victorias y se acumulan los objetos y virtudes de los rivales. Si se vence en los combates se impone tu razón cuales quiera que sea. El discurso construye la verdad y la razón como resultado de la competición y la victoria.

La aparición de estos cinco grandes discursos en Pókemon pone en evidencia que los videojuegos tienen una importancia más allá de su objetivo manifiesto. Entretener es una de esas prácticas discursivas con las cuales ejerce su fuerza. En el siguiente capítulo se

exploran esos discursos en profundidad relacionándolos con el contexto material, histórico y político del videojuego. A la vez, relacionando estos discursos con otros que tienen intereses compartidos y visiones del mundo similares.

Level 10. La naturalización de la realidad social a partir de las prácticas discursivas

El procedimiento tiene la función de hacer emerger, a partir de la aplicación de ciertos procesos metodológicos, los discursos que el videojuego produce. Este primer paso pone al descubierto ciertas prácticas discursivas que tejen una red de sentido mucho más amplio. El análisis no puede quedarse exclusivamente en nombrar esos discursos sino que debe relacionarlos con su contexto material, social y político. No hay que olvidar que el objetivo de hacer análisis del discurso es presentar la realidad social en su relación lingüística material, es decir, como se hacen realidad.

Por este motivo, los cinco discursos detectados en el videojuego “Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul” se relacionan directamente con la construcción de la realidad social. A partir de la concepción de práctica discursiva que se ha manejado durante toda la investigación, se construye el relato hacia la realidad material. Cómo esos discursos sirven para producir subjetividades, reproducir realidades sociales y naturalizarse de forma lúdica.

Es necesario detectar las instituciones que ponen en circulación esos discursos, sus motivos y las relaciones de poder que se establecen entre ellas. Ver en qué medida existe la posibilidad de resistencia a esos discursos y cómo pueden erigirse prácticas de resistencia dentro de esos mismos discursos. Hay que recordar que la noción misma de discurso asumida en esta investigación es relacional, y por tanto, siempre aparece la forma misma de resistir. Las prácticas de resistencia aparecen como discurso que interrumpe la reproducción misma de la realidad social, la pone en duda y la modifica.

10.1. Discurso lúdico-tecnológico

Hay que empezar situando histórica y espacialmente al discurso lúdico-tecnológico para establecer las relaciones con otras prácticas cercanas. El primer videojuego llamado *OXO* aparece en el año 1952 y es el primero de una generación que unirá lo lúdico a una pantalla a partir de una computadora. Aún así, tendrán que pasar varias décadas para que estos discursos sobre el videojuego tomen cuerpo y alcancen la capacidad de trans-

formar los objetos de los cuales habla. No será hasta la década de los noventa que los videojuegos empezarán a convertirse en un elemento de consumo central en las sociedades. El aumento de las capacidades técnicas de las consolas y los avances dentro del mundo de la informática permitirán que el videojuego se convierta en el entretenimiento perfecto de la era digital. No es casualidad que el desarrollo del mundo de los videojuegos se sitúe en los complejos tecnológicos de EE.UU. y Japón. Aquí empieza a fraguarse la nueva generación de ciudadanos digitales que vivirán conectados a múltiples aparatos tecnológicos que les permitirán comunicarse e interaccionar en cualquier lugar del mundo en tiempo real.

El videojuego se va a presentar como el lugar de aprendizaje perfecto para ese nuevo mundo que eclosionará a principios del siglo XXI. A partir de lo lúdico, los niños se introducen en el manejo de interfaces informáticas, la gestión de información y la solución de problemas complejos a partir de su relación con esos elementos electrónicos. El discurso sobre lo lúdico y lo tecnológico otorga competencias sobre las relaciones sociales en la mayoría de ámbitos de la vida en cyberia (Rushkoff, 2002). A la vez, de la mano de su popularidad y éxito comercial, empiezan a generarse acusaciones sobre lo inadecuado de sus contenidos y efectos. Como ya se ha explicado con detalle en los al principio de esta investigación, desde los primeros estudios que tenían como objeto el videojuego se ha intentado demostrar sus efectos negativos sin encontrar resultados significativos. El crecimiento de la industria y su popularidad como ocio infantil genera un movimiento que acabará reconstruyendo un discurso sobre los contenidos adecuados e inadecuados en videojuegos.

La relación entre la tecnología y lo lúdico opera como discurso naturalizado en el adiestramiento y generación de competencias tecnológicas. El videojuego pasa de considerarse una amenaza para la salud de los jugadores a un extraordinario elemento de adquisición de competencias tecnológicas. Ya no atenta contra la salud física y psicológica sino que gracias a él conseguiremos, sin esfuerzo, aprender a utilizar instrumentos de valor para la vida real. Los videojuegos naturalizan la relación entre diversión y tecnología, consiguiendo además adiestrar al jugador en el manejo operativo de las pantallas e interfaces informáticas. Desde las habilidades con las nuevas máquinas que operan enfermos a partir técnicas laroscópicas (un joystick y una cámara de video que emite imágenes en una pantalla) hasta el moverse por menús del sistema operativo de la computadora, el videojuego permite adquirir competencias en el mundo digital sin aparente esfuerzo. La

forma natural de aprender estas competencias es jugando, aunque sea a través del consumo de ese producto llamado videojuego.

10.2. Discurso pedagógico-legal

Ese discurso pedagógico emerge a partir de las presiones que ejercen diferentes instituciones para acotar lo que se puede decir, cómo y a quién a través de videojuegos. Aunque no es una forma que se utilice en todo el mundo, el código PEGI es una práctica concreta que ilustra como emerge ese discurso pedagógico-legal. Aparecido en el año 2003, rige el control de contenidos en el territorio europeo a partir de la ISFE (Federación Europea de Software Interactivo) de acuerdo con los principales fabricantes de videojuegos. Los fabricantes tienen que rellenar un cuestionario de cincuenta preguntas acerca de los contenidos del videojuego. Estas preguntas versan sobre violencia, sexualidad, lenguaje obsceno, miedo, incitación al juego de azar y posibilidad de jugar online. Los responsables de configurar estos filtros que condicionaran el contenido, la mecánica y la narración del videojuego son diferentes actores que se erigen como defensores de los derechos de los niños. Los encargados de generar el discurso sobre lo que se puede decir son los padres, organizados en asociaciones de consumidores, psicólogos expertos en infancia, expertos en nuevas tecnologías, juristas expertos en leyes de defensa al menor, académicos, representantes de los legisladores y los representantes de la industria. De esta forma aparece el discurso pedagógico y legal que va a marcar el qué y cómo se habla en los videojuegos.

Los diferentes discursos naturalizan sus propias estructuras como muestra el hecho de que sean los padres (a través de las asociaciones de consumidores), los psicólogos expertos en infancia, expertos en nuevas tecnologías y los representantes de los legisladores y la industria quienes decidan lo que se puede decir o no en los videojuegos. Primero, al naturalizar a los videojuegos como un objeto de consumo infantil y situándolo bajo la misma vigilancia y jurisdicción que el resto de productos destinados a la infancia. Una vez declarado juguete para niños pasa a ser controlado por los encargados de velar por su salud y seguridad. Los padres se encargan de vigilar pero desde su papel dentro de un grupo de presión como consumidores. Es decir, dentro del lugar que la sociedad de consumo les indica para reclamar sus derechos. Los psicólogos se encargan de decir cómo debe ser la socialización del niño en todas sus etapas, lo correcto y lo inadecuado. Los especialistas en nuevas tecnologías son los que presentan y reifican las posibilidades de estos nuevos medios para servir a los intereses de estos grupos de presión

económicos. Los especialistas en defensa del menor, encargados de defender al futuro jugador-consumidor, generan argumentos jurídicos sobre efectos negativos provocados por los videojuegos aunque nunca hayan sido probados. Y los representantes de los legisladores, que deben tomar las decisiones políticas para la protección de los menores, que trabajan junto con la industria velando por sus intereses económicos. Estos grupos de presión actúan imponiendo sus visiones de la realidad social creando un discurso de protección en defensa del videojuego, de sus contenidos, de sus posibles enseñanzas. Todo este esfuerzo se realiza para transformar ese discurso negativo relacionado con el videojuego y ponerlo al servicio de sus objetivos.

10.3. Discurso narrativo-psicológico

Estos discursos ya mostrados funcionan entrelazándose con lo que se denomina *complejo psicológico* (Rose, 1985). Este discurso va más allá de nombrar lo normal y lo patológico respecto a las conductas sino que tiene como objetivo la transformación directa de la subjetividad. El videojuego aparece como uno de esos elementos discursivos que va a configurar esa extensa red que produce, legitima y naturaliza las verdades psicológicas. Durante el juego se utilizan herramientas del lenguaje psicológico como el cuestionario de personalidad que aparece al principio, además de los condicionantes éticos generados a partir de los rasgos psicológicos de los personajes. Un Pokémon genera sus capacidades a partir de esos elementos psicológicos, sus capacidades están condicionadas por esas prácticas discursivas. Así, la trama narrativa se va transformando en una explicación que deriva habitualmente en comportamientos psicológicos que explican los comportamientos, incluso los que tienen un trasfondo mítico y fantástico. A la vez, estos elementos discursivos se van entrelazando con los discursos de gestión, con los objetos económicos y la forma de competencia como mecánica de juego.

De la misma manera, la voz que habla con la lengua de la psicología se naturaliza como una nueva forma de subjetividad. Será la psicología, a través de su discurso, quien nombra cómo somos, el por qué y lo que se espera de cada uno de los personajes dentro de juego. Así, el jugador pasa a ser infantil, divertido o distraído dependiendo de las respuestas al cuestionario de personalidad suministrado al inicio del juego. De esas respuesta se infiere un personaje que concuerde con esos respuestas que configuran su forma de jugar, sus características respecto del juego. Además, se incita a corregir esos rasgos para hacer del personaje algo más funcional, para jugar mejor, para ganar. Según la evaluación al iniciar el videojuego, en este análisis, el jugador es una persona “inocente”,

le gustan las cosas “curiosas” y “extrañas”. Su actitud “desenfrenada” y “alegre” ante las cosas gusta a la gente. Así son las características del jugador según la evaluación que hace el videojuego, pero hay defectos en esa personalidad a corregir. Es “infantil” y no aguanta mucho tiempo en el mismo sitio, siempre “vamos de aquí para allá”. Esa actitud genera en otro vicio, el “egoísmo”. Toda esta definición no habla de rasgos de personalidad sino de una forma de subjetividad, de relación con el mundo exterior que se intenta psicologizar. Así opera la naturalización de las prácticas discursivas dentro del complejo psicológico.

10.4. Discurso de gestión-economicista

El videojuego genera una mecánica de juego basada en la gestión de elementos, personajes y objetos. A la vez, presenta un mundo colonizado por objetos economicistas, bancos, moneda, tiendas, incluso los personajes trabajan como rescatadores. El discurso economicista impregna la mecánica del juego más que la narración, sutil forma de transmitir mensajes sin alzar la voz. Este discurso que naturaliza el capitalismo y las formas de gobierno liberal. Éste se consolida a finales del siglo XX con la caída del bloque comunista y la extensión de la economía de mercado liberal en todo el planeta. Hasta en los mundos imaginarios hay bancos y tiendas, pero estas realizan su función de forma descontextualizada. El discurso económico se desprende de sus condiciones materiales y políticas para presentarse como algo natural y desinteresado.

También se observa cómo se naturaliza el discurso del capitalismo como realidad social a partir de sus objetos, relaciones e instituciones. Esa naturalización opera a partir de la aparición de dinero y objetos que sirven para avanzar en el juego. Incluso aparecen instituciones que sustentan esa realidad como son los bancos y tiendas, donde se puede comprar o vender objetos. Lo que empieza como un juego que consiste en rescatar pokémons en apuros se convierte en un trabajo. Se otorga una licencia para poder ejercer el trabajo y hay recompensas económicas por su realización. El trabajo y sus relaciones económicas son naturalizados como la forma de organización del tiempo y la vida. Esta naturalización de las relaciones económicas, no obstante, elimina todo rasgo de negatividad. Los bancos son altruistas, los objetos no son producidos por nadie (aparecen de forma mágica) y la competencia del resto de rescatadores nunca hace bajar las recompensas (tampoco falta el trabajo). La realidad social está basada en una naturalización de las relaciones capitalistas expurgadas de todas las condiciones materiales que las hacen posibles. A la vez, también desaparecen todas las relaciones jerárquicas entre estas in-

stituciones y relaciones en el intercambio, venta o compra. En cierta manera, el jugador se convierte en un capataz de campo del resto de pokémons que encuentra, los pone a trabajar para conseguir los objetivos y no reciben ninguna gratificación por ello.

10.5. Discurso competencia-victoria

El jugador se convierte en gestor de una empresa que tiene como objetivo acumular el máximo número de victorias. Para ello se utilizan estrategias de engorde, adiestramiento y acumulación para los pokémons. La victoria será el objetivo como lo es el beneficio en la economía, para ello todo está permitido dentro de la gestión del equipo. Hay que competir con otros equipos de rescate que se presentan como la competencia en el mercado de los rescatadores. A la vez, hay que competir con los retos que lanza el videojuego a partir de sus reglas. La victoria es el único lenguaje que surge de la mezcla de estos elementos.

La competencia y la victoria van a ser las formas naturales de resolución de disputas, el que venza impondrá su versión de los hechos. Así funciona durante el videojuego, los ganadores imponen su verdad respecto a la de los demás por el simple hecho de la imposición de su fuerza. El argumento siempre va a quedar supeditado a la fuerza que se pueda desplegar en la competencia. La narración de la historia va estar supeditada al hecho de que se pueda imponer la fuerza, los hechos se consolidan después de la competencia y a partir de la victoria. Si no hay victoria no hay razón, así funciona la naturalización de la confrontación, a partir de la competencia, como fin en sí mismo. Los objetivos solo podrán alcanzarse a partir del enfrentamiento, y será a partir de la victoria como se impone la versión de los hechos del jugador. Al fin y al cabo esta es la forma de operar de la historia, los vencedores escriben lo que ha ocurrido, la narración es coherente para los que ganan.

10.6. Instituciones y poder

Al examinar la función de los discursos en relación a las instituciones hay que referirse a su papel en la construcción de la realidad social. Las instituciones estructuran esa realidad, permiten o restringen lo que se puede decir, quién lo dice y la forma en cómo se construye la subjetividad. Los discursos que se tejen en el texto permiten observar cómo estas instituciones se erigen estructurando la realidad social en la cual están inmersos. En el videojuego se observa como esas instituciones emergen a partir de las prácticas

discursivas que las generaban y sustentaban. Instituciones que tienen una relación directa en la producción del videojuego y otras que, desde su relación con este, iban situándose como sujetos con algo que decir sobre él. Estas diferentes voces representan instituciones que desean imponer su visión de la realidad social a partir de sus discursos.

10.6.1. El papel de las instituciones

La industria del videojuego intenta generar un discurso diferente al que históricamente se la ha relacionado. Como se ha visto en la primera parte de esta investigación, la industria del videojuego ha tenido que defenderse de múltiples acusaciones sobre lo inadecuado de sus contenidos y las posibles consecuencias negativas sobre la vida de los jugadores. Paulatinamente, la industria del videojuego ha generado un discurso pedagógicamente adecuado para convencer al resto de instituciones que su producto de entretenimiento no perjudicaba a los niños. Para conseguir ese objetivo ha ido suavizando los contenidos, la radicalidad de sus personajes y las mecánicas de juego para hacerlas más aceptables para el discurso pedagógico. A la vez, se ha generado otro discurso que alaba las bondades pedagógicas del videojuego. Se invita al consumidor a aprender jugando y adquirir las habilidades propias basadas en la tecnología digital. Dejar fuera a los niños del mundo de los videojuegos es privarles de oportunidades de aprendizaje que los colocarán en mejor posición en diferentes ámbitos en un futuro. La industria del videojuego va a utilizar ese doble discurso sobre lo pedagógico para reproducirse como institución dentro de la sociedad de consumo contemporánea.

La psicología va a funcionar como el lenguaje donde la socialización del niño se encauza hacia los valores adecuados. La psicología señala no solo lo que puede perjudicar al niño sino lo que es adecuado para su formación. La psicología ya no solo va a mirar a los videojuegos desde el punto de vista patológico sino que lo va a hacer a partir construcción de su subjetividad. La psicología como institución va a imponer su discurso, no solo para proteger a los niños de los contenidos inadecuados que pueden generar problemas en su socialización, sino que va a tomar parte en la construcción de contenidos adecuados para la correcta educación de los niños. A partir de esas prácticas discursivas, que van a controlar lo que se dice y cómo se dice algo con videojuegos, la psicología va a erigirse como controlador de ese mismo lenguaje para imponer su visión de la realidad social. El discurso psicológico no solo va a negar cosas sino que va a construir otras a partir de su particular forma de nombrarlas. Configura la relación con los elementos del videojuego, la subjetividad se genera en relación a la adecuación o no a esos patrones psicológicos

de lo adecuado. La funcionalidad de esas formas de subjetivación está estrechamente relacionada con la realidad social mercantilizada.

Estos discursos van a presentar al mercado con una realidad social naturalizada. Los objetos, la moneda, los bancos y las tiendas representar un escenario donde, en un contexto imaginario, se filtran las instituciones que sustentan la realidad del capitalismo. Las relaciones que se van a generar a partir de esos objetos van a ir construyendo una lógica del intercambio y la acumulación. Incluso nuestra tarea en el videojuego, rescatar pokémons en apuros, pasa a ser considerado un trabajo remunerado desde temprano. La narración habla al jugador para que salve el mundo Pokémon, y para ello hay que salvar a los que están en apuros. Para ello trabajaremos de rescatadores, del éxito dependerá nuestro beneficio. Si se fracasa las posesiones físicas se pierden, si se vence aumenta el capital. A más acumulación de capital, más posibilidades de vencer hay. La lógica de la acumulación, la compra y el intercambio está naturalizada como forma de progreso lógico en la mecánica del juego. La lógica del mercado y las relaciones económicas se refuerza y naturaliza a partir de estas prácticas discursivas.

El capitalismo no solo va a plasmarse en sus relaciones materiales sino en su carácter competitivo como forma de validar los argumentos. El videojuego dirige al jugador hacia la competencia, la confrontación para superar, avanzar y conseguir la victoria. Hay que conseguir vencer en los diferentes enfrentamientos con el resto de pokémons para avanzar en la trama del juego y para acumular más fuerza para futuros enfrentamientos. La mecánica del juego no permite otra forma de avanzar que no sea con la victoria en el enfrentamiento, la competencia va a surgir como el único argumento válido. De la habilidad para vencer depende la posibilidad de avanzar hacia la resolución del juego. Así, no solo aparecen las instituciones y objetos que construyen las relaciones materiales en el capitalismo sino su espíritu competitivo. Para ser funcionales en el juego tenemos que ser competitivos, el discurso de la competitividad emerge y refuerza a las instituciones capitalistas. Así funcionará el videojuego, la competitividad va a construirse como forma de subjetividad. La razón de los argumentos, el éxito de la misión se medirán a partir de esa premisa del capitalismo, la competitividad y la imposición de la fuerza.

A la vez, hay que explorar los discursos que subvierten a las instituciones, aunque esta tarea es compleja. Se corre el riesgo acabar apoyando algún de ellos enfrente de los otros y así entrar en el juego de intereses entre las diferentes instituciones sobre la gestión del poder en ese mundo en particular. Aún así, se pueden identificar ciertos discursos que

subvierten de diferentes formas la construcción de la realidad que los discursos detectados intentan construir. Algunos de estos discursos se encuentran dentro del mismo texto que se analiza y otros se sitúan en otros que dan forma al mundo del videojuego. El objetivo no es señalar discursos positivos y negativos sino mostrarlos, oponerlos y que entren en conflicto para visualizar esas instituciones.

Aunque de una forma más escasa, aparecen videojuegos con mecánicas de juego diferentes que no se basan en la competencia y la victoria. Su discurso enfrenta al jugador con otras lógicas, está creado para pensar sobre el sentido del enfrentamiento como forma de llegar a la victoria. Un ejemplo de esto es el videojuego *September 12th* (Frasca, 2003), aunque el mismo autor advierte de que este producto no es un juego sino una simulación. El hecho es que permite observar una manera diferente de generar un discurso a través de videojuegos no comerciales. Cuando se empieza a jugar aparece una advertencia que indica que no es un juego sino una simulación, no se puede ganar ni perder, no tiene final, las reglas son simples y solo se puede disparar o no hacerlo. Para acabar diciendo que ese solo es un ejemplo de cómo funciona la guerra contra el terror. El discurso de este juego sitúa al jugador delante de opciones deliberadamente limitadas y situadas en los puntos opuestos a los videojuegos comerciales. No hay posibilidad de escapar de su lógica, no hay victoria. Aunque sea un videojuego de denuncia deliberadamente creado para esa crítica, muestra cuales son algunas de las prácticas discursivas que crean subjetividades en los videojuegos y que se muestran en este análisis.

También aparecen otras formas de jugar a partir de la transformación artística de videojuegos. Aunque sea una práctica fuera del ámbito comercial y minoritaria hay que nombrarla como un discurso que se enfrenta y subvierte a las instituciones que sustentan el discurso del videojuego comercial. Un ejemplo de ello lo se encuentra en videojuegos como *Today I die* (Benmergui, 2009) donde el jugador es invitado a crear diferentes poesías con el movimiento de palabras. La combinación de las palabras genera el cambio de escenario, la luz y las formas dentro del videojuego. No hay victoria ni competición, simplemente la combinación y repetición trasladan al jugador a diferentes escenarios en un ambiente de relajación y reflexión. Existen otras transformaciones artísticas que utilizan otros medios para generar discursos diferentes a través de videojuegos, incluso con los videojuegos comerciales.

Como se explicaba al inicio de esta investigación con la definición acerca de lo que es jugar y lo que es un juego, la apropiación y cambio en la dinámica del juego siempre ex-

iste como posibilidad para el jugador. El jugador siempre va a acabar eligiendo, en parte, su experiencia de juego al tomar decisiones dentro del mismo. Al no estar limitado por el tiempo, el mundo Pokémon se vuelve una especie de bucle donde se puede pasar un tiempo indefinido en movimiento por los espacios y escenarios que se activan sin necesidad de avanzar en la narración. En el videojuego analizado no hay muchas posibilidades creativas porque se basa en un mundo bastante limitado. En otros videojuegos denominados de mundo abierto se puede no hacer seguir la trama narrativa y buscar la diversión en diferentes aspectos no pensados para eso cuando se diseñó la gameplay del videojuego. La apropiación para otros fines del espacio navegable del videojuego y la no aceptación de las tramas que presenta la narración es otra de las formas de jugar generando prácticas discursivas diferentes. El hecho de no acumular los objetos que la mecánica del juego apremia a hacer, no recoger el dinero que sirve para comprar y no asumir las misiones que deberían de aceptarse generan prácticas que subvierte los discursos e instituciones que los promocionan.

El hecho oponerse y transformar los elementos que el videojuego presenta abre un espacio a la imaginación y al juego como contrapunto al control pedagógico que ejerce el complejo psicológico. El control sobre los contenidos que se ejerce desde este discurso, desde dentro y fuera de la industria, permitido pensar cómo subvertirla a partir de la puesta en duda de sus argumentos de control a través de la imaginación. La imaginación como capacidad del jugador de pensar el videojuego de otra forma, cambiar dentro de lo posible su experiencia. El videojuego comercial es constantemente transformado por sus usuarios con parches (nuevos contenidos creados por jugadores) y modificado con opciones que no estaban planteadas por sus programadores. La capacidad de modificación y, por tanto, de imaginación de los jugadores genera un discurso que subvierte a las instituciones que intentan imponer su visión de la realidad social. El videojuego como el resto de juegos resiste a lo educativo porque sigue siendo un juego. El juego siempre enseña, lo que añade el discurso educativo es el control psicologizado de las actividades que los niños realizan mientras juegan.

Así, los más beneficiados por esos discursos son obviamente los que los producen. La industria informática, en la que se basa el videojuego, se beneficia de la relación de los jugadores desde la infancia con sus productos. Desde pequeños se aprende a utilizar esa tecnología que después se irá incorporando a la vida adulta a través de múltiples aparatos. De forma directa la industria del videojuego genera un hábito que no se agotará con

la infancia. Los videojuegos se convierten en un entretenimiento que traspasa la barrera de la edad y que, a su vez, reemplaza a otros productos de ocio como el cine y la música.

Este entramado sobre la producción de objetos beneficia y refuerza el sistema económico basado en el consumo. Ya no se puede jugar sino es a partir de la compra de estos aparatos (hardware) y los videojuegos que van apareciendo periódicamente al mercado (software). El entretenimiento basado en videojuegos introduce, en cierta manera, a los niños en la dinámica de la sociedad de consumo. Cada videojuego se agotará rápidamente para ser desechado y reemplazado por la novedad. Aunque los contenidos se parezcan mucho, la maquinaria publicitaria y las nuevas tecnologías promoverán la compra y el reemplazo. El sistema económico basado en el consumo de bienes y servicios es beneficiado por estos discursos.

El estado es otro de los beneficiados de este discurso a partir del control, como vigilante, de los contenidos de los videojuegos. Con el control legal que se ejerce sobre los videojuegos, a partir de la adecuación de sus contenidos a elementos pedagógicamente adecuados, el estado aparece como uno de los más beneficiados por estos discursos. A partir del argumento sobre la defensa del menor y contra contenidos inadecuados, el estado se va a encargar de decidir no solo que contenidos adecuados sino para que parte de la población. Los contenidos que el estado, de la mano de los especialistas, va a considerar inadecuados para un desarrollo adecuado son sobre todo la violencia y la sexualidad. Los psicólogos se encargarán de administrar las dosis de estos contenidos que los niños, jóvenes y adultos deben acceder.

La psicología se va a beneficiar de estos discursos porque se convierte en el supervisor de los contenidos, un censor. Se encarga de nombrar lo que es adecuado para cada edad, impone su discurso sobre lo moralmente adecuado para el desarrollo sano de los niños. Convertirá cuestiones morales en cuestiones de salud y de desarrollo saludable. Así actúa el complejo psicológico, responsable de controlar esa educación e imponiendo su lenguaje como forma de subjetividad. Y lo va imponer en un doble sentido, no solo controlando los contenidos e imponiendo su visión de la infancia y la realidad social sino psicologizando la forma de hablar del videojuego, de sus personajes, de sus tramas. Desde su doble papel de sujeto e institución la psicología va a impregnar el discurso del videojuego.

Los primeros que sufren esos discursos de control y regulación son los jugadores. Con los contenidos y mecánicas de juego limitados y controlados a partir de las premisas de los psicólogos y defensores de la infancia, el videojuego pasa a ser un producto de consumo mayoritariamente infantil. La mayoría de títulos que se publican y que quieren ser etiquetados para todos los públicos deben limitar sus contenidos. De esta manera se infantiliza y empobrece la mayoría de títulos que, presionados por las distribuidoras, preferirán limitar esos contenidos para poder llegar a un público más grande y lucrativo. A la vez, los niños videojugadores también sufren estos discursos de control. Son limitados a partir de su edad a poder acceder a ciertos contenidos debido a los discursos de desarrollo psicológico saludable. De esta manera, solo van a poder relacionarse con ciertos contenidos controlados y supervisados de antemano que no contengan ciertos temas. A la vez que los contenidos son limitados, los jugadores sufren el adiestramiento y asimilación de ciertas prácticas discursivas que naturalizan la realidad social.

Los diseñadores de videojuegos también sufren estos discursos ya que ven limitada su creatividad. En el momento que se genera un control sobre los contenidos y las mecánicas de juego, los diseñadores saben que para poder cumplir estos requisitos deben limitar su creatividad. Esa limitación viene desde un doble sentido, la limitación legal y la económica. La primera corresponde a los controles sobre contenidos que ya se ha explicado, y la segunda está relacionada con el hecho de los potenciales consumidores. Si un videojuego no cumple con esos requisitos de control y protección de la infancia no podrá venderse a ese segmento de consumidores. Así, la mayoría de videojuegos acceden a esas restricciones con el objetivo de aumentar sus posibilidades de ventas.

Incluso de forma más general, todos los que intentan pensar y crear una realidad social donde el intercambio económico, la acumulación y la competitividad no son los objetivos principales sufren este tipo de discriminación. El videojuego va construyendo esos discursos a través de sus prácticas, un mundo económico, competitivo y basado en la victoria donde los niños se adiestran en la gestión de esos elementos. El videojuego naturaliza ese tipo de relaciones materiales para ir generando un tipo de subjetividad donde estas relaciones son vistas como naturales. Este adiestramiento lúdico va a trabajar en la interiorización de prácticas discursivas que presentan como normales la búsqueda del beneficio, la acumulación material y la competencia como forma de imponer la razón. Así se modifica la subjetividad del jugador, a través de las prácticas discursivas que el videojuego filtra, produce y reproduce.

Los que apoyan y son beneficiados por esos cinco grandes discursos detectados en el videojuego son los principales productores de esa realidad instituyente. Por ejemplo, la heterogénea red de defensores de los derechos de los niños apoya este tipo de discursos sobre los videojuegos. Esta red está compuesta por juristas, asociaciones de padres, psicólogos y educadores que funcionan como un grupo de presión. Se erigen como los defensores de la infancia generando, a partir de sus prácticas, una determinada estructuración de la infancia y de su desarrollo saludable. Son ellos los que recomiendan los contenidos dependiendo de la edad valiéndose de los conocimientos de la psicología especializada en la infancia. A partir de su discurso sobre lo saludable se pasa a otro que tiene que ver con lo moralmente adecuado.

Las empresas de tecnología también apoyan esta forma de hablar que aparece en el videojuego porque refuerza un mundo mediado por sus productos de consumo. No solo el ámbito del trabajo sino el de las relaciones sociales pasan a formar parte de ese entramado tecnológico que encuentra en el videojuego uno de sus primeras formas de contacto con la población. Esta industria implanta su discurso en todos los ámbitos sociales, laborales y educativos como base la mayoría de las relaciones que se dan en estos espacios. El discurso lúdico tecnológico les permite iniciar a los más jóvenes en ese tipo de uso, un entrenamiento lúdico para la vida adulta.

Las familias también apoyan este tipo de discursos porque así creen proteger y educar a sus hijos de forma adecuada. En esa labor de socialización las familias delegan sus responsabilidades educativas en infinidad de instituciones que, a partir de ciertos discursos morales basados en conocimientos científicos, garantizan el normal desarrollo de sus hijos. La pedagogía y la psicología generan una forma de habla inspirada en esos conocimientos científicos que se utilizan para fundamentar cierta visión del mundo, la infancia y lo moralmente correcto y saludable. Del miedo a los videojuego como generador de efectos negativos para sus hijos se pasa a ver en ellos una posibilidad de educación a partir del entreteniendo.

Esta transformación en la forma de habla de los videojuegos refuerza el discurso psicológico entendido como un entramado discursivo que moldea la subjetividad del jugador. Esta forma de hablar adopta el discurso psicológico del desarrollo saludable de la infancia, mezclando de forma indiscriminada lo que está en el ámbito de la salud y lo moral hasta convertirlo en un mismo discurso. Esa labor sobre lo saludable se desplaza hacia la generación de una subjetividad que habla ese lenguaje psicológico. Naturalizando esa

forma de habla sobre el videojuego no solo controlará lo adecuado con respecto a los contenidos sino que se impregnará en la misma experiencia de juego esa psicologización de los personajes y tramas, transformando así la propia experiencia.

Esas mismas formas de hablar desacreditan a otras que habitan el mismo espacio o compiten en ciertos aspectos. Las empresas de juguetes tradicionales son una de esas otras formas de hablar que quedan desacreditadas. Como industria del juguete tradicional se ve desplazada por las nuevas formas de entretenimiento basadas en la tecnología. Aunque los contenidos de la industria del juguete tradicional tienen muchos puntos en contacto con los del videojuego, se ven desplazados por la forma de habla que relaciona lo lúdico y lo tecnológico. De esta forma, la industria del juguete tradicional pierde influencia y se ve desacreditada por el discurso de las competencias tecnológicas. El juguete tradicional pasa a un segundo plano desplazado por esta nueva forma de entretenimiento basado en las tecnologías de la información y la comunicación.

Los medios de comunicación siguen desacreditando estas formas de habla basándose en los contenidos violentos de los videojuegos. Los medios de comunicación siguen tratando a los videojuegos a partir de sus contenidos inadecuados. Habitualmente sus críticas no atienden a la complejidad de los discursos que habitan al videojuego, pero no por ello dejan de intervenir a partir de una forma de habla que los desacredita. Para los medios de comunicación el videojuego sigue siendo una amenaza potencial para la infancia y su desarrollo debido a sus contenidos violentos. Prácticamente nunca les prestan atención a otras temáticas ni especificidades del entramado lúdico-tecnológico.

Las familias son reticentes a estas formas de habla que el videojuego implica debido a toda la carga negativa que se la ha dado en las últimas décadas desde los medios de comunicación. El miedo a la forma de hablar del videojuego está presente porque la consideran una pérdida de tiempo donde los niños no aprenden nada. El desconocimiento del medio y sus complejidades, sumado a los estereotipos fomentados por los medios de comunicación, han hecho que históricamente las familias vean a los videojuegos como algo poco recomendable. Habitualmente se limita el tiempo de juego y los contenidos al que tienen acceso los niños. Aún así, no están en contra de todas las formas de habla que el videojuego implica. Son parte de las instituciones que controlan los filtros en los contenidos y, por tanto, asumen la idea de que con el videojuego se aprende.

Aunque esas formas de habla están apoyadas por el complejo psicológico, no todos las líneas de pedagogos y psicólogos están de acuerdo con esas posiciones. A estos se les puede denominar como psicólogos y pedagogos conservadores, que se oponen a este tipo de habla más "reformistas" que el videojuego presenta en la actualidad. Estas formas de habla siguen argumentan que el videojuego genera efectos negativos para el desarrollo de la infancia. Para ello no faltan los estudios que relacionan el uso de videojuegos con diferentes problemas psicológicos como adicción o aislamiento social, y otros de carácter neurofisiológico como la epilepsia y la obesidad. Aunque no se ve reflejado en el videojuego analizado, la industria ya se ha adaptado a estas críticas generando formas de videojugar que implican movimiento físico. Aún así, esta forma de habla conservadora de la psicología sigue oponiéndose a muchas de las nuevas que el videojuego presenta hoy.

10.6.2. Discursos en busca de poder

Como se ha mostrado en el análisis de las diferentes prácticas discursivas que aparecen en el videojuego, éstas deben enmarcarse en discusiones más amplias donde ser interpretadas. Estos discursos más amplios son el complejo psicológico, ese lenguaje creado por la psicología que ha sobrepasado el ámbito de la salud mental para formar parte de la propia subjetividad. La psicología se presenta como el lenguaje del control de las almas (Rose, 1999) que sirve como forma de control de la vida. Este discurso psicológico va a traspasar la frontera de la salud para incorporarse en una amplia gama de categorías que organizan el discurso de la subjetividad. Prácticas discursivas que funcionan controlando los cuerpos y las mentes, una forma de autogobierno psicologizado. Este discurso aparece de forma clara en el videojuego porque, desde su proceso de producción, verificación y puesta en comercialización, estas categorías psicológicas emergen como lenguaje propio en diferentes espacios. El discurso psicológico como generador de subjetividades, más allá de lo normal y lo patológico, pasa a decir cómo se debe actuar en diferentes ámbitos de la vida privada y pública. En especial, el discurso psicológico centra sus esfuerzos en la infancia. Ahí es donde esas prácticas discursivas ponen las bases para sustentar la realidad social psicologizada de la vida adulta. El videojuego sirve como discurso lúdico para introducir esos elementos que producen la subjetividad moderna, psicologizada y funcional que el capitalismo necesita.

La industria tecnológica aparece como otro de los productores de discurso que opera como medio de control. En la actualidad, la industria de productos tecnológicos emerge

no solo como una lucrativa parte de la sociedad de consumo, sino que se erige como una forma avanzada de control social. La multiplicación de las redes e interconexiones en tiempo real a partir de diferentes dispositivos ha colocado a la industria de la tecnología a las puertas de poder realizar una labor de control social nunca imaginada hasta ahora. Desde la telefonía móvil hasta las computadoras, todos estos aparatos tecnológicos operan como elementos de comunicación, información y producción de sentido en diferentes ámbitos de la realidad social. La vida se desarrolla en el plano tecnológico desde diferentes dimensiones como la laboral, la social y la administrativa. La industria tecnológica opera como una gran pantalla en constante interacción donde se construye la realidad social. Las prácticas discursivas que genera esta realidad social opera con el fin de producir, no una realidad paralela, sino una realidad controlada en todo momento por la trasparencia de la información. Los videojuegos son una de esas prácticas discursivas que posibilitan el adiestramiento en el uso y socialización de estas tecnologías de control social.

Por las características propias como medio de transmisión de discursos, el videojuego es el lugar adecuado para formar y adiestrar a los jugadores en la productividad y funcionalidad propios del capitalismo. Jugar a videojuegos implica algunas diferencias respecto a los juegos tradicionales, quizás la más importante es la posibilidad de acumulación del tiempo jugado. El videojuego se estructura como una suma de tiempos dedicados a poder resolver los retos presentados. No está pensado para ser jugado una sola vez y volver a empezar nuevo, sino para acumular los esfuerzos y seguir avanzando desde ese punto. Así, se convierte en una empresa que requiere esfuerzo y dedicación constante. El videojuego ya no es una actividad que se consume en ese momento sino que es un proyecto que se construye a base de aprendizaje, esfuerzo y dedicación. Para avanzar en el videojuego hay que ser productivos, conseguir el máximo rendimiento a partir de las capacidades de los personajes, recursos y gestión de elementos. Además, se aprende que para poder avanzar en la trama debemos ser funcionales, si el jugador se desvía o entretiene en cosas secundarias es penalizado. Cuando se juega a videojuegos se aprende el discurso de la productividad y la funcionalidad que la sociedad capitalista presenta como realidad social naturalizada.

A estos discursos deseosos de poder que se mezclan con el videojuego se encuentra la naturalización de elementos del discurso capitalista como el dinero, los bancos, la venta y comprar de objetos. Estos elementos se construyen discursivamente como piezas claves para el desarrollo y éxito del juego. Estos objetos e instituciones intentan naturalizar con

sus prácticas el sistema de mercado como realidad social. A partir de la especial relación que se establece entre la experiencia de juego basada en la gestión de estos elementos economicistas, la productividad y funcionalidad como forma de juego, el discurso capitalista emerge como realidad social naturalizada. Este discurso capitalista que ya no solo está presente en las relaciones económicas o laborales sino que aparece como forma de gobierno de la vida misma. Consigue un doble objetivo a partir de la difusión del discurso del capitalismo y su particular forma de subjetividad basada en el máximo rendimiento (productividad) y en la adaptación a las necesidades del mercado (funcionalidad). La naturalización del discurso capitalista como realidad social es producida a partir de las prácticas discursivas que emergen del videojuego.

El videojuego como texto reproduce discursos que tienen posiciones dominantes en la realidad social. Algunas de estas concepciones pueden delimitarse de forma bastante clara y así mostrar cómo luchan por mantener cierto control a partir de esas concepciones dominantes. Una de estas concepciones dominantes es la sociedad de consumo. Los videojuegos han conseguido, a través de su particular relación entre lo lúdico y la tecnología, extender el juego más allá de la infancia. El mundo del juego ya pertenecía a la órbita del consumo, lo que ocurre ahora es que se ha difuminado la línea de la edad para extenderlo a diferentes momentos, edades y dispositivos donde poder jugar. Así, el videojuego pasa a ser un objeto de consumo que no se detiene con el final de la infancia. Además se genera, de forma nunca vista con anterioridad en el mundo del juego, una reproducción constante de nuevos videojuegos que promocionan la compra de nuevos productos. El videojuego reproduce en el mundo del juego los patrones de la sociedad de consumo como nunca se había conseguido.

Otra de las concepciones dominantes que el videojuego refuerza y reproduce es el control del desarrollo de la infancia. Al considerarse un producto mayoritariamente dirigido a la infancia, se ejerce sobre él un férreo control a partir de diferentes instituciones. El control sobre la infancia se ha separado del poder de la familia y ha ido a manos de las instituciones del estado. Ahora ya no solo la escuela la encargada de gestionar la educación de infancia sino que proliferan diferentes espacios e instituciones que asumen ese papel. El discurso psicológico del desarrollo saludable de la infancia impregna estas instituciones imponiendo su lenguaje. Convirtiendo esas categorías sobre lo saludable en cuestiones de orden moral que las familias incorporan en su trato con la infancia. Así, los videojuegos son controlados como un instrumento que sirve para un correcto desarrollo del niño. Los contenidos tienen que responder a ese lenguaje que habla la psicología

del desarrollo infantil, aunque ya no se trata de cuestiones sobre la salud sino sobre lo moralmente adecuado. El videojuego no solo tiene que ser un entretenimiento sano sino que también tiene que cuidar el espíritu para el desarrollo adecuado. Salud y moral pertenecen de forma indistinta al mismo discurso de protección de la infancia que habla con el lenguaje de la psicología.

De la misma forma, el videojuego reproduce la concepción dominante de la psicología como lenguaje de la subjetividad. Ese discurso de sí mismo que, a partir del lenguaje psicológico y sus categorías, va a servir como una forma de gobierno de nosotros mismos. El discurso del complejo psicológico se naturaliza en todas las capas de la realidad social para aparecer como el único lenguaje verdadero. Esa psicología que ya no solo se ocupa de lo normal y lo patológico sino que rige las propias elecciones morales. Así, la subjetividad se mueve dentro de ese discurso naturalizado de la psicología y se desarrolla a partir de su visión de la realidad social. Ese complejo psicológico sirve para controlar y cuidar cuerpos y mentes a fin de ser más productivos y funcionales dentro del sistema social. En el videojuego aparece ese lenguaje de forma lúdica para organizar la experiencia de juego a partir de esas decisiones. El discurso psicológico impregna el videojuego como lo hace con otros espacios sobre la infancia y su desarrollo porque reproduce un mismo sistema social.

Así, el mercado emerge como realidad social dentro y fuera del videojuego. Dentro de la multiplicidad de discursos que el videojuego como texto presenta aparece reforzada la concepción del mercado como forma de organización social. El discurso del mercado no solo es una forma naturalizada de realidad social en la mayoría de sociedades sino que utiliza diferentes medios para seguir reforzándose como obvia. El videojuego es uno de esos medios donde el mercado aparece como forma natural de relación, en este caso despolitizada al dirigirse a los niños. El dinero, los bancos, las tiendas y las relaciones entre ellos son despojados de sus condiciones de producción para presentarse como elementos naturales de la realidad. Esta utilización de elementos del mercado genera prácticas discursivas dentro y fuera del videojuego que refuerza la visión del mundo capitalista.

El videojuego también presenta una forma particular de mecánica de juego que puede denominarse como de gestión de recursos de forma productiva y funcional. De esta forma, se reproduce otra de las concepciones dominantes de la realidad social que fundamenta sus relaciones en la productividad y la funcionalidad. Este tipo de cualidades surgen dentro del discurso economicista y de reproducción del mercado. Esta racionalización de

las relaciones con el objetivo de obtener el máximo beneficio impregna la mecánica de juego. De nuestra capacidad de aprender a ser funcionales dentro de las reglas del juego dependerá el éxito final. Productividad y funcionalidad se presentan como imperativos morales dentro y fuera del videojuego, son la mejor forma de conseguir el éxito y alcanzar los objetivos. Este discurso borra cualquier otra vía para conseguir los objetivos que no sea incorporar esas reglas y realizarlas eficientemente.

De la misma manera, en el texto surgen discursos que pueden retar en cierta forma algunas posiciones dominantes de la realidad social y que abren posibilidades de resistencia cara al futuro. El videojuego permite acceder a nuevas formas lúdicas basadas en el cibertexto. Como ya se ha explicado con anterioridad, esto permite al jugador ser parte activa de la construcción de ese juego. La experiencia del jugador depende de su acción dentro del mismo, lo que abre un campo de resistencia creativa delante de los intereses de sus creadores. Las reglas y constricciones del videojuego pueden dirigir la experiencia, pero siempre va a existir posibilidades de jugar de otra forma dentro de la misma estructura de reglas y contenidos pensados por los diseñadores. El jugador se apropia del videojuego y es capaz de imaginarlo de otras maneras abriendo espacios de resistencia. Incluso muchos jugadores intervienen en el algoritmo del videojuego para realizar transformaciones y cambios que modifican sustancialmente algunos de sus discursos. Ese espacio que se abre entre lo que quieren transmitir los diseñadores y el uso que le dan los jugadores se convierte un acto de resistencia en el sentido presentado por Deleuze (1987) “El acto de resistencia no es ni información, ni contra-información. La contra-información no es efectiva más que cuando ella deviene acto de resistencia” (p. 8). El jugador no es mero transmisor de información dentro del juego, pero tampoco se opone a ella a partir de contra-información, simplemente la transforma, resiste jugando.

Incluso la utilización de objetos y prácticas de la sociedad de consumo en el videojuego se presenta algunas veces como crítica y no como reproducción. Se puede encontrar la utilización de esos elementos como crítica a la dinámica de la sociedad de consumo aunque solo sea en videojuegos no comerciales, pero incluso la saturación de estos elementos en el juego puede servir para repensarlos. Es el caso de *Los Sims* como parodia de la sociedad de consumo en un videojuego comercial (Frasca, 2001) o *McDonald’s Game* (2006) donde el jugador se convierte en el gestor de la multinacional de la comida rápida, y con ello juega a sobornar nutricionistas y políticos para aumentar los beneficios. En ambos casos la sociedad de consumo es puesta en cuestión de diferentes formas. Lo interesante es observar la potencialidad del videojuego no solo para reproducir ciertos

discursos sobre el mercado sino también por su capacidad para cuestionarlos a partir de los mismos medios.

De la misma forma, el videojuego es una actividad que de forma irreductible escapa a sus fines prácticos y educativos porque es un juego. Aunque las prácticas discursivas que se han desgranando presenten al videojuego como el espacio ideal para poder adiestrar en ciertas prácticas productivas y formativas, siempre van a ser puestas en cuestión a partir del hecho mismo de jugar. La relación de lo lúdico con estos discursos funciona como forma de resistencia hacia esos mismas prácticas utilitaristas que intentan darle un fin al videojuego. Aunque los diseñadores crean experiencias de juego concretas, impregnadas por todas esas prácticas discursivas mostradas en el análisis del videojuego Pokémon, jugar siempre genera una forma particular de relación que escapa de los fines buscados para convertirse en un tiempo de libre acción. El juego se convierte en muchos momentos en una actividad sin objetivos específicos ni resultados, se mueve en un tiempo de libre acción que no remite ni a un adiestramiento ni a una funcionalidad, es pérdida bajo esos parámetros. Donde hay poder hay resistencia, donde aparecen discursos construyendo objetos y realidades sociales aparecen formas de resistencia a esas mismas prácticas. El videojuego aparece como un entramado discursivo donde se juegan esas estrategias.

Así, esta investigación tiene que poner en el eje de la discusión sobre videojuegos los conceptos de discurso, poder y subjetividad. Estos elementos son vertebrales para entender cómo se producen, desarrollar y transmiten discursos a través de videojuegos. En el último capítulo se pone punto final a estas reflexiones sobre cómo se producen discursos con videojuegos y cuáles son sus implicaciones prácticas.

Final Level. Videojuegos, discurso, poder y subjetividad

Esta investigación tenía la intención de hablar de videojuegos desde otro lugar, pensarlos de otra forma. Este desplazamiento tenía como objetivo proponer nuevas formas de acercamiento al estudio de videojuegos. Una forma diferente de entender el significado de esas particulares producciones tecnológicas contemporáneas. Una nueva mirada que interrogara lo que se aparece como evidente. A la vez, una propuesta de investigación cualitativa y situada dentro de la Psicología Social. Reforzar la concepción de discurso como herramienta analítica en el contexto de la investigación visual. Hacer hablar a los videojuegos más allá de sus propias imágenes.

El proceso que ha llevado a clarificar esos cinco discursos que emergen en Pókemon es parte de una construcción de sentido mucho más amplia. Una red de discursos que conectan con prácticas mucho más extensas que moldean partes fundamentales de la subjetividad contemporánea. Hablar de un discurso lúdico-tecnológico, pedagógico-legal, narrativo-psicológico, de gestión-economicista y competencia-victoria tiene sentido solo si está relacionado con otras categorías como el poder y la subjetividad. De forma compleja hablan de ese poder que controla y domestica la subjetividad en la actualidad, y que encuentra en los videojuegos un terreno fértil para su transmisión.

Desde el punto de vista metodológico este tipo de investigación presenta numerosos problemas. Algunas de estas dificultades tienen que ver con las particularidades del nuevo medio como por ejemplo su condición cibertextual. Al igual que en otros medios como la literatura, el cine o la televisión el texto es fijo y estable, en el videojuego eso no ocurre. El texto es modificable en cada acción del jugador y, por tanto, flexible y variable. En estas condiciones no tiene sentido intentar aplicar ninguna metodología cualitativa que pueda cuantificar, medir o estandarizar valores en el texto. Aunque también se presenta el problema de elegir herramientas cualitativas.

En ningún momento se ha intentado explicar cuál es la recepción del jugador a partir de su percepción a través de la experiencia de juego. Lo analizado es el videojuego, no su recepción. Aunque la única forma de acceder a él es jugando, a partir de su interacción. El tiempo y el espacio en el cual se interacciona es flexible y variable de nuevo. En estas condiciones el análisis del discurso presenta ciertas ventajas metodológicas para poder abordarlo. Esa flexibilidad y variabilidad del videojuego se adaptan a las posibilidades del análisis del discurso como herramienta metodológica.

El hecho de seleccionar a Pókemon como videojuego a analizar era el resultado de las restricciones y condiciones de esa variabilidad. A la vez, era necesario establecer conexiones con otras redes de significado más amplias. Sería interesante aplicar esta metodología en otros videojuegos a partir de otras restricciones para comprobar que similitudes y diferencias aparecen. No con la intención de encontrar discursos iguales sino para explorar prácticas diferentes que ratifiquen o contradigan las que aquí se han encontrado. Cada videojuego es un mundo diferente, pero todos están producidos en medio de un engranaje material e histórico determinado.

Los discursos que han emergido del análisis en Pókemon tienen que ver con ese mundo material e histórico, no pueden entenderse de forma separada. El discurso lúdico-tecnológico habla de las relaciones estrechas que emergen entre intereses industriales, el consumo y el ocio. Esa lógica que concibe lo lúdico en relación al uso de tecnología y que encuentra su punto de partida en el mundo de los videojuegos. Discursos sobre la materialidad del videojuego aunque sea fuera de la interacción directa del jugador. Adquiere forma clara y concisa el concepto de práctica discursiva en la relación entre lo lúdico y lo tecnológico.

De la misma forma el discurso pedagógico-legal dirige las creaciones en videojuegos sin aparecer nunca en pantalla. Su visión de lo correcto y adecuado transforma las diferentes formas de expresión en videojuegos. Aunque, de la misma manera, permite otra serie de prácticas que no son vistas como amenazantes para el desarrollo de los niños sino deseables. Y esas prácticas son deseables porque producen de forma silenciosa esa subjetividad funcional y servil que el capitalismo necesita. Discursos que convierte lo moral en saludable, lo recomendable en obligatorio. Estos discursos aparecen como emergentes del mundo del videojuego y son compartidos por el resto del medio.

Una vez en la interacción con Pókemon aparece el discurso narrativo-psicológico que liga de forma indisociable la narración del juego en clave del lenguaje psicológico. El comportamiento y las habilidades de los personajes están relacionados directamente con aspectos psicológicos. La narración está psicologizada e imprime la coherencia y la lógica de su propio lenguaje. Los recursos también van a ser emocionales y hay que saber administrarlos. Es por este motivo que está ligado al discurso de gestión-economicista. De ahí surge el verdadero reto en Pókemon, gestionar recursos para conseguir superar los retos. La amistad, el compañerismo y la responsabilidad consisten en saber utilizar al Pokémon adecuado en el momento preciso. Hacer aprender, crecer y mejorar para sacarle el mayor rendimiento posible. Las reglas y mecánicas de juego hablan claro respecto de las posibilidades de avanzar. Además se añaden elementos que hacen más creíble esa gestión economicista como bancos, tiendas, compra, venta y recompensas por el trabajo bien hecho.

Complementando esa forma de subjetividad que se entrena en la simulación, sin riesgo, sin costos, aparece el discurso competencia-victoria. Práctica simple que da forma y ritmo al juego, la competencia. Es el elemento lúdico por excelencia y que Pókemon reproduce en cada momento del juego. Hay que competir, acumular victorias y avanzar.

Obviamente estos enfrentamientos están desdramatizados, no hay muerte solo perdida material. No hay sangre, solo vuelta a empezar con la misma tarea hasta superarla. El videojuego no permite otra mecánica, la acumulación permite llegar en mejores condiciones a la competencia pero no la evita en ningún caso. Así habla el sistema capitalista, no solo consiste en acumular sino en competir y hacer valer las razones a partir de la fuerza. Ese es el único lenguaje que valida los argumentos en Pókemon.

La lógica de estos discursos está íntimamente ligada, no pueden entenderse unos sin los otros. Todos participan con intensidades diferentes en la producción de una subjetividad funcional y servil. En Pókemon no se hace otra cosa que empezar el trabajo de convencimiento sobre la realidad social capitalista. Consume saludablemente, aprende jugando, entrena tus capacidades, moldea tu mente. Trabajo mudo y sordo pero tremendamente efectivo que prepara, convence y sugestiona a una particular forma de relación con el mundo. Esas son las prácticas discursivas que esta investigación ha hecho emerger de Pókemon a partir de la utilización del análisis del discurso. Prácticas que producen un mundo material, histórico y político. En definitiva, videojuegos, discurso, poder y subjetividad.

Bibliografía

Aarseth, E. (1997). Cybertext: perspectivas on ergodic literature. London: Johns Hopkins University Press.

Aarseth, E. (2001). Computer Game Studies, year one. Game Studies, 1(1). Recuperado el 26 de abril de 2010 en http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html

Aarseth, E. (2003). Playing Research: Methodological approaches to game analysis, 5th Internacional Digital Arts and Culture Conference, Melbourne. Recuperado el 21 de marzo de 2011 en http://www.cs.uu.nl/docs/vakken/vw/literature/02.GameApproaches2.pdf

Aarseth, E. (2007). Investigación sobre juegos: aproximaciones metodológicas al análisis de juegos. Artnodes, (7), 4-13. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.uoc.edu/artnodes/7/dt/esp/aarseth.pdf

Abrams, D. & Hogg, M. A. (1990). The context of discourse: let's not throw out the baby with the bathwater. Philosophical Psychology, 3(3), 219-25.

Abt, C. (1970). Serious Games. New York: Viking Press.

aDeSe (2003). Resultados 2002 del mercado de videojuegos en España. Recuperado el 25 de septiembre de 2009 en http://www.adese.es/pdf/Resultados_Anuales_2002.pdf

_____ (2004). Anuario Memoria 2003. Recuperado el 25 de septiembre de 2009 en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2003.pdf

_____ (2005). Anuario Memoria 2004. Recuperado el 25 de septiembre de 2009 en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2004.pdf

_____ (2006). Anuario Memoria 2005. Recuperado el 25 de septiembre en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2005.pdf

_____ (2007). Anuario Memoria 2006. Recuperado el 25 se septiembre de 2009 en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2006.pdf

_____ (2008). Anuario Memoria 2007. Recuperado el 25 de septiembre de 2009 en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2007.pdf

_____ (2009). Anuario Memoria 2008. Recuperado el 25 de septiembre en http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2008.pdf

_____ (2010). Resultados 2010 del mercado de videojuegos en España. Recuperado el 10 de enero de 2010 en http://www.adese.es/pdf/Presentacion_balance_2009.pdf

Adorno, T. & Horkheimer, M. (1988). Dialéctica del iluminismo. Sudamericana: Buenos Aires.

Alvarez, J. & Rampnoux O. (2007). Serious Game: Just a question of posture? En Artificial & Ambient Intelligence (AISB'07) (pp. 420-423). Newcastle, U.K.: SSAISB.

Anderson, C. (1997). Effects of Violent Movies and Trait Hostility on Hostile Feelings and Aggressive Thoughts. Aggressive Behavior, (23), 161-178. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.psychology.iastate.edu/faculty/caa/abstracts/1995-1999/97A.pdf

Anderson, C. & Dill, K. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. Journal of Personality and Social Psychology. 78 (4), 772–790.

Antaki, C., Billing, M., Edwards, D. & Potter, J. (2003). El Análisis de discurso implica analizar: Critica de seis atajos analíticos. Athenea Digital, (3). Recuperado el 31 de marzo de 2011 en http://antaya.uab.es/atenea/num3/antaki.pdf

Aquila, M. (2006). Video Play Path-ways for Females: Developing Theory. (Tesis de Maestría). Cornell University. New York. Consultado el 6 de abril del 2010 en http://girlstech.douglass.rutgers.edu/PDF/GirlsAndGaming.pdf

Ardèvol, E. (1998). Hacia una antropología de la mirada. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, Madrid: CSIC.

Aristóteles (1974). Poética. Grados: Madrid.

Atkins, B. (2003). More than a game. Manchester: Manchester University Press.

Atari (1972). PONG: Atari.

Austin, J. (2009). Cómo hacer cosas con palabras. Barcelona: Paidós.

Ballard, M., Gray, M. & Noggle, M. (2009). Correlates of video game screen time among males: body mass, physical activity, and other media use. Eating Behaviors, 10(3), 161-167.

Bandura, A., Ross, D. & Ross, S. A. (1963). Transmission of agression trough imitation of agressive models. Journal of Abnormal and Social Psychology, (63), 575-582. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://psychclassics.yorku.ca/Bandura/bobo.htm

Bandura, A. (1969). Principles of behavior modification. New York: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. New York: Prentice-Hall.

Barlett, C., Branch, O., Rodeheffer, C. & Harris, R. (2009). How long do the short-term violent video game effects last? Aggressive Behavior, 35(3), 225-236.

Bateson, G. & Mead, M. (1940-1951). Childhood rivalry in Bali and New Guinea. B/N, New York University Film Library.

Bateson,G. & Mead, M. (1942). Balinese Character: A Photographic Analisys. New York Academy of Sciences, Special Publications, 2.

Barboza, A. (2006). Sobre el método de la interpretación documental y el uso de imágenes en sociología: Karl Mannheim, Aby Warburg y Pierre Bourdieu. Sociedade e Estado, 21(2), 391-414. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922006000200005

Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit muds. Recuperado el 24 de marzo de 2011 en http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm

Beasley, B. & Standley, T. (2002). Shirts vs. skins: Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video games. Mass Communication and Society 5(3), 279–293. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.uky.edu/~dlowe2/documents/4.BeasleyStandley2002GenderRoleStereotypinginVid.pdf

Beavis, C. & Charles, C. (2007). Would the “real” girl gamer please stand up? Gender, LAN cafes and the reformulation of the “girl” gamer. Gender and Education, 19(6), 691-705.

Becta (2001). Computer Games in Education Project. Recuperado el 6 de diciembre de 2010 en http://www.becta.org.uk

Belli, S. & López, C. (2008). Breve historia de los videojuegos. Athenea Digital, (14), 159-179. Recuperado el 11 de marzo de 2011 en http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/570/437

Benedict, R. (1974). El crisantemo y la espada, patrones de la cultura japonesa. Madrid: Alianza.

Benet, V. (2004). La cultura del cine. Introducción a la historia y estética del cine. Barcelona: Paidós.

Berger, J. (2002). Modos de ver. Barcelona: Gustvo Gili.

Berkowitz, L. (1969). Roots of Agression. New York: Atherton.

Besançon, A. (2003). La imagen prohibida. Madrid: Siruela.

Billig, M. (1987). Arguing and thinking: A Rhetorical Approach to Social Psychology. Cambridge: Cambridge University Press.

Blizzard Entertainment (2004). World of Warcraft: Blizzard Entertainment.

Bogost, I. (2007). Persuasive Games. The expressive power of videogames. Cambridge: MIT Press.

Bourdieu, P. (2003). In Algerien: Zeugnisse der Entwurzelung. Graz: Camera Austria.

Buchsbaum, W. & Mauro, R. (1979). Electronic Games: Design, Programming, and Troubleshooting. New York: McGrau Hill.

Buck-Morss, S. (1995). Dialéctica de la mirada: Walter Benjamin y el Proyecto de los Pasajes. Madrid: Visor.

Burman, E. & Parker, I. (1993). Against discoursive imperialism, empiricism and constructionism: thirty-two problems with discourse analysis. En Erica Burman & Ian Parker (eds.) Discourse analytic research (pp. 155-172). London: Routledge.

Brea, J. L. (2005). Estudios Visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Madrid: Akal.

Bryce, J. & Rutter, J. (2003). The Gendering of Computer Gaming: Experience and Space. En Scott Fleming e Ian Jones (Eds.), Leisure Cultures: Investigations in Sport, Media and Technology (pp. 3–22). Eastbourne: Leisure Studies Association.

Bryce, J., Rutter, J. & Sullivan, C. (2006). Digital Games and Gender. En Jason Rutter y Jo Brice (Eds.), Understanding Digital Games (pp. 185–204). Londres: Sage Publications Ltd.

Brown, R., Hall, R., Holtzer, R., Brown, S. & Brown, N. (1997). Gender and Video Game Performance. Sex Roles, 36(11-12), 793-812.

Butler, J. (1998). Actos performativos y construcción del género. Debate Feminista, (18), 296-314.

Butler, J. (2001). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad. México: Paidós.

Caillois, R. (1986). Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo. México D.F.: FCE.

Call of Duty: Modern Walfare 2 (2009). Infinity War: California.

Carr, D. (2005). Contexts, gaming pleasures, and gendered preferences. Simulation and Gaming, 36(4), 464-482.

Castells, M. (1999a): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. México D.F.: Siglo XXI.

Castells, M. (1999b): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad. México D.F.: Siglo XXI.

Castells, M. (1999c): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio. México D.F.: Siglo XXI.

Cassell, J. & Jenkins, H. (1998a). Chess for Girls? Feminism and Computer Games. En Justine Cassell y Henry Jenkins (Eds.), From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games (pp. 2-45). Cambridge: MIT Press.

Cassell, J. & Jenkins, H. (1998). From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games. Cambridge: MIT Press.

Chunsoft (2006) Pokémon mundo misterioso equipo rescate azul: Chunsoft.

Cockburn, C. (1992). The Circuit of Technology: Gender, Identity and Power. Rover Silverstone y Eric Hirsch (Eds.), Consuming Technology: Media and Information in Domestic Spaces (pp. 32-47). London: Routledge.

Crawford, C. (1982). The art of game desing. Recuperado el 10 de noviembre de 2010 en http://www.vancouver.wsu.edu/fac/peabody/game-book/Coverpage.html

Creasey, G. & Mayers, B. (1986). Video Games and children: Effects on Leisure Activities, Schoolwork and Peer Involvement. Merril-Palmer Quarterly, 32(3), 251-262.

Csikszentmihalyi, M. (1982). Does being human matter-on some interpretative problems of comparative ludology. Behavioral and Brain Sciences 5(1), 160.

De Brigard, E. (1975). The History of Ethnographic Film. Principles of Visual Anthropology. P. Hockings, (Ed.) The Hague: Mouton Publishers.

De Freitas, S. & Oliver, M. (2006). How can exploratory learning with games and simulations within the curriculum be most effectively evaluated. Computers and Education, (46), 249-264. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://eprints.bbk.ac.uk/404/1/Binder1.pdf

De Waal, B. (1995). Motivation for Video Game Play: A Study of Social, Cultural and Physiological Factors. Tesis de Doctorado, Simon Fraser University. Canadá. Recuperado el 12 de octubre de 2010 en http://www.sfu.ca/~dewaal/vgame/index.htm

Debray, R. (1994). Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente. Barcelona: Paidós.

Deleuze, G. (1987). ¿Qué es un acto de creación? Conferencia en la Fundación FEMIS. París. Recuperado el 11 de mayo de 2011 en http://es.scribd.com/doc/53253102/deleuze-que-es-un-acto-de-creacion

Deleuze, G. (2009). La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1. Barcelona: Paidós.

Deleuze, G. (1996). La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2. Barcelona: Paidós.

Delfabbro, P., King, D., Lambos, C. & Puglies, S. (2009). Is video-game playing a risk factor for pathological gambling in Australian adolescents? Journal of Gambling Studies, 25(3), 391-405.

Diaz-Bone, R., Bührmann, A., Gutiérrez Rodríguez, E., Schneider, W., Kendall, G. & Tirado, F. (2007). El campo del análisis del discurso Foucaultiano. Características, desarrollos y perspectivas. Forum: Qualitative Social Research, 8(2), Recuperado el 28 de marzo de 2011 en http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0702305

Dietz, T. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. Sex Roles, 38(5-6), 425–442.

Díez, J. (2004). La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos. Madrid: CIDE/Instituto de la Mujer.

Dill, K., Gentile, D., Richter, W. & Dill, J. (2005). Violence, sex, race and age in popular video games: A content analysis. En Ellen Cole y Jessica Henderson Daniel (Eds.) Featuring females: Feminist analyses of the media (pp. 115-130). Washington, DC: American Psychological Association.

Dominick, J. (1984). Videogames, television violence, and aggression in teenagers. Journal of Communication, (34), 136-147.

Dorman, S. (1997). Video and computer games: Effect on children and implications for healt education. Journal of School Health, 67(4), 133-138.

Douglas, A. S. (1958): OXO: Douglas, A. S.

Downs, E. & Smith, S. (2005). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. Sex Roles, 62(11-12). 721-733. Recuperado el 5 de abril del 2010 de http://www.springerlink.com/content/1646t34676837317/fulltext.html

Dreyfuss, H. & Rabinow, P. (2001). Más allá de la hermenéutica y el estructuralismo. Buenos Aires: Nueva Visión.

Dussel, I. (2007). Hay una multiplicidad de infancias. Entrevista a Valerie Walkerdine. El Monitor de la Educación, (10), 38-40. Recuperado el 3 de abril del 2010 en http://www.me.gov.ar/monitor/nro10/dossier5.htm

Duvignaud, J. (2007). Le jeu du jeu. París: Balland.

EA Sports (1993). FIFA: EA Sports.

Eco, U. (2001). Apocalípticos e integrados. Barcelona: Tusquets.

Edgerton, G. & Rollins, P. (2001). Television histories. Shaping Collective Memory in the Media Age. Lexington: The University Press of Kentucky.

Egenfeldt-Nielsen, S., Heide-Smith, J. & Pajares, S. (2008). Understanding videogames. Nueva York: Routledge.

Edwards, D. & Potter, J. (1996). Discoursive Psychology. London: Sage.

Ehrmann J. (1969). L´Homme en jeu. Critique, 226.

ESA (2009). Essential Facts about the Computer and Video Game Industry. Recuperado el 25 de agosto de 2010 en http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2009.pdf

Escofet R., Rubio Hurtado, M. (2007). La brecha digital: género y juegos de ordenador. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en la Educación, 5(1). Recuperado el 10 de abril del 2010 en http://www.rinace.net/arts/vol5num1/art4_htm.htm

Estalló, J. A. (1992). Videojuegos: efectos psicológicos. Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil, (2), 106-116.

Estalló, J. A. (1994). Videojuegos, personalidad y conducta. Psichotema, 6(2), 181-190. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.psicothema.com/pdf/914.pdf

Estalló, J. A. (1995). Videojuegos. Efectos a largo plazo. Texto no publicado. Institut Psiquiàtric. Barcelona.

Estalló, J. A., Masferrer, M. C. & Aguirre, C. (2001). Efectos a largo plazo del uso de videojuegos. Apuntes de Psicología, 19(1), 161-174. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.cop.es/infocoponline/pdf/videojuegos.pdf

FECE (2009). Informe: Análisis y valoración del año 2008. Recuperado el 25 de septiembre de 2009 en http://www1.fece.com/mat_descarga/56_mat.pdf

Ferguson, C. (2008). The school shooting/violent video game link: causal relationship or moral panic? Journal of Investigative Psychology and Offender Profiling, 5(1-2), 25-37. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.gameinsociety.com/public/The_school_shooting_-_violent_video_game_link.pdf

Ferrie, C., DeMarco, P., Grunewald, R., Giannakodimos, S. & Panayiotopoulos, C. (1994). Video game induced seizures. Journal of Neurology, Neurosurgery and Psychiatry, 57(8), 25-37. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1073075/pdf/jnnpsyc00038-0045.pdf

Feschbach, S. & Singer, R. (1971). Televisión and aggression: An experimental field study. San Francisco: Jossey-Bass.

Fisher, S. (1995). The amusement arcade as a social space for adolescent: an empirical study. Journal of Adolescence, (18), 71-86.

Foucault, M. (2001). Las palabras y las cosas. México: Siglo XXI.

Foucault, M. (2002). El orden del discurso. Barcelona: Tusquets.

Foucault, M. (2010). La arqueología del saber. México: Siglo XXI.

Firaxis (2005). Civilitation IV. 2K Games.

Funk, J. B. (1992). Video Games: Beningn or malignant? Developmental and Behavioral Pediatrics, (13), 53-54.

Frasca, G. (2001). The Sims: Grandmothers are cooler than trolls. Game Studies, 1(1). Recuperado el 11 de marzo de 2011 en http://www.gamestudies.org/0101/frasca/

Frasca, G. (2001). Ludology meets Narratology: similitude and difference between (video)games and narrative. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.ludology.org/articles/ludology.htm

Frasca, G. (2003a). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. Recuperado el 17 de agosto de 2010 en http://www.ludology.org/articles/VGT_final.pdf

Frasca, G. (2003b). Ludologists love stories, too: notes from a debate that never took place. Recuperado el 15 de marzo de 2010 en http://www.ludology.org/articles/Frasca_LevelUp2003.pdf

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

Frasca, G. (2009a). Juego, videojuego y creaciónn de sentido. Una introducción. Comunicación, 1(7), 37-44. Recuperado el 14 de junio de 2010 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a3_Juego_videojuego_y_creacion_de_sentido_una_introduccion.pdf

Frasca, G. (2009b). Diseñando videojuegos para mi abuela: la lucha entre play y game. Recuperado el 20 de agosto de 2010 en http://arsgames.blip.tv/file/1908653/

Frei, M. (2005). Videojuegos para los veteranos de Irak. Recuperado el 10 de noviembre de 2010 en http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_4562000/4562725.stm

Gailey, C. (1993). Mediated messages: Gender, class, and cosmos in home video games. Journal of Popular Culture, 27(1), 81–97. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0022-3840.1993.845217931.x/pdf

Garfinkel, H. (2006). Estudios en Etnometodología. Barcelona: Anthropos.

Gee, J. (2003). What video games have to teach us about learning and literacy. New York: MCMillan.

Gee, J. (2004). Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo. Andalucía: Aljibe.

Gergen, K. J. (1973). Social psychology as history. Journal of Personality and Social Psychology, (26), 309–320. Recuperado el 9 de junio de 2011 en http://www.swarthmore.edu/Documents/faculty/gergen/soc_psych.pdf

Gibb, G., Bailey, J., Lambert, T. & Wilson, W. (1983). Personality Differences Between High and Low Electronic Video Game Users. Journal of Psychology, (114), 159-165.

Gil, A. & Feliu, J. (2006). Introducción: voces que hablan de espacios de encuentro. En Adriana Gil y Montse Vall-llovera (Coords.), Jóvenes en cibercafés: la dimensión física del futuro virtual (pp. 47-74). Barcelona: Editorial UOC.

Gil, A. & Vida, T. (2007). Los videojuegos. Barcelona: Editorial UOC.

Gil-Juarez, A., Feliu, J. & Vitores, A. (2010). Performatividad Tecnológica de Género: Explorando la Brecha Digital en el mundo del Videojuego. Quaderns de Psicología, 12(2), 209-226. Recuperado el 12 de diciembre de 2010 en http://www.quadernsdepsicologia.cat/article/view/758

Goldstein, J. (1993). Video Games. A review of research. Informe no publicado. Bruselas: Toys Manufactures of Europe.

Gombrich, E. H. (1993). La imagen y el ojo: nuevos estudios sobre psicología de la representación pictórica. Madrid: Alianza.

Graner Ray, S. (2004). Gender inclusive game design: Expanding the market. Hingham: Charles River Media.

Green, S. & Bavelier, D. (2006). Effect of Action Video Games on the Spatial Distribution of Visuospatial Attention. Journal of Experimental Psychology: Perception and Performance, 32(6), 1465–1478. Recuperado el 9 de noviembre de 2010 en http://www.bcs.rochester.edu/people/daphne/csg_JEPHPP_06.pdf

Greenfield, P. (1996). Video games as cultural artifacts. En Patricia M. Greenfield y Rodney R. Cocking, (Eds.), Interacting with video (pp. 85-94). Norwood: Ablex.

Gregersen, A. & Grodal, T. (2009). Embodiment and Interface. En The Video Game Reader 2. Perron, B. & Wolf, M. (Eds.) (pp. 65-84). New York: Routledge.

Griffiths, M. & Hunt, N. (1995). Computer Game Playing in Adolescence: Prevalence and Demographic Indicators. Journal of Community and Aplied Social Psychology, (5), 189-193. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/casp.2450050307/pdf

Grodal, T. (2000). Video games and the pleasure of control. En Dolf Zillman y Peter Vorderer (Eds.) Media entertainment: The psychology of its appeal (pp. 197-213). New York: Lawrence Erlbaum.

Gros, B. (2000). La dimensión socioeducativa de los videojuegos. Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, (12). Recuperado el 9 de noviembre de 2010 en http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec12/gros.pdf

Gros, B, Garrido, J. (2008). The use of video games to mediate curricular learnng. En Proceedings of the 2008 Second IEEE International Conference on Digital Game and Intelligent Toy Enhanced Learning, (pp. 170-176). Banff, Canadá.

Gros, Begoña (2009). Certezas e interrogantes acerca del uso de los videojuegos para el aprendizaje. Comunicación, 7(1), pp. 251-264. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a17_Certezas_e_interrogantes_acerca_del_uso_de%20_los_videojuegos_para_el_aprendizaje.pdf

Harigan, P. & Wardrip-Fruin, N. (2007). Second Person. Role-Playing and Story in Games and Playable Media. Cambridge: MIT Press.

Harré, R., & Secord, P. (1972). The Explanation of Social Behaviour. Oxford: Blackwell.

Hartmann, T. & Klimmt, C. (2006). Gender and computer games: Exploring females' dislikes. Journal of Computer-Mediated Communication, 11(4), 910-931. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/hartmann.html

Hasting, E., Karas, T., Winsler, A., Way, E., Madigan, A. & Tyler, S. (2009). Young children's video/computer game use: relations with school performance and behavior. Issues in Mental Health Nursing, (10), 638-649. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://winslerlab.gmu.edu/pubs/hastings2009.pdf

Hayes, E. (2008). Girls, gaming and trajectories of technological expertise. En Yasmin B. Kafai, Carrie Heeter, Jill Denner & Jennifer Y. Sun (Eds.), Beyond Barbie and Mortal Kombat: New perspectives on gender and gaming (pp. 217-229). Cambridge: MIT Press.

Heeter, C., Chu, C.; Mishra, P. & Egidio, R. (2004). Gender and game play style and attitudes: a six game analysis. Recuperado el 10 de abril en http://spacepioneers.msu.edu/game_play_analysis.pdf

Heeter, C., Egidio, R., Mishra, P., Winn, B. & Winn, J. (2009). Alien Games: Do girls prefer games designed by girls? Games and Culture, 4(1), 74-100. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://spacepioneers.msu.edu/

Henriot, J. (1983): Le jeu. Paris: Synonyme S.O.R.

Henriot, J. (1989): Sous couleur de jouer. La Métaphore ludique. Paris: J. Corti.

Hernández de Santaolalla, V. (2009.). Reseña de Tejeiro, Ricardo; Pelegrina del Río, Manuel (2008) La psicología de los videojuegos. Un modela de investigación. Comunicación, 1(7), 304-308. Recuperado el 6 de agosto de 2010 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/resenas/r6_la_%20psicologia_de_los_videojuegos_un_modelo_de_investigacion.pdf

Herz J. (1997). Joystick Nation: How Videogames Ate Our Quarterns, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds. London: Little Brown and Company.

Higuinen, E. & Tesson, C. (2002). Éditorial: cinéphiles et ludophiles. Cahiers du Cinéma, (5).

Hiles, J. & Sim, M. (1994). Sim Healt. Maxis Software: E.U.A

Huhtamo, E. (2007). Máquinas de diversión, máquinas de problemas. Artnodes, (7), 43-60. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.uoc.edu/artnodes/7/dt/esp/huhtamo.pdf

Huizinga, J. (1998). Homo Ludens: el elemento lúdico de la cultura. Madrid: Alianza.

Ibáñez, T. (1990). Aproximaciones a la psicología social. Barcelona: Sendai.

Infocom (1980): Zork. Infocom.

Inkpen, K., Upitis, R., Klawe, M., Lawry, J., Anderson, A., Ndunda, M., Sedig-hian, K., Lerous, S. & Hsu, D. (1994). We have never-forgetful flowers in our garden: Girls' responses to electronic games. Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching, 13(4), 83-403. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.38.5447

Iñiguez, L. (2003). Análisis del discurso. Manual para las Ciencias sociales. Barcelona: EDIUOC.

Íñiguez, L. (2003). La Psicología Social como Crítica: Continuismo, Estabilidad y Efervescencias Tres Décadas después de la "Crisis". Revista Interamericana de Psicologia, 37(2), 221-238. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.psicorip.org/Resumos/PerP/RIP/RIP036a0/RIP03717.pdf

Iverson, K. (2005). E-learning games: Interactive learning strategies for digital delivery. New York: Pearson Prentice Hall.

Ivory, J. (2006). Still a Man's Game: Gender Representation in Online Reviews of Video Games. Mass Communication and Society, 9(1), 103-114. Recuparado el 10 de junio de 2011 en http://filebox.vt.edu/users/jivory/JIvory2006MassCommunicationandSociety.pdf

Jansz, J. (2005). The emotional appeal of violent video games for adolescent males. Communication Theory, 15(3), 219-241. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2885.2005.tb00334.x/pdf

Janz, J. & Martis, R. (2007). The Lara Phenomenon: Powerful Female Characters in Videogames. Sex Roles, 56(3-4), 141-148. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.springerlink.com/content/n80501g364115322/fulltext.pdf

Jennings, H. (1987). Pandemonium. The Coming of the Machine as seen by Contemporary Observers 1660-1886. Londres: Picador/Pan Books.

Jenson, J. & de Castell, S. (2005). Her own boss: gender and the pursuit of incompetent play. En Proceedings of the Digital Games Research Association Conference, Changing Views: World in Play. Vancouver, Canadá. Recuparado el 12 de diciembre de 2010 en http://www.digra.org/dl/db/06278.27455.pdf

Jenson, J. & de Castell, S. (2008). Theorizing gender and digital gameplay: Over-sights, accidents and surprises. Eludamos. Journal for Computer Game Culture, 2(1), 15-25. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/viewArticle/26/49

Juul, J. (2002). The open and the closed: games of emergence and games of progression. Frans Mäyrä (Ed.), Computer Game and Digital Culture Conference Proceedings, (pp. 323-329). Tampere: Tampere University Press.

Juul, J. (2005). Half-Real: videogames between real rules and fictional worlds. Cambridge: MIT Press.

Kafai, Y. (1996). Electronic Playworlds: Gender Differences in Children's Constructions of Video Games. En Yasmin B. Kafai y Mitchel Resnick (Eds.), Contructionism in Practice: Designing, Learning, and Thinking in a Digital World (pp. 97-123). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Kafai, Y. (1998). Video game desings by girls and boys: Variability and consistency of gender differences. En Justine Cassell y Henry Jenkins (Eds.), From Barbie to Mortal Kombat gender and computer games (pp. 90-117). Cambridge: MIT Press.

Kafai, Y. (2001). Affordances of Collaborative software design planning for elementary students' science talk. The Journal of the Learning Sciencies, 10(3), 323-363. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.124.4256

Kasteleijn-Nolst Trenite, D. (1994). Video-game epilepsy. The Lancet, 344(8930), 1102-1103.

Kelma, N. (2005). Video Game Art. New York: Assouline.

Kent, S. L. (2001). The ultimate history of videogames. Nueva York: Three Rivers Press.

Kline, S. (1998). Video Game Culture: Leisure and Play Preferences of B.C. Teens. Simon Fraser University, Burbany, Canadá. Recuperado el 12 de octubre de 2010 en http://www.reseau-medias.ca/eng/issues/violence/RESOURCE/reports/vgames.htm.

Konzack, L. (2002). Computer Game Criticism: A Method for Computer Game Analysis. En Frans Mayra (Ed.). CGDC Conference Proceedings (pp. 89-100). Tampere University Press. Recuperado el 24 de marzo de 2011 en http://imv.au.dk/~konzack/tampere2002.pdf

Krauss, R. (1997). El incosciente óptico. Tecnos: Madrid.

Krotoski, A. (2004). Chicks and Joysticks. An Exploration of Women and Gaming. London: Entertainment and Leisure Software Publishers Association (ELSPA). Recuperado el 11 de abril del 2010 en http://www.elspa.com/assets/files/c/chicksandjoysticksanexplorationofwomenandgaming_176.pdf

Lacan, J. (1966). Le stade du miroir comme formeteur de la fonction du je,telle qu'elle nous est révélée dans l'expérience psychanalytique. Écrits: Paris.

Landow, G. (1995). Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Paidós: Barcelona.

Laurel, B. (1993). Computer as theatre. Addison-Wesley: Londres.

Le Diberder, A. & Le Diberder, F. (1993). Qui a peur des jeux vid´eo? Paris: La Découverte.

Le Diberder, A. (1996). L'Interactivité, une nouvelle frontière du cinéma. Cahiers du Cinéma. (503), 122–126.

Le Diberder, A. & Le Diberder, F. (1998). L'univers des jeux vidéo Paris: La Découverte.

Legerén, B. (2009). Modelos de negocio para el contenido interactivo. Comunicación presentada en el IV Congreso de la Cibersociedad. Recuperado el 19 de agosto de 2010 en http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/modelos-de-negocio-para-el-contenido-interactivo/699/

Lévi-Strauss, C. (1995). Antropología estructural. Barcelona: Paidós.

Levinson, S. (2003). Pragmatics. Cambridge: Cambridge University Press.

Lévy, P. (1999): ¿Qué es lo virtual? Barcelona: Paidós.

Lévy, P. (2007): Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. Barcelona: Antrophos.

Lin, S. & Lepper, M. R. (1987). Correlates of Children's Usage of Videogames and Computers. Journal of Applied Social Psychology, 17(1), 72-93. Recuperado el 1 de junio de 2011 en http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.1987.tb00293.x/pdf

Loftus G. & Loftus E. (1983). Mind at Play: The Psychology of Video Games. New York: Basic Books.

Lott, B. & Lott, A. (1985). Learning theory in contemporary social psychology. En G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), The handbook of social psychology, (pp. 109-136). New York: Random House.

Lucas, K., Sherry, J. (2004). Sex differences in video game play: A communication-based explanation. Communication Research, 35(5), 499-523. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://icagames.comm.msu.edu/cr.pdf

Manovich, L. (2001). The Language of new media. Cambridge: MIT Press.

Marcano, B. (2008). Juegos serios y entrenamiento en la sociedad digital. Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 9(3), 93-107. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_09_03/n9_03_marcano.pdf

McNamee, S. (1998). Youth, gender and video-games: power and control in the home. En Tracey Skelton y Gill Valentine (Eds.), Cool Places: Geographies of Youth Cultures (pp. 195-206). London: Routledge.

Mead, M. & Metraux, R. (1953). The study of Culture at Distance. Chicago: University of Chicago Press.

Melbourne House (1982). The Hobbit. Melbourne House.

Michael, A. & Chen, S. (2006). Serious games: games that educate, train and inform. Baston: Thomson Course Technology.

Maxis (2000). Los Sims: Maxis.

Mikula, M. (2003). Gender and Videogames: the political valency of Lara Croft. Continuum, 17(1), 79-87. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://webspace.webring.com/people/oo/ostercy2003/politicalvalencylaracroft.pdf

Mitchell, A., & Savill-Smith, C. (2005). The use of computer and video games for learning. A review of the literature. Londres: Learning and Skills Development Agency.

Mitchell, W. J. T. (2003). Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual. Estudios Visuales, (1), 17-40. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/mitchell.pdf

Morillas, C. (1990). Huizinga-Caillois: Variaciones sobre una visión antropológica del juego. Enrahonar, (16), 11-39. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.raco.cat/index.php/enrahonar/article/viewFile/42724/90978

Moxey, K. (2003). Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales. Estudios Visuales, (1), 41-59. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num1/moxey.pdf

Na, Misu (2001). The Home Computer in Korea: Gender, Technology, and the Family. Feminist Media Studies, 1(3), 291-306.

Namco (1999). Soul Calibur: Namco.

Nintendo (1986). The legend of Zelda: Nintendo.

Nintendo Research & Development (1983). Mario Bros: Nintendo Research & Development.

Nintendo (1999). Pokémon Pinball: Nintendo.

Nintendo (2004). Pokémon Dash: Nintendo.

Oliva, M., Besalú, R. & Ciaurriz, F. (2009). Más grande, más rápido, mejor: la representación de la Historia universal en Civilization IV. Comunicación, 1(7), 62-79. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a5_La_representacion_de_la_historia_universal_en_Civilization_IV.pdf

Orr Vered, K. (1998). Blue Group Boys Play Incredible Machine, Girls Play Hopscotch: Social Discourse and Gendered Play at the Computer. En Julian Sefton-Green (Ed.), Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia (pp. 43-61). London: UCL Press.

Parker, I. (1989). The Crisis in Modern Social Psychology – and how to end it. London: Routledge.

Parker, I. (1992). Discourse Dynamics: Critical Analysis for Social and Individual Psychology. London: Routledge.

Parker, I. (1996a). Discurso, Cultura y Poder en la Vida Cotidiana|. En A. Gordo-López y J. L. Linaza (Eds.) Psicología, Discurso y Poder: Metodologías cualitativas, perspectivas críticas (pp. 79-92). Madrid: Visor.

Parker, I. (1996b). El Regreso de lo Reprimido: Complejos Discursivos y el Complejo-Psi. En A. Gordo-López y J. L. Linaza (Eds.) Psicología, Discurso y Poder: Metodologías cualitativas, perspectivas críticas (pp. 253-268). Madrid: Visor.

Parker, I. (1999). Critical psychology: critical links. Annual Review of Critical Psychology, (1), 3-18. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.academyanalyticarts.org/parker1.htm

Parker, I. (2002). Psicología Crítica: Conexiones Críticas. Cuadernos de Psicología Social, (1), 73-106. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.discourseunit.com/publications_pages/parker_papers/2002%20Piper%20book%20Psicologia%20critica%20(Spanish).doc

Pavón, D. (Enero, 2011). La psicología crítica de Ian Parker: análisis de discurso, marxismo trotskista y psicoanálisis lacaniano. Teoría y crítica de la psicología, (1), 1-46. Recuperado el 25 de marzo de 2011 en http://www.teocripsi.com/2011/1pavon2.pdf

Pérez, J. (2005). Los videojuegos mejoran la sociabilidad y las «habilidades directivas». Recuperado el 9 de noviembre de 2010 en http://www.cadenaser.com/articulo.html?xref=20051222csrcsrtec_2&type=Tes

Pérez, J; García de Diego, A. & Parra, D. (2009). Evolución tecnológica e impacto laboral y socio-económico de los videojuegos. Comunicación, 1(7), 167-176. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a11_Evolucion_tecnologica_e_impacto_laboral_y_socio_economico_de_los_videojuegos.pdf

Pérez Latorre, Ó. (2010). Análisis de la significación del videojuego. Fundamentos teóricos del juego, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discurso. (Tesis doctoral), Universitat Pompeu Fabra. Barcelona. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://hdl.handle.net/10803/7273

Poole, S. (2000). Trigger Happy: The Inner Life of Videogames. New York: Arcade Publishing.

Potter, J. & Wetherell, M. (1987). Discourse and Social Psychology. Beyond Attitudes and Behaviour. London: Sage.

Potter, J., Wetherell, M., Gill, R. & Edwards, D. (1990). Discourse: noun, verb or social practice? Philosophical Psychology, 3(2), 205-217. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www-staff.lboro.ac.uk/~ssjap/JP%20Articles/Potter%20et%20al%20-%20Discourse%20noun%20verb%20Phil%20Psych%201990.pdf

Prensky, M. (2001). Digital game-based learning. New York: McGraw-Hill.

Prensky, M. (2002). What Kids Learn That's Positive From Playing Video Games. Recuperado el 6 de diciembre de 2010 en http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20What%20Kids%20Learn%20Thats%20POSITIVE%20From%20Playing%20Video%20Games.pdf

Provenzo, E. (1992). Video Kids. Making sense of Nintendo. Cambridge: Harvard University Press.

Raessens, J. y Goldstein, J. (Eds.) (2005): Handbook of Computer Game Studies. Cambridge, Londres: MIT Press.

Rasposo, M. (2008). Estructura y evolución reciente de la industria del videojuego. Palermo Business Review, (1), 61-72. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/1Business05.pdf

Regnault, F. (1896). Les attitudes du repos dans les races humaines. Revue Encyclopédique, 9-12.

Royse, P., Lee, J. Undrahbuyan, B., Hopson, M. & Consalvo, M. (2007). Woman and Games: Technologies of the Gendered Self. New Media and Society, 9(4), 555-576.

Rockstar Games (2001). Grand theft Auto: Rockstar Games.

Rose, N. (1985). The psychological complex. Londres: Routledge.

Rose. N. (1999): Governing the Soul. London: Free Associations Books.

Rubin, A., Murray, M., O'Neil, K. & Ashley, J. (1997). What kinds of educational computer games would girls like? Recuperado el 2 de abril de 2010 en http://www.terc.edu/mathequity/gw/html/MITpaper.html

Ruiz Collantes, X. (2008). Juegos y videojuegos: formas de vivencias narrativas. En Scolari, Carlos. (Ed.), L'homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva (pp. 15-52). Vic: Eumo.

Ruiz Collantes, X. (2009). Marcos jurídicos de mundos lúdicos. Tipologías de reglas en juegos y videojuegos. Comunicación 1(7), 16-36. Recuperado el 1 de junio de 2011 en http://www.revista-

comunicacion.org/pdf/n7/articulos/a2_Marcos_juridicos_de_mundos_ludicos_tipologias_de_reglas_en_juegos_y_videojuegos.pdf

Rushkoff, D. (2002). Cyberia: Life in the Trenches of Cyberspace. Manchester: Clinamen Press Ltd.

Ryan, M-L. (2001). Narrative as Virtual Reality. Inmersion and Interactivity in Literature and Electronic Media. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Sandford, R., Ulicsak, M., Facer, K. & Rudd, T. (2006). Teaching with Games: Using comercial off-the-shelf computer games in formal education. Bristol: Futurelab.

Sawyer, B & Smith, P. (2008). Serious games taxonomy. Recuperado el 10 de noviembre de 2010 en http://www.seriousgames.org/presentations/serious-games-taxonomy-2008_web.pdf

Scharrer, E. (2004).Virtual violence: Gender and aggression in video game advertisements. Mass Communication and Society, 7(4), 393–412. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/2/5/2/p112526_index.html

Schleiner, A. (2001). Does Lara Croft wear fake polygons? Gender and gender-role subver-sion in computer adventure games. Leonardo, 34(3), 221-226. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://browse.reticular.info/text/collected/leonardo/Does%20Lara%20Croft%20Wear%20Fake%20Polygons%20Gender%20and%20Gender-Role%20Subversion%20in%20Computer%20Adventure%20Games.pdf

Schutte, N., Malouff, J., Post-Gorden, J. & Rodasta, A. (1988). Effects of Playing Videogames on Children's Aggressive and Other Behaviours. Journal of Applied Social Psychology, 18(5), 454-460.

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

Selnow, G. (1984). Playing video games. The electronic friend. Journal of Communicacion, 34(2), 148-156.

Selva, D. (2009). El videojuego como herramienta de comunicación publicitaria: una aproximación al concepto de advergaming. Comunicación, 1(7), 141-166. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a10_El_videojuego_como_herramienta_de_comunicacion_publicitaria_una_aproximacion_al_concepto_de_advergaming.pdf

Sicart, M. (2009). The Ethics of Computer Games. Cambridge, Londres: MIT Press.

SingStar3 (2009). London Studio: Londres.

Shaffer, D., Squire, K., Halverson, R. & Gee, J. (2005). Video Games and the Future of Learning. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.wcer.wisc.edu/publications/workingpapers/working_paper_no_2005_4.pdf

Shilling, R., Zyda, M., & Wardynski, C. (2002). Introducing Emotion into Military Simulation and Videogame Desing: America's Army. Recuperado el 10 de noviembre de 2010 en http://gamepipe.edu/~zyda/pubs/ShillingGameon2002.pdf

Slovin, R. (2001). Hot circuits: reflections on the 1989 Video Game Exhibition of the American Museum of the Moving Image. En Wolf, P. (Ed.), The medium of the video games (pp. 137-154). Austin: University of Texas Press.

Smith, S., Lachlan, K. & Tamborini, R. (2003). Popular video games: Quantifying the presentation of violence and its content. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 47(1), 58–76. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://findarticles.com/p/articles/mi_m6836/is_1_47/ai_n25066089/

Square Enix (1987). Final Fantasy: Square Enix.

Stasz, C. (1979). The Early History of Sociology. En J. Wagner (Ed.) Images of information (pp. 119-137). London: Beverly Hills.

Tejeiro, R. (1998). La práctica de videojuegos en niños del campo de Gibraltar. Algeciras: Asociación de Jugadores de Azar en Rehabilitación del Campo de Gibraltar.

Tejeiro, R. & Bersabé, R. (2002). Identifying video game pathological playing in adolescents. Addiction, 97(2), 1601-1606.

Tejeiro, R. & Pelegrina del Río, M. (2008). La psicología de los videojuegos. Un modela de investigación. Málaga: Aljibe.

Tejeiro, R., Pelegrina del Río, M. & Gómez, J. L. (2009). Efectos psicosociales de los videojuegos. Comunicación, 1(7), 235-250. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a16_Efectos_psicosociales_de_los_videojuegos.pdf

Thomas, A. & Walkerdine, V. (2000). Girls and computer games. En Proceedings of the 4th European Feminist Research Conference. Bologna, Italia. Recuperado el 10 de abril del 2010 en http://www.women.it/cyberarchive/files/thomas.htm

Thornham, H. (2010). "It's a boy thing": Gaming, gender and geeks. Feminist Media Studies, (8), 127-142.

Tom Raider (1996). Core Design: London.

Tosca, S. P. (2003). The Quest Problem in Computer Games. Comunicación en Technologies for Interactive Storytelling and Entertainment. Darmstadt, Alemania. Recuperado el 10 de jun io de 2011 en http://www.it-c.dk/people/tosca/quest.htm (consulta: 01/05/2010).

Tosca, S. P. (2009). ¿Jugamos una de vampiros? De cómo cuentan historias los videojuegos. Comunicación, 1(7), 80-93. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a6_Jugamos_una_de_vampiros_De_como_cuentan_historias_los_videojuegos.pdf

Turkle, S. (1988). Computational reticence: Why women fear the intimate machine. En Cheris Kramarae (Ed.), Technology and women's voices: Keeping in touch (pp. 41-61). London: Routledge.

Turkle, S (1997): La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet. Barcelona: Paidós.

UCL-Ciber Group (2008). Information Behaviour of the Researcher of the Future. Recuperado el 9 de noviembre de 2010 en http://jisc.ac.uk/

VV.AA. (1883-1903). Philosophische Studien. Recuperado el 5 de noviembre de 2010 en http://vlp.mpiwg-berlin.mpg.de/library/journals.html?id=lit38260

VV.AA. (2010). America's Army. U.S. Army: E.U.A.

VV. AA. (2010). Real Lives 2010. Educational Simulation: California.

Van Schie, E. & Weigman, O. (1997). Children and Videogames: Leisure Activities, Aggression, Social Integration, and School Performance. Journal of Applied Social Psychology, 27(13), 1175-1194. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://doc.utwente.nl/58308/1/Schie97children.pdf

Vorderer, P., Hartmann, T. & Klimmt, C. (2003). Explaining the enjoyment of playing video games: the role of competition. Comunicación presentada en Second international Conference on Entertainment Computing. Pittsburgh, EE.UU. Recuperado el 10 de abril del 2010 en http://portal.acm.org/citation.cfm?id=958720.958735#

Wajcman, J. (2006). El Tecnofeminismo. Madrid: Cátedra.

Walkerdine, V. (2006). Playing the game: Young girls performing femininity in video game play. Feminist Media Studies, 6(4), 519-537.

Wardrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (Eds.) (2004). First Person. New Media as Story, Performance and Game. Cambridge: MIT Press.

Wardrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (Eds.) (2007). Second Person. Role-playing and story in games and playable media. Cambridge: MIT Press.

Wardrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (Eds.) (2009). Third Person. Authoring and Exploring Vast Narratives. Cambridge: MIT Press.

Wayne, F. (2003). El empleo de ejercicios de decisiones tácticas para estudiar la táctica. Recuperado el 10 de noviembre de 2010 en http://usacac.army.mil/cac/milreview/spanish/JulAug03/brewster.pdf

Wetherell, M. & Potter, J. (1996). El análisis del discurso y la identificación de los repertorios interpretativos. En Gordo, A. y Linaza, J. (Eds.) Psicologías, discursos y poder (PDP). Madrid: Visor.

Wii Sports (2006). Nintendo EAD: Tokio.

Winn, W. (2002). What can students learn in artificial environments that they cannot learn in class? Comunicación en First International Symposium, Turquía. Recuperado el 9 de noviembre de 2010 http://aof20.anadolu.edu.tr/bildiriler/William_Winn.doc

Wittgenstein, L. (1999). Investigaciones filosóficas. Barcelona: Altaya.

Wolf, M. J. P. (2001). The medium of the videogame. Austin: University of Texas Press.

Wolf, M. J. P. y Perron, B. (Eds.) (2003). The Video Game Theory Reader. Londres: Routledge.

Wolf, M. & Perron, B. (2005). Introducción a la teoría del videojuego. Formats, (4). Recuperado el 22 de marzo de 2011 en http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/arti2_cat.htm

Wright, W. & Humble, L. (2000). Los Sims. Electronics Arts: EE.UU.

Yee, N. (2008). Maps of digital desires: Exploring the topography of gender and play in online games. En Yasmin B. Kafai, Carrie Heeter, Jill Denner, y Jennifer Y. Sun (Eds.) Beyond Barbie & Mortal Kombat New Perspectives on Gender and Computer Games (pp. 83-96). Cambridge: MIT Press.

Zyda, M. (2005). From visual simulation to virtual reality to games. Computer, 38, 25-32. Recuperado el 10 de junio de 2011 en http://gamepipe.usc.edu/~zyda/pubs/Zyda-IEEE-Computer-Sept2005.pdf

Anexo

Narración del juego

En este anexo se adjunta una narración del videojuego de forma lineal. Parece de utilidad para los que no hayan jugado a esta versión o que no hayan tenido la paciencia de pasar un buen número de horas jugando hasta terminar la trama. Obviamente la narración que aparece aquí condensa de forma breve la historia que el videojuego presenta. Los recorridos que cada jugador genera harán que la narración coincida poco, bastante o mucho a la que se presenta aquí. Esta narración está prácticamente sacada de forma íntegra de WikiDex[18], una web colaborativa al estilo Wikipedia que confecciona su contenido a partir de las aportaciones de los jugadores sobre sus descubrimientos y avances en el mismo. Estas aportaciones sirven para guiar a los jugadores novatos y solucionar dudas de los que no pueden avanzar en alguna de las etapas del juego.

Se opta por esta narración porque es la más breve posible y consiste en un jugador ideal que pasa por todos los pasos que el videojuegos tiene programados de forma más rápida. Esta elección tiene como objetivo facilitar una pequeña guía para los que no hayan oído hablar nunca del juego. Sobre todo para guiar dentro del discurso que se elabora a partir de los elementos que esta narración presenta.

La entrada a un nuevo mundo

Cuando inicies el juego se te hará un test de personalidad y según sean tus respuestas te convertirás en un Pokémon u otro. Después de elegir a tu compañero aparecerás en el suelo dormido y tu compañero te despertará. No recordarás nada salvo que antes eras un ser humano y que ahora eres un Pokémon.

Justo después llegará un Butterfree pidiendo ayuda: su hijo Caterpie ha caído en una grieta que se ha formado en el suelo y no puede ir a rescatarlo porque otros Pokémon intentaron atacarle. Tras oírlo, tú y tu compañero decidís ir a rescatar a Caterpie a la Arboleda Chica. Ésta es una misión de inicio, así que aprovecha para hacerte a los controles del juego y recoger objetos.

18. A fecha de 5 de marzo de 2011 acumulaba 6.356 artículos sobre el mundo Pokémon, videojuegos y manga. Se puede consultar en http://es.pokemon.wikia.com/wiki/WikiDex

Cuando rescates a Caterpie recibirás una Baya Aranja, una Baya Meloc y una Baya Safre. Después, tu compañero te preguntará si tienes a dónde ir, pero le dirás que no. Tu compañero te explicará que últimamente ha habido muchos desastres naturales y que le gustaría ayudar a los Pokémon que sufren de estas catástrofes. Así que te ofrecerá formar un equipo de rescate con él y te conducirá a tu nueva base de rescatador, a la que tendrás que dar un nombre y en la que podrás guardar la partida.

En ese momento la pantalla se pone negra y dice:

« Y así fue como tu nombre y nombre de tu compañero empezaron sus travesías en el mundo Pokémon ».

El rescate de Magnemite: la Mina Onda Trueno

Al día siguiente recibirás tu primera misión de rescate, dos Magnemite han quedado atrapados en el nivel -6 de la Mina Onda Trueno por una misteriosa fuerza y no pueden regresar. Esta mazmorra tiene montones de enemigos con movimientos que bajan tu Defensa y tu Ataque. Asegúrate de encontrar las Baldosas Mágicas de la mazmorra que te devolverán a tu estado normal con solo pasar sobre ellas. Cuando llegues al piso N-6 sacarás a los dos Magnemite de allí y, posteriormente, ya fuera de la cueva, sus cuerpos se separarán.

Tras el rescate, por la noche, mientras duermes, tendrás un sueño en el que notarás la presencia de alguien pero será tan confuso que no te acordarás de nada. Al día siguiente, Pelipper te traerá misiones nuevas a tu buzón. Puedes aceptar dos misiones o más en un mismo territorio, si no tienes misiones suficientes puedes visitar Mensajeros Pelipper, al este de la Plaza Pokémon.

El rescate de Diglett: el Monte Acero y Skarmory

Por la noche tendrás otro sueño. Notarás la presencia del mismo Pokémon, pero un terremoto te sobresaltará y despertarás. Al despertar llegará Dugtrio a tu base pidiéndote que rescates a su hijo Diglett que ha sido secuestrado por Skarmory en el Monte Acero acusado de provocar los terremotos que azotan el mundo.

Esta mazmorra tiene 8 niveles y no debería resultarte muy difícil entrar. En el nivel 9 encontrarás a Skarmory pero huirá prometiendo una revancha. Cuando lo venzas verás a Diglett en una plataforma a la cual no puedes llegar. Entonces aparecerán los Magnemites a los que salvaste en Mina Onda Trueno y lo rescatarán.

Ya de vuelta en la base, tu acompañante le pedirá a los Magnemite que se unan a tu equipo, pero no podrán porque no dispones de Zonas de Recreo. Tu acompañante también te dirá que vayáis mañana al Club Wigglytuff, donde pueden ayudaros a reclutar nuevos miembros.

Zonas de Recreo y el Equipo Bellaco

Durante la noche tendrás otro sueño y aparecerá la silueta de Gardevoir. Dirá algo de tu papel... de un ser humano... pero el sueño se desvanecerá de nuevo. Al día siguiente tu compañero te llevará a la Plaza Pokémon porque ya ha abierto el Club Wigglytuff. Por ser tu primera visita Wigglytuff te regalará las zonas de recreo Bosque Brumoso y Pradera Salvaje. En ese momento regresará el Magnemite que se quería unir a tu equipo pidiéndole que te regale también su zona de recreo para poder ser miembro, por lo que Wigglytuff te regalará también la zona de recreo Central Energía y Magnemite se convertirá en un nuevo miembro del equipo. Después de eso ya no te regalará nuevas zonas de recreo, por lo que deberías comprar todas las que puedas para así poder reclutar a nuevos miembros para tu equipo.

Después de hablar con Wigglytuff, si vamos al centro de la plaza Pokémon encontraremos a muchos Pokémon reunidos y veremos que un Jumpluff está pidiendo ayuda al equipo de rescate de Shiftry para que con sus hojas haga viento y pueda hacer volar a sus amigos que han quedado atrapados. Shiftry es reticente a hacerlo pero entonces llega el equipo de rescate de Alakazam, formado por Alakazam, Charizard y Tyranitar, que le convence para que vaya, aunque de mala gana. Todos admiran al equipo de Alakazam mientras éste se va pero poco después de pasar por tu lado se queda parado y se girará hacia ti. Sus compañeros le preguntan qué pasa pero él no dice nada y sigue su camino. Ahora podemos seguir haciendo misiones y también entrar al Dojo Makuhita para fortalecer nuestro equipo. Si visitamos el Estanque Whiscash encontraremos a Caterpie que nos hablará de su nuevo amigo Metapod y que quiere llevárselo al bosque a jugar.

Después de cumplir cualquier misión, a la mañana siguiente se presentará en nuestra base el Equipo Bellaco, un equipo liderado por Gengar cuyo interés es dominar el mundo y para ello se dedica a hacer lo que sea para ganar dinero, incluyendo misiones de rescate. Registrarán tu buzón y se llevarán las misiones que haya. Por suerte cuando se hayan ido llegará Pelipper con más misiones.

El rescate de Metapod: el Bosque Tétrico

Después de realizar cinco misiones (en las cuales es recomendable aprovecharlas al máximo para aumentar de nivel, rango, etc...) encontrarás a Caterpie en frente de tu base. Está algo nervioso porque salió a jugar con Metapod al bosque y este se perdió. Viene a solicitar nuestra ayuda, pero nos cuenta que no tiene dinero para pagar el rescate. Justo en ese momento llega otra vez el Equipo Bellaco para hacer un trato: se llevará la recompensa quien llegue primero hasta Metapod, y si gana el Equipo Bellaco, Caterpie tendrá que unirse a su equipo y pagar con intereses el rescate. Así que tendremos que ir a salvar a Metapod al Bosque Tétrico.

Cuando llegues al nivel 13 del Bosque Tétrico también llegará el Equipo Bellaco y tendrás que luchar contra sus tres miembros: Gengar, Medicham y Ekans. No sería mala idea ir con algún otro Pokémon en el equipo para hacer frente a los tres. Cuando les derrotes aparecerá Metapod y volverás a la base del equipo. No recibiréis ninguna recompensa pero Caterpie promete ayudaros a construir una nueva Base para el equipo algún día.

En busca de Shiftry: la Sima Silenciosa

Al día siguiente llegará Jumpluff a la puerta para decirnos que Shiftry finalmente aceptó su misión (cómo vimos anteriormente en la Plaza Pokémon) pero aun no ha vuelto. Es entonces cuando a nuestro compañero se le ocurre que deberíamos ir nosotros a ver qué ha pasado. Así que tendremos que partir hacia la Sima Silenciosa donde, al entrar, Jumpluff nos comentará que una vieja leyenda dice que un monstruo habita la sima. Después de una pequeña parodia, finalmente entraréis.

Cuando lleguemos al Nivel 10 encontraremos al Jumpluff que teníamos que rescatar y a Shiftry tirado en el suelo. En ese momento un destello nos cegará y aparecerá Zapdos muy enfadado que se llevará a Shiftry al Monte Trueno y nos retará a salvarlo escalando dicha montaña.

Cuando regresemos a la base tras rescatar a Jumpluff aparecerá el equipo de Alakazam por el camino. Ambos hablaréis de lo sucedido: resulta que Shiftry salvó a Jumpluff con su Viento Cortante, el cual por desgracia partió una nube en dos e hizo que Zapdos apareciera. Alakazam decidirá ir a explorar y, vista la valentía de tu compañero, os dejará acompañarlos aunque después seguiréis caminos diferentes.

En busca de Shiftry: el Monte Trueno y Zapdos

Al día siguiente iréis al Monte Trueno, el cual tiene 10 niveles. Además es la primera mazmorra en la que encontrarás Máquinas Técnicas. En el nivel 11 del Monte Trueno hay un refugio en el que podrás guardar tu partida y continuar. Lo que queda de mazmorra son dos niveles normales del Pico Trueno y en el tercer nivel estará Zapdos, esta vez listo para luchar.

Cuando le derrotes liberará a Shiftry y aparecerá el equipo de Alakazam que quedará asombrado de tu fuerza. Alakazam sospecha que no eres un Pokémon y tu compañero lo confirma. Tu compañero le preguntará, dada su inteligencia, si sabe algo de tu transformación, pero responderá que no, aunque te aconsejará ir al Monte Oráculo a visitar a Xatu, un Pokémon que se pasa el día mirando fijamente al sol y del que dicen que puede ver el futuro. Al marcharos tú y tu compañero, Charizard le dirá a Alakazam que lo conoce muy bien y que no se cree que no sepa él nada de tu transformación de humano a Pokémon, Alakazam contesta que la verdad es que si lo sabe pero que por tu bien decidió no decirlo.

Visita a Xatu: el Gran Cañón

Al día siguiente tu compañero te informará de que el Monte Oráculo está en el Gran Cañón, y podrás partir cuando quieras. El Gran Cañón aparecerá como destino. El Gran Cañón consta de 12 niveles y en el nivel 13 encontrarás a Xatu, diciendo que el equilibrio y la armonía del mundo se han alterado, que intuye que el mundo será destruido. El hecho de que tú te hayas convertido en un Pokémon está relacionado con la destrucción del mundo. Gengar está escondido y presencia tu encuentro con Xatu y se entera de que eres un ser humano, así que traza un plan para que todo el mundo se vuelva contra ti.

La leyenda de Ninetales

A la mañana siguiente tu compañero te preguntará sobre la armonía y el equilibrio del mundo de los que hablaba Xatu el día anterior, aunque no tendrás nada sensato que poderle decir. Al llegar al centro de la Plaza Pokémon encontrarás a Bellsprout, Lombre y Snubbull reunidos comentando la leyenda que cuenta Whiscash sobre la maldición que echó Ninetales a un ser humano que agarró una de sus colas. A pesar de ser una leyenda algunos rumores indican que podría ser cierta, teniendo en cuenta los desastres naturales que se están viviendo últimamente.

« Érase una vez un Pokémon llamado Ninetales. Ninetales tenía muchas colas, las cuales otorgaban enormes poderes psíquicos... Y se decía que, si alguien era tan necio como para tocar una de esas colas, le caería una maldición de mil años. Pero hubo alguien tan insensato que se atrevió a agarrar una de ellas. Fue un ser humano. Como era de esperar, Ninetales lanzó sobre aquel ser humano una maldición de mil años. Sin embargo, justo cuando Ninetales lanzó su maldición, un Pokémon llamado Gardevoir se interpuso... sacrificándose para que la maldición cayese sobre ella. Para Gardevoir, aquel ser humano y ella eran inseparables. Apiadándose de Gardevoir, Ninetales le preguntó lo siguiente a aquel ser humano: “¿Deseas salvar a Gardevoir?” Pero, como respuesta, aquel ser cruel huyó, abandonando a su suerte a Gardevoir. Ninetales se llevó una decepción enorme... Pero vaticinó lo siguiente: “Ese humano volverá a nacer algún día convertido en Pokémon... Y cuando el humano se convierta en Pokémon... el equilibrio del mundo se tambaleará” ».

La leyenda de Ninetales contada por Whiscash motivará tu exilio para saber si la leyenda es cierta y fuiste tú el ser cruel que abandonó a Gardevoir.

En cuanto vayamos a hablar con Whiscash y nos cuente la leyenda, al salir de la plaza para volver a la base del equipo tu compañero te dirá que está muy cansado y que no tiene ganas de continuar hoy. Mientras se va se arrepentirá y te pedirá perdón por haber dudado de ti y te mostrará su confianza en que tú eres inocente y no puedes ser el cruel humano que abandonó al Gardevoir de la leyenda. De todas formas se despide de ti hasta mañana y te vas a dormir.

Durante la noche tendrás otro sueño, esta vez más claro, y podrás distinguir claramente a Gardevoir. Éste te contará que se alegra de volveros a encontrar, y tú le preguntarás de

qué os conocéis. Gardevoir dirá un «Yo soy tú...» pero el sueño se desvanecerá en ese momento. Al despertar recordarás la leyenda de Whiscash y te preguntarás que quizá fuiste tú quien abandonó a Gardevoir y por lo que te convertiste en un Pokémon.

La acusación de Gengar

Al salir de la base tu compañero te comentará que le pareció que sucedía algo en la Plaza Pokémon. Cuando llegues encontrarás a todo el mundo reunido en el centro de la plaza alrededor de Gengar. Está contando que presenció cómo un Pokémon fue al Monte Oráculo a pedir consejo a Xatu y que éste Pokémon era en realidad un ser humano. Ante el asombro de los allí presentes cuenta cómo Xatu dijo que si no se restaura el equilibrio del mundo éste será destruido. Después de sacar la conclusión de que ese humano fue quien abandonó a Gardevoir y que para restablecer el equilibrio del mundo hay que deshacerse de ese ser humano. Con esos argumentos, te acusa: Tú eres el humano de la leyenda. Ante las acusaciones y argumentos de Gengar, convenciendo a todos, no tendrás palabras para defenderte y todos los de la plaza Pokémon empezarán a atacarte, por lo que tu compañero te ayudará a huir a la base. Indignado por no haberte defendido de las acusaciones de Gengar le contarás a tu compañero el sueño que tuviste, pero te confortará diciendo que no hay que sacar conclusiones precipitadas y que todavía no hay pruebas irrefutables que aseguren que tú fueras el ser humano de la leyenda.

En ese momento llegará el equipo de Alakazam diciéndote que se ha celebrado un consejo y que han acordado que deben deshacerse de ti para salvar el mundo. Te darán de tiempo hasta el día siguiente de madrugada (antes de que todos se despierten) para que huyas y encuentres cómo salir de esta. A partir de entonces todos los equipos de rescate te perseguirán y te atacarán si te encuentran. En cuanto el equipo de Alakazam se vaya vendrá Caterpie a mostrarte su apoyo. También te apoyarán Diglett, Metapod, Jumpluff, y el cartero Pelipper. Te irás a dormir sin poder realizar ninguna otra acción.

Convertido en fugitivo: la Mina Lapislázuli

A la mañana siguiente tu compañero te esperara para partir pero te preguntará si estás preparado. Si le contestas que no, te advertirá que desde ese día todos empezarán a buscarte y que deberás ir con cuidado de no despertar a nadie. Si vas a la Plaza Pokémon encontrarás a todos durmiendo pero podrás realizar las gestiones que creas

necesarias sin que se despierten, excepto Mensajeros Pelipper que estará vacío. No podrás visitar las zonas de recreo ni partir hacia ningún territorio.

Cuando contestes que sí llegarán Caterpie, Metapod, Jumpluff y Diglett a despedirse y a desearos suerte. También Pelipper llegará y te dejará una carta de despedida en la que pone:

« ¡Cuídate mucho! No es un “adiós”, es un “hasta luego”. Hasta el día en el que pueda llevarte el correo de nuevo... Estaré esperando.

— El cartero errante, Pelipper. ».

Carta de despedida de Pelipper

La huida os llevará hasta Mina Lapislázuli, una mazmorra de 14 niveles que no es muy larga puesto que no hay Pokémon especialmente fuertes. Sin embargo, la visibilidad es reducida y sólo verás tres cuadros más allá de tu posición. En éste y los siguientes territorios no podréis reclutar a ningún otro Pokémon. La búsqueda de reclutas os indicará que no hay ningún Pokémon que reclutar en estas mazmorras. Después podrás volver para reclutar a los que te plazca.

Convertido en fugitivo: el Monte Ígneo y Moltres

A la salida de Mina Lapislázuli no podrás detenerte pues oirás las voces de tus perseguidores, los cuales, al verte huir hacia el volcán, dirán que nadie ha vuelto de allí. Llegarás hasta la entrada del Monte Ígneo, en la que podrás hacer un descanso. Al lado de la entrada hay una estatua de Kangaskhan en la que podrás guardar la partida y consultar la consigna por primera vez desde que escapaste de la ciudad. Cuando hables con tu compañero te preguntará si estás preparado para continuar y te dará a elegir entre dos destinos: Monte Ígneo o Paso Rocoso. El Paso Rocoso es una mazmorra de 4 niveles que puedes pasar sin ninguna complicación y por el que es recomendable que pases, para ganar experiencia, conseguir algunos objetos y tomar contacto con algunos de los Pokémon a los que te enfrentarás en Monte Ígneo. Al salir del Paso Rocoso aparecerás siempre en la entrada del Monte Ígneo para poder guardar y consultar la consigna.

Cuando te adentres en el Monte Ígneo tendrás que superar 12 niveles normales más dos niveles de Pico Ígneo, separados por el Refugio Ígneo, donde guardar la partida. En el tercer nivel del Pico Ígneo se encuentra Moltres que siente el dolor del Monte Ígneo a causa de los desastres naturales y pensará que vosotros sois los causantes de ese sufrimiento y os atacará. Deberás derrotarle y cuando lo consigas os dejará continuar, después de convencerle de que vosotros no sois los causantes de estos desastres y a cambio de la promesa de que encontraréis la causa de esos desastres naturales.

Convertido en fugitivo: el Bosque Helado y Articuno

Tras el Monte Ígneo os paráis a descansar un poco de noche, contemplando la hermosa vista de la ladera norte. Tu compañero te dirá que está cansado, pero pronto recuerda al

equipo de Alakazam, el cual no se rendirá hasta daros caza, aunque tu equipo haya sido el primero que ha logrado atravesar el volcán.

Tiempo después, tu equipo huye hacia el norte, hasta unas tierras frías e inexploradas. Caminando por un páramo helado os encontraréis a un Absol en el camino, este huirá y posteriormente llegaréis a la entrada del Bosque Helado, donde encontraréis otra estatua de Kangaskhan en la que guardar y consultar la consigna. Cuando le digas a tu compañero que estás listo podrás elegir entre continuar por el Bosque Helado o por el Paso Helado. Por el Paso Helado volverás otra vez a la entrada pero son sólo 4 niveles que te ayudarán a fortalecerte y a conseguir objetos, es recomendable atravesarlo.

El Bosque Helado son 9 niveles normales, seguidos de un Claro Helado donde guardar la partida y 4 niveles más de Gruta Helada. Aproximadamente a mitad de camino, una voz dirá que hay un intruso en el bosque y debe ser castigado. Además, mientras vas por el Bosque Helado puedes encontrar al Kecleon comerciante, que vende objetos. Eso sí, no cojas nada si no tienes dinero para pagarlo, o procura devolver las cosas al Kecleon porque sino este te retará a una batalla que te deja en K.O. instántaneamente, debido a su alto nivel y a sus copias.

En el nivel 5 encontraréis a Articuno que os creerá responsables de que el aire gélido del bosque se haya calentado y de que la nieve se derrita hasta donde nunca había pasado. Os atacará y tendrás que derrotarle, cuando lo consigas no podrás convencerle de que

estos desastres ocurren por todas partes y querrá atacaros de nuevo, pero en ese momento aparecerá el Absol que visteis antes y que os dará la razón, por lo que Articuno,

convencido de que no sois los culpables, os dejará pasar. Absol, consciente de que las calamidades llegarán a más si no se remedian, se unirá a vuestro equipo de rescate.

El final de la huida: el Monte Escarcha y el encuentro con Ninetales

Continuando el camino por un pico de montaña helado os asaltarán dudas sobre si tras tanto recorrido os encontrarán o llegaréis a encontrar a alguien, sin saber realmente hacia dónde os dirigís. Por unos momentos quedarás aturdido y Gardevoir se te aparecerá, aunque ni tu compañero ni Absol podrán verlo. Te indicará que siguiendo más adelante hasta una cordillera escarpada encontrarás el Monte Escarcha, donde te espera Ninetales. Enseguida llegarás a la entrada del Monte Escarcha y nuevamente aparecerá la estatua de Kangaskhan y podrás elegir entre continuar por Monte Escarcha o Paso Helado. Si vas por Paso Helado volverás a aparecer en la entrada tras los 4 niveles de los que consta.

Al llegar al nivel 5 del Pico Escarcha llegará también el equipo de Alakazam, que empezará a luchar contra ti, hasta que aparezca Ninetales a separaros. Sorprendidos por la aparición de Ninetales, Alakazam preguntará por la leyenda. Ninetales aclarará que la leyenda es cierta, que aquel humano vive entre nosotros convertido en un Pokémon pero que ese humano no eres tú. Tu compañero te abrazará y se pondrá muy contento por la noticia. Ninetales añadirá que el equilibrio del mundo y el humano que se convirtió en un Pokémon no están relacionados. El equipo de Alakazam se disculpará y cuando tu compañero se pregunte el porqué de que tú te convirtieras en un Pokémon la tierra temblará. Ese terremoto podría despertar a Groudon, la bestia que duerme en el subsuelo, y el equipo de Alakazam partirá para apaciguarle.

El regreso

Llegarás a la Plaza Pokémon y encontrarás a Gengar metiendo baza para que Shiftry, Snubbull y Lombre vayan también a perseguirte. Se sorprenderán al veros regresar; por supuesto, Gengar seguirá acusándote. Tu compañero repite las palabras de Ninetales: Tú no eres el humano de la leyenda. Gengar, en su orgullo y soberbia te pide pruebas. Como no las tienes, te seguirá acusando. El resto de Pokémons empiezan a dudar de

Gengar. En el último momento, un extra de la Gaceta Pokémon repartido por el cartero Pelipper dice que eres inocente y que Ninetales estaba en lo cierto, poniendo como

testigo al equipo de Alalazam. Así se supo que esos bellacos (nunca mejor dicho) de Gengar y sus compinches mentían y tuvieron que irse.

Al día siguiente todos te pedirán disculpas por haber dudado de ti y todo volverá a la normalidad, pudiendo reclutar de nuevo a nuevos Pokémon. Después de partir con éxito a realizar 2 misiones, por la noche tendrás otro sueño en el que aparecerá Gardevoir. En el sueño te contará que viene del mundo espiritual para protegerte y que es la Gardevoir que recibió la maldición de la leyenda, y que no guarda rencor a su entrenador porque los Gardevoir siempre protegen a su entrenador aun a costa de su vida. Te dirá que ambos tenéis un papel y que tú te convertiste en un Pokémon para desempeñar ese papel, pero no te podrá contar más porque sucederá otro terremoto y despertarás.

De vuelta a la rutina: el Bosque Alboroto

Tu compañero estará preocupado por los terremotos y porque el equipo de Alakazam aun no ha vuelto, pero por ahora no podréis hacer nada. Al salir de la base os visitarán Wynaut y Wobbuffet que os pedirá ayuda con una misión que han dejado en el tablón de anuncios de Mensajeros Pelipper. En el tablón de anuncios encontrarás la misión, que se trata de castigar a los Mankey en el Bosque Alboroto. Cuando cojas la misión volverán a aparecer Wynaut y Wobbuffet para explicarte que esos Mankey siempre están enfadados y atacan a todo el mundo. Desde ese momento el Bosque Alboroto será vuestro siguiente destino clave y desaparecerá la misión del tablón de anuncios.

El Bosque Alboroto/Incertidumbre con el Equipo de Alakazam

Si decides ir al Bosque Alboroto, te esperan 9 niveles de Pokémon Planta y de cambios de clima aleatorios. En el piso 9 encontrarás alguna que otra Castaña. En el piso -10 del bosque encontrarás a tres Mankey que lucharán contra ti. Tras derrotarles aparecerás en la base del equipo y como recompensa recibirás una Castaña de parte de Wynaut. Pero llegarán los tres Mankey que derrotaste a por la revancha, pero se darán cuenta de que llevas la Castaña. Te contarán que adoran las Castañas peladas y que harían cualquier cosa por una de ellas, ya que las Castañas normales están recubiertas de pinchos y se ponen furiosos intentando pelarlas. Tu compañero te preguntará si se la quieres dar y

los Mankey te atacarán (aunque sin hacerte nada) hasta que respondas que sí. Cuando aceptes a tu compañero se le ocurrirá que se las dará a cambio de que reforme la base del equipo, a la que se unirán Wynaut y Wobbuffet que se sienten mal por tener sólo una castaña de recompensa, y también Caterpie, que lo prometió cuando tuviste que partir como fugitivo.

Al día siguiente, la base irá tomando forma, pero los Mankey se cansarán de trabajar y tendrás que volver al Bosque Alboroto a por más Castañas. Tendrás que darle como mínimo dos Castañas más para que acaben la base. Cuando la base esté terminada los Mankeys preguntarán si ya no les daréis más Castañas y, tras conocer tu respuesta negativa, tratarán de destrozar la base (no te preocupes, no le harán ni un rasguño).

Incertidumbre con el Equipo de Alakazam

Por otro lado, cuando cumplas 4 misiones (no necesariamente la de Bosque Alboroto) te despertarás al día siguiente con un terremoto y Lombre irá a buscaros a la Base para comunicaros que se ha convocado a todos los equipos de rescate en la Plaza Pokémon. Al llegar a la plaza, Shiftry comunicará que el equipo de Alakazam aun no ha llegado y que no se sabe nada de su paradero y que propone la creación de una expedición de rescate a la Caverna Magma. Para ello se ofrecerán Blastoise del Equipo Hidro, Octillery del Equipo Constrictor y Golem del Equipo Rocadura. Vuestro equipo no podrá ayudar, así que tendrás que seguir realizando misiones.

Al rescate de Alakazam: la Caverna Magma y Groudon

Luego de realizar dos misiones, te irás a dormir y te despertarás con un terremoto (Tu base debe estar terminada). Tu compañero entrará en la base y te llevará a la Plaza Pokémon. Están todos los Pokémon allí reunidos y verás que Blastoise, Octillery y Golem han sido derrotados. El resto de Pokémon pierde la esperanza desalentados por las palabras de Gengar. Tu compañero te preguntará si quieres intentarlo hasta que le contestes que sí y tu determinación sorprenderá a todos que recobrarán los ánimos y el orgullo del equipo de rescate que forman. Tu compañero esperará en la plaza a que te prepares y no podrás realizar ninguna misión. Cuando le digas que estás preparado te irás a dormir y tendrás otro sueño. Gardevoir te dará ánimos para la misión y te dirá que te convertiste en un Pokémon para desempeñar un papel y que acabará pronto, y que hablará de eso cuando todo haya terminado. Cuando salgas te preguntarás si conocerás tu papel cu-

ando salves a Alakazam. La Caverna Magma aparecerá como destino clave pero podrás realizar otras misiones.

En el segundo piso de Sima Magma encontrarás a Charizard y Tyranitar que habrán sido derrotados (por lo que no habrá Pokémon que os ataquen), y al llegar al tercer nivel estará Alakazam a punto de luchar contra Groudon. Alakazam será derrotado y deberás enfrentarte a Groudon que, por su habilidad, cambiará el tiempo a soleado (potencia fuego, debilita agua). Cuando le derrotes aparecerán Alakazam, Charizard y Tyranitar y regresaréis a la ciudad. Groudon estaba cegado por la ira de haberle interrumpido su sueño y vuestra intervención debería calmarle.

Una estrella cae del cielo

En la Plaza Pokémon todo el mundo os felicitará, pero una señal os interrumpirá: Xatu se comunicará con todos vosotros por telepatía y os contará que una estrella cae del cielo, sobre nuestras cabezas. El equilibrio del mundo se ha roto por esa estrella que se acerca poco a poco y si nada la detiene chocará contra nuestro mundo. Para evitar la colisión necesitáis la ayuda de Rayquaza.

« Un Pokémon que vive muy por encima de nosotros, en el cielo. Es uno de los Pokémon legendarios. Hay que pedirle a Rayquaza que destruya esa estrella desde el cielo. El problema es que... Rayquaza vive muy arriba, en el cielo. Muy pocos lo conocen y nadie lo vio jamás. (...) Alakazam y yo podemos ampliar nuestro Teletransporte juntos... y enviar Pokémon al cielo. Sin embargo... el cielo está por encima de las nubes. ¿Qué le ocurrirá a los Pokémon enviados al cielo? Ni siquiera yo puedo averiguarlo... ».

Os ofreceréis para ir a hablar con Rayquaza y tu compañero te esperará a que le digas que estás preparado, por lo que no podrás realizar misiones. Cuando le digas que estás preparado te irás a dormir y tendrás otro sueño. Esta vez te encontrarás muy mal, Gengar estará utilizando su movimiento Come Sueños para descubrir qué esconde tu corazón y darlo a conocer a los demás, pero llegará el espíritu de Gardevoir y el dolor desaparecerá. Te contará que tú debes salvar el mundo. Se habían enterado de que el mundo iba a ser destruido y no encontraron a nadie capaz de salvarlo, hasta que apareciste tú.

Dijiste que te faltaba la fuerza necesaria y que carecías de valor, pero para saber si eras quien buscaban pediste que te pusieran a prueba y que borraran tus recuerdos y así

poder sentirte un auténtico Pokémon al lado de los tuyos. Sólo cuando no hubiera duda de que eras tú la persona que buscaban te contarían la verdad. Así que no hay duda que eres quien debe salvar nuestro mundo y tu misión está llegando a su fin. Sin embargo, te contará que cuando lo hayas conseguido podrás volver al mundo de los humanos, y eso te apenará porque deberás despedirte de tu compañero. Gardevoir notará cómo alguien que estaba fisgando en tu sueño se fue llorando y, acto seguido, se irá.

Al despertar podrás continuar realizando otras misiones y la Torre del Cielo aparecerá como destino clave. Cuando te dirijas a la Torre del Cielo llegarás a Monte Oráculo, donde Xatu, Alakazam y un Pokémon de tipo Fantasma que se marchó (posiblemente Gengar) crearon la Telegema, que os teletransportará hasta la entrada de la Torre del Cielo.

A salvar el mundo: la Torre del Cielo y Rayquaza

La Torre del Cielo consta de 25 pisos, un refugio y otros 8 pisos de Techo del Cielo. Los principales problemas a los que te enfrentarás son la pérdida de Puntos de Poder por el ataque Rencor de los Shuppet que abundan en los primeros niveles de la Torre del Cielo y el estado de confusión. Ve preparado con Semillas Revivir, Manzanitas y Elixir Max., y recuerda que no podrás volver aquí hasta que no consigas la Máquina oculta Vuelo. Un consejo para derrotar a Rayquaza es haber reclutado a un Pokémon tipo Hielo del Bosque Helado o el Monte Escarcha, o un Pokémon tipo dragón o con ataques tipo dragón como Onix, Steelix o Altaria; y además Rayquaza solo está en el Nv.33, es decir, que tu equipo ya es lo bastante fuerte como para vencerlo de al menos 5 o 6 turnos.

En el Nivel 9 del Techo del Cielo está Rayquaza, que nos atacará por atrevernos a llegar hasta él. Cuando le derrotes sucederá una sacudida y tu compañero le pedirá a Rayquaza que mire el meteorito que se acerca y que lo destruya. Rayquaza accede pero advierte que se ha acercado demasiado y que no saldréis indemnes de su Híperrayo a lo que contestaréis que lo tenéis asumido. Su Híperrayo destruirá el meteorito pero desaparecerá todo entre una luz intensa.

Aparecerás inconsciente en un lugar desconocido y recordarás que la explosión del meteorito os dio de lleno. Aparecerá Gengar a tu lado que querrá llevarte a rastras al mundo de las sombras, pero no conseguirá encontrar el camino y te dejará tirado.

Oirás la voz de Alakazam que te dirá que despiertes y aparecerás en el Monte Oráculo ro-

deado del resto de Pokémon y tu compañero será el primero en recuperar el conocimiento. Al parecer Gengar os salvó a los dos. Si llevabas a otro Pokémon amigo también preguntarán por él, que también se ha salvado. Todos se pondrán contentos y empezarán a celebrarlo bromeando entre vosotros. Sin embargo aparecerá Gardevoir, te agradecerá todo lo que habrás hecho pero tendrás que despedirte de tus compañeros: tu papel ha acabado. Tu compañero se pondrá muy triste pero tu cuerpo empezará a desaparecer. Tu cuerpo en forma de luz viajará por el mundo espiritual y tu deseo de quedarte con el Pokémon que más quieres hará que aparezcas de nuevo en tu base, donde se encuentra tu compañero triste porque te has ido y que se pondrá muy contento.