

Ciberespacio y semiótica de la otredad / *Cyberspace and semiotics of otherness*

Ernesto Pablo Molina Ahumada y Laura Gherlone

(pág 53 - pág 62)

El ciberespacio se presenta en la cultura contemporánea como un territorio complejo que habilita prácticas inéditas de representación para la relación identidad-otredad, a partir de la mediación digital de lo cognitivo, corporal, emocional y lingüístico-comunicativo potenciado semióticamente con el fin de plasmar esa tensión constitutiva de lo humano y otro. A partir del estudio de la cara digital (Leone 2018) y la semiótica de los *emojis* (Danesi 2016), y el abordaje del enlace específico que propone el videojuego entre jugador, *avatar* y mundo virtual, este artículo intenta sugerir claves de interpretación frente a las nuevas posibilidades semióticas del ciberespacio con respecto al problema de la identidad-otredad.

Palabras clave: semiótica, cultura visual, ambientes digitales, identidad, videojuego

In contemporary culture, cyberspace is presented as a complex territory that enables unprecedented representational practices regarding the identity/otherness relationship through the digital mediation of the cognitive, corporeal, emotional and linguistic-communicative dimensions –dimensions semiotically potentiated to capture the constitutive tension between the I and the alterity. Based on the studies on digital face (Leone 2018) and on negotiation of emotions through *emoji* (Danesi 2016), as well as the specific connection between player, avatar and the virtual world proposed by video games, this article intends to suggest keys of interpretation in the face of the new semiotic possibilities of cyberspace, observing the issue of identity/otherness.

Keywords: semiotics, visual culture, digital environments, identity, video game

Ernesto Pablo Molina Ahumada es docente de la Facultad de Filosofía y Humanidades y la Facultad de Lenguas de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Entre sus artículos publicados se encuentran: *Mirar y jugar. Diálogos posibles entre series televisivas y videojuegos* (Representaciones, 13-2, 2017); *Héroe y ciudad digital* (LIS, 17, 2017); *Jugar a la guerra: retórica y política en videojuegos bélicos* (Question, 54, 2017). Contacto: pablolmolina@hotmail.com

Laura Gherlone es investigadora posdoctoral del CONICET, Facultad de Lenguas, UNC, Córdoba; investigadora en el Centro de Estudios de Literatura Comparada

“María Teresa Maiorana”, UCA, Buenos Aires, Argentina. Ha publicado: *Lotman Continues to Astonish* (Bakhtiniana, 14.4, 2019), *Women's Writing Between the Border and the Non-Place* (Bakhtiniana, 14.2, 2019), *Letteratura di frontiera* (DITALS, 2019), *In the Footsteps of the Semiotic School of Moscow-Tartu/Tartu-Moscow* (Semiotica, 2019). Contacto: laura.gherlone@gmail.com

Fecha de presentación: diciembre de 2018. Fecha de aceptación: junio de 2019.
Fecha de publicación: diciembre de 2019

1. EL CIBERESPACIO: UN LUGAR DE PROYECCIÓN DEL MODELO YO-OTREDAD

1.1 LA CULTURA ESPACIO-VISUAL: UN FENÓMENO “DÉJÀ VU”

El concepto de ciberespacio está inextricablemente asociado con el de cultura contemporánea. Como es notorio, en las últimas dos décadas el léxico del uso cotidiano ha visto la aparición de constructos como “*entrar en Facebook*”, “*dar una vuelta por Happn*”, “*navegar por Internet*” que le confieren a la realidad virtual un claro atributo topológico, expresión de lo que actualmente se define en las ciencias humanas y sociales como el *spatial turn* (Warf y Arias 2009; Hess-Lüttich 2012).

Sin embargo, aunque este fenómeno parece marcar estrictamente el presente, una mirada semiótica-antropológica sobre la historia de la comunicación humana nos invita a ver en eso una “supervivencia” —para decirlo en términos de Georges Didi-Huberman— del pasado. En un estudio reciente, Marcel Danesi (2016), al analizar 323 mensajes electrónicos proporcionados por un grupo de estudiantes universitarios canadienses con el fin de investigar las implicaciones cognitivas, emocionales y pragmáticas del uso de los *emojis*, ha subrayado cómo en la era digital coexisten en forma híbrida tanto la Galaxia Gutenberg (o sea el sistema alfabético) como las formas más antiguas de comunicación, por ejemplo la pictografía y la logografía, presentes de manera explícita en los *emojis* (junto con el estilema del manga japonés). La diferencia más evidente consiste en el hecho de que estos *signos*, en lugar de dibujarse en la roca de una cueva o en un tejido de lino, se entrelazan masivamente, en el nivel semántico y sintáctico, con las palabras,¹ y el mensaje, así constituido y proyectado en el espacio “mítico” de la virtualidad (Molina Ahumada 2017a), da lugar a una nueva, y a la vez, arcaica (es decir, intuitiva, holística e imaginativa) forma de auto-representarse, relacionarse con el otro y describir la realidad percibida. En esta perspectiva, los *emojis* podrían representar una “manifestación contemporánea de las fuerzas inconscientes que trabajan en la evolución de los sistemas y las prácticas de la comunicación humana” (Danesi 2016: 4).²

También Massimo Leone (2018), en una investigación en curso³ sobre la semiótica de la cara en los tiempos del píxel —un estudio que está profundamente relacionado con el estudio de Danesi sobre las “caritas” digitales⁴—, ha enfatizado el hecho de que, por ejemplo,

“[...] las prácticas de exhibición y ocultación de la cara en la era de la comunicación digital no son [...] completamente nuevas. Sus rasgos deben remontarse al largo arco temporal de las culturas visuales. Ninguna explicación sería del nuevo, representativo género del *selfie*, por ejemplo, puede dejar de compararlo y contrastarlo con prácticas anteriores de auto-representación, desde las máscaras de la muerte hasta los autorretratos” (Leone 2018: 27)⁵

Además de la cuestión fundamental de la expansividad —tanto antigua como nueva— de la “cultura visual”, las consideraciones propuestas por los autores citados subrayan

la importancia de una reflexión sobre la negociación del yo (fenomenológico, “real” y digital) en el ciberespacio.⁶

1.2 EL CIBERESPACIO ENTRE LA IDENTIDAD PERSONAL Y LA IDENTIDAD UNIVERSAL

[Obshchenie] odna iz slozhnyj problem dlja chelovechestva voobshche i dlja cheloveka v chastnosti. [La comunicación es uno de los problemas más complejos para la humanidad en general y para el hombre en particular] (Lotman 2005 [1988]: 463)⁷

[...] The use of emoji might imply that people in the global village are seeking the expressive means to live in tranquility and happiness. [El uso de los *emojis* podría dar a entender que las personas en la aldea global están buscando los medios expresivos para vivir tranquila y felizmente] (Danesi 2016: 170)⁸

El ciberespacio es un lugar extremadamente favorable para romper con la interdicción experimentada en el mundo *offline* —especialmente de forma anónima/disfrazada (véase los recientes trabajos de Thibault 2018; Cordeiro dos Santos, Marques y Rodrigues 2019)⁹ o *half-real* (Juul 2011) como en el videojuego (Molina Ahumada 2017b)¹⁰— y para presentar una imagen socialmente deseable y atractiva de la propia persona. Es interesante notar que en los resultados obtenidos a partir de la investigación de Danesi, el uso de los *emojis* tiene como objetivo dar un tono positivo y amigable a los mensajes pero, al mismo tiempo, evitar cualquier forma de tensión relacional y confrontación abierta. Enunciados como “The emoji allowed me to criticize without anger and thus not upsetting my friend!” [¡El *emoji* me permite criticar sin enojo y por lo tanto no molestar a mi amigo/a!], “Emoji help me make my message positive, avoiding conflicts even when I have something bad to say” [El *emoji* me ayuda a hacer que mi mensaje parezca positivo, evitando conflictos incluso cuando tengo algo malo que decir], “When I’m angry at my friends, I always add emojis to make them smile” [Cuando estoy enojado con mis amigos, siempre agrego *emojis* para hacerlos sonreír] (Danesi 2016: 23, 52 y 154)¹¹ demuestran que los jóvenes entrevistados viven el ciberespacio como un contexto en el cual es más fácil manejar las emociones al delegar a un simulacro (es decir, un constructo visual) su manifestación, respondiendo a la táctica de seducción y aparente simplificación/naturaleza ofrecida por el medium (Scolari 2004: 75).

Podríamos preguntarnos si esta mediación tendrá a largo plazo alguna repercusión en la conciencia humana incluso en la vida “no digital” y si puede interpretarse como un fenómeno que responde a ciertas instancias de la cultura contemporánea. Una investigación en profundidad también debería cuestionar la razón por la cual el conflicto se considera necesariamente negativo, es decir, por qué una emoción como la rabia, especialmente en las relaciones interpersonales más estrechas, se convierte en objeto de atenuación, suavización, edulcoración o *camouflage* (Fabbri 2012).

Esto también se aplica a las comunicaciones electrónicas que no adoptan el soporte visual, sino el auditivo: el mensaje de voz de la aplicación WhatsApp se usa a menudo

como un espacio-tiempo monológico que excluye un discurso de respuesta activa (Bajtín 1999b [1952-1953]: 257). En el videojuego, también se reconoce esta tensión especular del yo y un doble digital, el avatar, que procura confundir la experiencia perceptual del usuario con las concepciones del otro programado y proyectado por la máquina para lograr verosimilitud (Hillis 2004 [1999]: 115).

El continuo llamado a la mediación cognitiva, corporal, emocional, lingüística-comunicativa ofrecida por los medios digitales podría referirse a lo que Iuri Lotman identifica como uno de los problemas más significativos de la posmodernidad: la búsqueda de un lenguaje en común con los demás, o sea –especifica Lotman– “un lenguaje en un sentido amplio: un contexto cultural común” (Lotman 2005 [1988]: 466).¹² Según el semiólogo ruso, el ser humano proyecta incesantemente fuera de sí mismo la insuperable contradicción arquetípica entre el “yo” y el “otro”, fuente de sufrimiento y angustia [*múka*] (Lotman 2005 [1988]: 463), pero también de tensión hacia el universalismo *en la y de la* comunicación y la generación de un “intelecto colectivo” o, como se ha definido más recientemente, un *communal brain* (Danesi 2016: 172). En esta perspectiva, el ciberespacio, al hacer un uso extensivo de las potencialidades interculturales ofrecidas por el lenguaje visual,¹³ parece ser una solución a la necesidad de construir un *lugar* donde la comunicación se encuentra facilitada en términos de comprensión, limitación del conflicto y posibilidad de expresar las emociones (en su mayoría de forma simplificada). O puede ser también un *lugar* donde el sujeto pueda transfigurarse en un otro, un héroe o heroína que como veremos a continuación para el caso del videojuego, haga visible y soportable para quien juega esa “experiencia de lo trágico”, mediatizando la vivencia a través de un doble digital, el avatar del juego.

En el siguiente apartado abordaremos el caso del videojuego como ejemplo de esta posibilidad de relación especular de un yo fenomenológico con un otro digital, considerando en especial narrativas de fracaso heroico que hacen de la experiencia de lo trágico un punto de contacto a la vez que de distanciamiento en ese enlace jugador-avatar. Inscripto en la esfera semiótica del ciberespacio, el videojuego demuestra en otro nivel de sofisticación, la manera en que ciertas emociones y experiencias pueden resultar manejables si se recurre a simulacros virtuales.

2. EL VIDEOJUEGO Y SU CONDICIÓN ESPECULAR

2.1 EXPERIENCIAS YO/OTRO: EL VIDEOJUGADOR Y EL AVATAR

[Video]Games are playgrounds where players can experiment with doing things they would or would not normally do. [Los videojuegos son patios de recreo donde los jugadores pueden experimentar haciendo cosas que normalmente harían o no harían] (Juul 2011 [2005]: 193)¹⁴

La experiencia de jugar videojuegos presenta una situación paradójica de “un placer salpicado de dolor” por la apuesta emocional que vincula al yo con su doble digital, el avatar,

y responsabiliza al primero por lo que acontece al segundo en el mundo virtual del juego (Juul 2013: 9-15),¹⁵ aunque pueda reconocerse que lo pasa allí no tiene consecuencias directas en el mundo fuera del juego. La inmersión e interactividad (Ryan 2004 [2001]; Murray 1999 [1997]) como rasgos distintivos de los textos digitales, adoptan en el videojuego función de potenciadores de ese enlace yo *no virtual* –otro *virtual*, que traduce a su vez el fracaso dentro del mundo del juego (“Game Over. Continue?”) como inadecuación de quien juega (Juul 2013: 7). La mediación digital del yo no debe hacer olvidar, por lo tanto, este ejercicio de comando llevado a cabo por un cuerpo fuera de la pantalla, pues “Todas las formas de ‘texto interactivo’ requieren un cuerpo físico con el cual interactuar” (Utterback 2004: 218).¹⁶

El videojuego modeliza de forma particular la figura del héroe, estableciendo un enlace específico con quien juega, y se encarga de dotar de conciencia ese cuerpo disponible en el mundo del juego. En los juegos en los cuales el héroe es una tercera persona y el videojugador accede al mundo ficcional desde el hombro o la espalda del personaje protagonista, se experimenta lo que Santaella (2009: 60-61) denomina una “inmersión representativa” de maniobrar las acciones de una figura o avatar que opera solamente en el mundo virtual.¹⁷ Espen Aarseth señala para el caso del género aventura que, como la relación entre jugador y avatar es tan intensa, el jugador no concibe al héroe como otro sino como “una extensión de sí mismo controlada remotamente” (Aarseth 1997: 113).¹⁸

La relación especular entre yo y avatar es legible a partir del mecanismo palindrómico de simetría-asimetría que Lotman explora en el fenómeno del enantiomorfismo, “ideal ‘máquina’ elemental de diálogo” (Lotman 1996 [1984]: 37) que si se aplica al caso del videojuego, puede hacer visibles los diferenciales de información entre estas dos entidades que se amalgaman en la figura del videojugador: “Un videojuego consiste fundamentalmente en obedecer y dar órdenes. Le exige al jugador atención, aplicación, prontitud de respuesta. Le impone la obligación de ceñirse al código del juego” (Navarro 2017: 9-10).

2.2 RETÓRICA DEL FRACASO: “PIERDO, POR LO TANTO PIENSO”

El videojuego persuade haciendo uso de una retórica procedural, “a general name for the practice of authoring arguments through [the practice of programming] processes” [un nombre general para la práctica de crear argumentos a través de la práctica de programar procesos] (Bogost 2010 [2007]: 29).¹⁹ Particular interés despierta el hiato deliberadamente producido por algunos videojuegos entre una actuación adecuada del yo y una situación de irremediable fracaso del otro en el mundo del juego, en directa relación con lo que Bogost denomina “the Rhetoric of Failure” [la retórica del fracaso] (Bogost 2010 [2007]: 84) y con lo que Juul (2013) aborda como “the Art of Failure” [el arte del fracaso].

En aquellos videojuegos estructurados a partir de esta narrativa de fracaso, la relación de enlace entre yo y otredad se replica en la tensión específica entre responsabilidad y complicidad, habilitando nuevas dimensiones de experimentar lo trágico en la actualidad (Juul 2013: 29).

Señala R. Williams que “Pensamos a la tragedia como lo que le pasa al héroe, pero

la acción trágica básica es aquello que pasa a través del héroe” (2014 [1966]: 77). Esta afirmación resulta particularmente interesante en el caso de algunos videojuegos que ofrecen posibilidades seguras y motivadoras de experimentar y experimentar (con) el fracaso: “La experiencia de complicidad es completamente un nuevo tipo de experiencia que es exclusiva de los videojuegos, más personal y fuerte que simplemente ser testigo de un personaje realizando las mismas acciones” (Juul 2013: 113).²⁰

Si el ciberespacio aparece como topología disponible para transformar y presentar una imagen de sí, el videojuego habilita la refracción del yo en el otro y genera la paradoja informacional de la simetría-asimetría como condición de posibilidad de la categoría videojugador (Navarro 2017). El caso de la simplificación argumental a tres únicos finales en la trilogía *Mass Effect* (BioWare 2007, 2010, 2012) que generó innumerables críticas de los fans y la crítica especializada y una catarata de *memes* en Internet, es un buen ejemplo del modo en que un diseño trágico del juego puede entrar en colisión con las expectativas de quien juega, sobre todo si a lo largo de los seis años que duró esa saga se promocionó como rasgo novedoso del juego la variación argumental según decisiones ejercidas por los jugadores.

Otro buen ejemplo de esta situación compleja de especularidad yo-otro en el videojuego puede vislumbrarse en un caso proveniente del campo del *newsgaming*, “un amplio cuerpo de trabajos producido en la intersección de videojuegos y periodismo” (Bogost, Ferrari y Schweizer 2010: 6)²¹; *September 12th* (Powerful Robot Games 2003).²² En este juego se comanda una mira de disparo sobre un poblado de Oriente Medio por donde circulan personajes armados, junto a hombres, mujeres y niños desarmados. Al disparar, el radio de destrucción del misil provoca la muerte de civiles y quienes se aproximan a lamentarla, se convierten tras unos segundos en personajes armados. Tal como anuncian las instrucciones al inicio del juego: “Esto no es un juego. No puedes ganar y no puedes perder. [...] Las reglas son mortalmente simples. Puedes disparar. O no. Este es un modelo simple que puedes usar para explorar algunos aspectos de la guerra contra el terrorismo” (Powerful Robot Games 2003).²³

En estos ejemplos cobra visibilidad la importancia de los diferenciales de información que portan “yo” y “otro” en la situación de enlace en el espacio común del mundo virtual que plantea el videojuego para ambas figuras, buscando en algunos casos “transformar al jugador de un perdedor dentro del juego a un pensador fuera de él (Pierdo, por lo tanto pienso)” (Lee citado por Bogost 2010 [2007]: 87).²⁴

El espacio virtual modelizado digitalmente por el videojuego constituye el ámbito de “actuación” en el que “todas las actuaciones posibles del usuario han sido previstas por el autor del entorno virtual” (Murray, 1999 [1997]: 165). El proceso de proyección yo-otro en el videojuego está enmarcado por esta presencia explícita y constante de la conciencia autoral (Bajtín 1999a [1920-1924]) en el diseño del programa, que se encarga de traducir digitalmente las acciones del videojugador para introducirlas como conciencia de un cuerpo a nuestra disposición en el mundo virtual (Molina Ahumada 2017a). Ese proceso de espejamiento que implica, a su vez, el sostenimiento de una diferencia revela la particularidad del proceso semiótico que acontece en los mundos virtuales del videojuego, a diferencia de lo que sucede en el territorio más extenso del ciberespacio.

NOTAS

1. Los *emojis* “se distribuyen en un texto de una manera orgánica, es decir, no lo decoran simplemente; son parte de su estructura de significado. [...] Los *emojis* se convierten en signos comunicativos, no en sí mismos, sino porque los imbuimos de significado a través del simbolismo y con fines comunicativos” (Danesi 2016, 54 y 61). Traducción de los autores del artículo.
2. Traducción de los autores del artículo.
3. Véase el proyecto de investigación “FACETS. Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies” (ERC Consolidator Grant, 2019-2024).
4. “No es una coincidencia que entre los primeros *emojis* que se adoptaron ampliamente en todo el mundo estuvieran aquellos que representan a [...] las emociones [universales]” catalogadas por el psicólogo Paul Ekman como *microexpresiones* faciales (disgusto, miedo, ira, desprecio, tristeza, sorpresa, felicidad). Y sigue Danesi: “Por lo tanto, no debería sorprender que la semántica de la cara, por así decirlo, sea intrínseca al léxico central de los *emojis*” (Danesi 2016, 62-63). Traducción de los autores del artículo.
5. Traducción de los autores del artículo.
6. Escribe Eliseo Colón Zayas (2012, 181) hablando del tejido relacional que se crea *offline* y *online* a través de portales como Facebook: “la experiencia comunicativa bajo el *blended networking* hace referencia continua a la construcción del yo. El velo que ocultaba la construcción social del yo bajo nociones como naturaleza humana, o la personalidad, ha quedado al descubierto con la incorporación a nuestra cotidianidad de estos simuladores de la interacción social”.
7. Traducción de los autores del artículo.
8. Traducción de los autores del artículo.
9. Piénsese también en plataformas como Tellonym o Sarahah, donde el papel de la anonimidad es central.
10. Véase además el reciente número de la revista *Ocula. Occhio semiotico sui media* (vol. 19, octubre 2018) dedicado al tema de la *gamification*, como también Velasco (2015) y Scolari (2013).
11. Traducción de los autores del artículo.
12. Traducción de los autores del artículo.
13. A pesar de estar atravesado por variaciones culturales, el lenguaje visual es, en efecto, más universal que el lenguaje verbal y, por lo tanto, es intuitivamente más comprensible. Esto por supuesto no significa que los idiomas se convertirán en un accesorio (Lotman 2005 [1988], 464).
Más detalles sobre la reflexión lotmaniana con respecto a la conexión entre espacio cultural, “ajenidad” y emociones se pueden encontrar en Gherlone (2019). Véase además Nöth (2007) para un análisis más profundo de la relación entre espacio, cultura y otredad.
14. Traducción de los autores del artículo.
15. Traducción de los autores del artículo.
16. Traducción de los autores del artículo.
17. Sánchez Martínez (2013) entiende al “avatar” como un dispositivo comunicacional que representa al cuerpo físico del jugador, una interfaz con la virtualidad que garantiza la presentación laberíntica de la identidad en ese contexto.
18. Traducción de los autores del artículo. Esta apreciación cobra sentido atendiendo al concepto de “cibertexto” que propone Aarseth (1997, 22). Lo entiende como aquel conjunto de textos (máquinas textuales) en los cuales las diferencias funcionales de sus partes son determinantes en el proceso de construcción de sentido. El jugador deviene así una de las piezas fundamentales del mecanismo textual.
19. Traducción de los autores del artículo.
20. Traducción de los autores del artículo.
21. Traducción de los autores del artículo.
22. El juego es gratuito y puede ser ejecutado desde el sitio web de los productores: <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm> (consultado el 20/09/2018).

23. Traducción de los autores del artículo.
24. Traducción de los autores del artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AARSETH, E. (1997) *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- BAJTÍN, M.M. (1999a [1920-1924]) “Autor y personaje en la actividad estética” en Bajtín, M.M. *Estética de la creación verbal*, 13-190. México: Siglo veintiuno.
- (1999b [1952-1953]) “El problema de los géneros discursivos” en Bajtín, M.M. *Estética de la creación verbal*, 248-293. México: Siglo veintiuno.
- BIOWARE (2007) *Mass Effect*. San Mateo, California: Electronic Arts.
- (2010) *Mass Effect 2*. San Mateo, California: Electronic Arts.
- (2012) *Mass Effect 3*. San Mateo, California: Electronic Arts.
- BOGOST, I. (2010 [2007]) *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, Massachusetts – Londres, Inglaterra: The MIT Press.
- BOGOST, I., FERRARI, S. Y SCHWEIZER, B. (2010) *Newsgames: journalism at play*. Cambridge, Massachusetts – Londres, Inglaterra: The MIT Press.
- COLÓN ZAYAS, E. (2012) “Redes sociales e interacción social cibernética: algunas claves para pensar la socialización del emigrante en Internet” en Steinbach Méndez, I. (ed.) *Comunicación y derechos humanos: procesos de inclusión y exclusión en Iberoamérica*, 177-184. Santa Cruz, Bolivia: Fundación Universidad Privada Santa Cruz de la Sierra.
- CORDEIRO DOS SANTOS, A., MARQUES, G. Y RODRIGUES, S. (2019) “A ironia como zona de confronto entre diferentes vozes/dizeres em comentários do Facebook”, *Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso*, 14(1), 28-50.
- DANESI, M. (2016) *The Semiotics of Emoji. The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Londres/Nueva York: Bloomsbury Academic.
- FABBRI, P. (2012) “Camouflage”, *DeSignis: Semióticas urbanas*, 20, 37-43.
- GHERLONE, L. (2019) “Lotman Continues to Astonish: Revolutions and Collective Emotions”, *Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso*, 14.4 (de próxima publicación).
- HESS-LÜTTICH, E.W.B. (2012) “Spatial turn: On the Concept of Space in Cultural Geography and Literary Theory”, *Journal for Theoretical Cartography* 5(1), en línea. Disponible en: <<http://ojs.meta-carto-semiotics.org/index.php/mcs/article/view/21>>
- HILLIS, K. (2004 [1999]) *Sensações digitais. Espaço, identidade e corporificações na realidade virtual*. São Leopoldo, Brasil: Editora UNISINOS.
- JUUL, J. (2011 [2005]) *Half-real. Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge, Massachusetts – Londres, Inglaterra: The MIT Press.
- (2013) *The Art of Failure*. Cambridge, Massachusetts – Londres, Inglaterra: The MIT Press.
- Leone, M. (2018) “The Semiotics of the Face in the Digital Era”, *Perspectives. Publication du RFIÉA (Réseau français des instituts d'études avancées)*, 27-29.
- Lotman, Iu.M. (1996 [1984]) “Acerca de la semiosfera” en Lotman, Iu.M. *La Semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*, 21-42. Madrid: Cátedra.
- (2005 [1988]) “Vzaimootnosheniia liudei i razvitie kul'tur (Besedy o russkoi kul'ture)” en Lotman Iu.M. *Vospitanie dushi*, 414-469. San Petersburgo: Iskusstvo-SPB.
- MOLINA AHUMADA, E.P. (2017a) “Héroe y ciudad digital”, *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, IX(17), 35-56.
- (2017b) “Jugar a la guerra: retórica y política en videojuegos bélicos”, *Question. Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*, 1(54), 83-98.
- MURRAY, J. (1999 [1997]) *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*.

Barcelona: Paidós.

Navarro, J. (2017) El videojugador. A propósito de la máquina recreativa. Barcelona: Anagrama.

NÖTH, W. (2007) "The Spatial Representation of Cultural Otherness" en GERTZ, S.K., VALSINER, J. Y BREAU, J.-P. (ed.) Semiotic Rotations Modes Of Meanings In Cultural Worlds, 3-15. Charlotte, NC: Information Age. Powerful Robot Games (2003) September 12th. Newsgaming.com, en línea. Disponible en: <<http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>>

RYAN, M.-L. (2004 [2001]) La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos. Barcelona: Paidós.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. (2013) Figuras de la presencia. Cuerpo e identidad en los mundos virtuales. México: Siglo veintiuno.

SANTAELLA, L. (2009) "O paroxismo da auto-referencialidade nos games" en Santaella, L. y Feitoza, M. (ed.) Mapa do jogo. A diversidade cultural dos games, 51-66. San Pablo: Cengage Learning.

SCOLARI, C. (2004) "Hacer clic. Hacia una semiótica de las interacciones digitales", DeSignis: Corpus Digitalis. Semióticas del mundo digital, 5, 73-84.

— (2013) Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification. Barcelona: Universidad de Barcelona. Disponible en: <<http://www.articaonline.com/wp-content/uploads/2014/02/Homo-Videoludens-2-0-De-Pacman-a-la-gamification.pdf>>

THIBAUT, M. (2018) "Welcome to the Internet. Identità, ludicità e mascheramenti ai confini del Web", EC. Rivista dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, en línea, 28 de febrero. Disponible en: <http://www.ec-aiss.it/monografici/23_nuove_pratiche_digitali/Thibault_28_2_18.pdf>

UTTERBACK, C. (2004) "Unusual Positions – Embodied Interaction with Symbolic Spaces" en Wardrip-Fruin, N. y Harrigan, P. (ed.) First Person. New Media as Story, Performance, and Game, 218-226. Cambridge, Massachusetts – Londres, Inglaterra: The MIT Press.

VELASCO, M. (2015) "Aprendiendo en los mundos posibles de los videojuegos", DeSignis: Nuevos Imaginarios. Cine 3D, vídeo juegos, música, series, 23, 55-69.

WARE, B. Y ARIAS, F. (2009) The Spatial Turn: Interdisciplinary Perspectives. Nueva York: Routledge.

WILLIAMS, R. (2014 [1966]) Tragedia moderna. Buenos Aires: Edhasa.