

Fundación Universitaria San Alfonso

Facultad de Comunicación Social

Carrera de Comunicación Social



Invasores del espacio en la Galaxia Gutenberg

Videojuegos como medio de comunicación

Realizado por:

Carlos Eduardo Herrera Parra

Bogotá, Colombia

2018

Contenido

1.	RESUMEN	1
2.	PALABRAS CLAVE	1
3.	PRESENTACIÓN.....	1
3.1	Introducción.....	1
3.2	Justificación.....	4
3.3	Problema.....	6
3.4	Objetivos	7
3.4.1	Objetivo General	7
3.4.2	Objetivos Específicos	7
4.	MARCOS	8
4.1	MARCO DE ANTECEDENTES.....	8
4.1.1	Los primeros estudios	8
4.1.2	Otros estudios, otras miradas.....	12
4.1.3	La convergencia.....	16
4.1.4	Los videojuegos son un medio	18
4.1.5	Nuevas miradas y nuevos alcances.	20
4.2	MARCO TEÓRICO.....	22
4.2.1	La comunicación	23
4.2.2	El Juego	28

4.2.3	Los videojuegos	38
5.	METODOLOGÍA	47
5.1	Objetivos	48
5.2	Hipótesis.....	48
5.3	Muestra	49
5.4	Identificación de unidades	50
6.	ANÁLISIS DE CONTENIDO	61
6.1	1979 Revolución.....	61
6.1.1	Funciones comunicativas encontradas:	62
6.1.2	Estéticas (modelo MDA).....	62
6.1.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	63
6.2	That dragon cancer	64
6.2.1	Funciones comunicativas encontradas:	64
6.2.2	Estéticas (modelo MDA).....	65
6.2.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	65
6.3	Assassin´s Creed: Origins	66
6.3.1	Funciones comunicativas encontradas:	66
6.3.2	Estéticas (modelo MDA).....	67
6.4	Everything	69
6.4.1	Funciones comunicativas encontradas:	69

6.4.2	Estéticas (modelo MDA).....	70
6.4.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	71
6.5	Never Alone.....	72
6.5.1	Funciones comunicativas encontradas:	72
6.5.2	Estéticas (modelo MDA).....	73
6.5.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	73
6.6	Grand Theft Auto V.....	75
6.6.1	Funciones comunicativas encontradas:	76
6.6.2	Estéticas (modelo MDA).....	77
6.6.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	77
6.7	Night at the Woods.....	79
6.7.1	Funciones comunicativas encontradas:	80
6.7.2	Estéticas (modelo MDA).....	80
6.7.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	81
6.8	Where the water taste like wine.....	82
6.8.1	Funciones comunicativas encontradas:	82
6.8.2	Estéticas (modelo MDA).....	83
6.8.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	83
6.9	Los pilares de la tierra	84
6.9.1	Funciones comunicativas encontradas:	84

6.9.2	Estéticas (modelo MDA).....	85
6.9.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	86
6.10	Papers, Please.....	87
6.10.1	Funciones comunicativas encontradas:	87
6.10.2	Estéticas (modelo MDA).....	88
6.10.3	Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)	88
7.	RESULTADOS.....	89
7.1	¿Los videojuegos son un medio de comunicación?	89
7.2	¿Quiénes están estudiando los videojuegos?	89
7.3	¿Comunican los videojuegos?	90
7.3.1	Análisis de las funciones comunicativas de los videojuegos	91
7.3.2	Análisis de las sensaciones estéticas de los videojuegos	93
7.3.3	Análisis de las funciones comunicativas vs las sensaciones estéticas	
	94	
7.4	Funciones comunicativas de los videojuegos.....	95
7.4.1	Función otorgadora de estatus o prestigio.	95
7.4.2	Función de refuerzo de las normas sociales.	95
7.4.3	Función informadora	95
7.4.4	Función interpretadora	96
7.4.5	Función de transmisión cultural.....	97

7.4.6	Función de entretenimiento.....	97
7.4.7	Función de refuerzo de las actitudes personales	98
7.5	Conclusiones de los resultados.....	99
8.	DISCUSIÓN	99
9.	REFERENCIAS.....	102

1. RESUMEN

Este trabajo de investigación encontró elementos para validar los videojuegos como un medio de comunicación. Para lograr esto, se buscaron estudios y autores que han explicado qué son los medios de comunicación, qué características tienen y qué funciones cumplen en la sociedad. Se analizó de qué forma estas definiciones han ido variando a través del tiempo o de los desarrollos tecnológicos.

Lo siguiente fue definir qué es un videojuego y mostrar lo que el juego -como actividad- significa para los individuos y la sociedad. Encontrar esta definición, de igual forma que en los videojuegos, obligó a analizar diferentes estudios e interpretaciones existentes. Finalmente, lo que se hizo en este trabajo fue ejemplificar y evidenciar de qué forma los videojuegos han logrado convertirse en una forma de expresión de la sociedad, corroborando su validez y potencial como medio de comunicación.

2. PALABRAS CLAVE

Comunicación, juegos, videojuegos, medios de comunicación.

3. PRESENTACIÓN

3.1 Introducción

-La Guerra enloquece a los hombres- Es la contundente frase final de *Valiant Hearts: The Great War*, un videojuego publicado en el año 2014 que cuenta a través de las vicisitudes que sufre una familia, algunos de los acontecimientos más relevantes de la primera guerra mundial. Verdún, Somme, el gas mostaza, las trincheras, y demás hechos de la guerra son narrados en este juego, que inspirado en cartas escritas por algunos de los combatientes que participaron en esta contienda, reconstruye un suceso que marcaría para siempre la historia de la civilización. Tal vez la manera *natural* de obtener esa información hace algunos años hubiera sido a través de un libro como “*Sin novedad en el frente*”, de su película homónima o de cualquier otra novela o filme bélico; sin embargo, hoy se puede hacer por medio de un videojuego que no solo cuenta los hechos, sino que permite niveles de interacción y de inmersión diferentes a los del papel o el cine.

Según cuenta la leyenda, el 30 de octubre de 1938, un joven -que más tarde revolucionaría el mundo del cine- generaría un episodio de histeria colectiva en Estados Unidos al recrear en la radio apartes de la novela del escritor británico H.G Wells, *La Guerra de los Mundos*. En la interpretación radial se interrumpía la programación habitual para informar cómo los extraterrestres atacaban Nueva Jersey, los radioyentes asustados por la noticia de la invasión alienígena harían que colapsaran los teléfonos de la policía y los servicios de emergencia, tratando de saber qué hacer frente al inminente fin del mundo; la radio era la dueña de los corazones y las mentes de su audiencia. Tres años más tarde, en 1941, el causante

de este alboroto –Orson Wells- estrenaría su primera y más famosa película: *El Ciudadano Kane*. En esta película se explora la vida de un multimillonario ficticio de los medios llamado Charles Foster Kane (personaje inspirado en William Hearst, uno de los magnates de la prensa impresa de Estados Unidos). En lo que dura un lustro, Orson Wells había jugado con la literatura, la radio, la prensa y el cine.

Down and Out in Los Santos es un trabajo del fotógrafo Alan Butler en el cual retrata la vida de los indigentes, las prostitutas, los vagabundos y los barrios deprimidos de la ciudad de Los Santos. Las imágenes muestran de forma descarnada la pobreza, la soledad, la locura de sus habitantes; así como los grafitis, los guetos y la suciedad de esta urbe. Butler podría haberse dedicado a mostrar las zonas glamurosas, las playas, los autos lujosos, los centros comerciales, etcétera. Sin embargo, para el artista la pobreza es una faceta más real de la ciudad; lo importante para aclarar es que la Ciudad de Los Santos no existe *físicamente*, es la representación virtual que se hace en el videojuego *Grand Theft Auto V*, de una famosa ciudad de la costa oeste de Estados Unidos. Este juego es poseedor de varios Guinness récords, entre ellos se encuentra el de ser el producto cultural o de entretenimiento que más dinero ha recaudado en 24 horas. Pero para Alan Butler lo importante era retratar la desesperanza de los habitantes de esta ciudad virtual.

El 20 de julio de 1969 se produce un hecho que se calcula que ha sido uno de los eventos televisivos con mayor audiencia desde la creación de este medio, 600 millones de personas en todos los rincones del planeta, conectados a la pantalla de tubos catódicos compartieron de forma simultánea, sincrónica y en blanco y negro la llegada del hombre a la luna. La historia del siglo XX marcada por 2 guerras internacionales y por un vertiginoso desarrollo tecnológico, mostraba su mejor cara

de esta forma: poner a un hombre en la luna y consolidar un medio de comunicación que transmite en vivo y de forma global un acontecimiento de trascendencia mundial. En un lapso relativamente corto, alrededor de unos 30 años, la televisión se coronaba como el medio de comunicación masivo más influyente conocido por la humanidad.

¿Es posible encontrar puntos en común entre el fotógrafo que retrata seres virtuales sin hogar y Orson Wells, o entre la narración de pixeles de la primera guerra mundial y la transmisión de la llegada del hombre a la luna?, ¿Se puede establecer una analogía entre una representación cinematográfica de William Hearst, y la recreación virtual de la ciudad de Los Ángeles?

Responder a estos interrogantes hace necesario encontrar los elementos que determinan la función comunicativa que tienen los videojuegos, analizar los estudios existentes sobre medios de comunicación bajo la perspectiva de las nuevas tecnologías y así poder tener una perspectiva completa del fenómeno. También es necesario entender la función que ha tenido el juego para la humanidad, encontrar unas declaraciones formales de lo que es un medio y validar de qué forma los videojuegos están dentro de estas definiciones. Esta tesis explora estos conceptos en busca de esta respuesta.

3.2 Justificación

Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación. (McLuhan, 1964, p 26)

Una de las grandes obsesiones de McLuhan a lo largo de su obra es el siguiente concepto: cuando los medios cambian, el hombre cambia y por lo tanto la sociedad. Dicha idea está presente en uno de sus trabajos más famosos, *Comprender los medios de comunicación*; en este texto se hace una exploración de los diferentes instrumentos que McLuhan considera formas de comunicación, empieza por el habla, pasa por la ropa, los relojes, la imprenta, los comics, el cine, entre otros, termina finalmente en la automatización. En el año de 1964, que fue la fecha de publicación de la primera edición de este libro, los videojuegos aún se encontraban en su prehistoria. Sin embargo, los conceptos de McLuhan de los medios de comunicación como extensiones de nuestros sentidos y catalizadores de cambio en la sociedad siguen siendo válidos para tratar de entender de qué manera los videojuegos pueden ser asimilados como un medio de comunicación.

Los videojuegos son uno de los productos culturales que más crecimiento y difusión ha tenido en los últimos años, según la Entertainment Software Association en su informe *Video Games in the 21st Century*, solamente en Estados Unidos las ventas pasaron de 10.100 millones de dólares en el año 2009 a 24.500 millones en el

2016, un crecimiento del 143% en 7 años; ahora bien, analizar este fenómeno solamente bajo la óptica del dinero que mueven no es suficiente. Es necesario encontrar un marco de referencia que pueda ayudar a establecer el alcance que tienen como medio de comunicación, más aun sabiendo que los videojuegos poseen características únicas como la interacción, la inmersión y la narración, que son necesarios de entender para poder asimilar su potencial como forma de expresión.

Pero ¿para qué es importante establecer el alcance comunicativo de los videojuegos?, por varios motivos, los videojuegos están en todas partes, computadores, consolas, celulares, televisores y en cualquier dispositivo electrónico con los que se cuentan hoy; están con todas las personas sin ningún tipo de distinción de género o edad, además es una de las primeras formas de interacción de las generaciones actuales. Son un instrumento que está en cualquier momento al alcance de cualquiera y su crecimiento cada día es mayor. En palabras de Lipovetsky:

Pantalla en todo lugar y todo momento, en las tiendas y en los aeropuertos, en los restaurantes y los bares, en el metro, los coches y los aviones; pantallas de todos los tamaños, pantallas planas, pantallas completas, minipantallas móviles; pantallas para cada cual, pantallas con cada cual; pantallas para hacerlo y verlo todo. Videopantalla, pantalla miniaturizada, pantalla gráfica, pantalla nómada, pantalla táctil: el nuevo siglo es el siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimediática. (Lipovetsky, 2009, p. 10)

Además, si se asume que los videojuegos son un medio de comunicación, este sería el más nuevo, y uno de los que más hace uso de los desarrollos tecnológicos, pudiendo innovar en formas narrativas, de expresión, de inmersión y de interacción que hasta ahora están siendo estudiadas. Es por esto por lo que es necesario entender este fenómeno en toda su dimensión, como herramienta de educación, como una forma de narración, o como lo que pretende abarcar este trabajo, como un medio de comunicación.

3.3 Problema

Los videojuegos se han establecido en la sociedad actual como uno de sus productos culturales más importantes, sus niveles de penetración, de ventas y de representación lo confirman.

Esto los convierte en unos actores que deben ser analizados desde diferentes perspectivas y sobre los cuales realizar estudios acerca de su influencia. Tal vez una de las características más relevantes es su alcance como un instrumento para comunicar.

Frente a esta situación, se plantea la pregunta de cómo establecer si los videojuegos son un medio de comunicación y revisar que tanto se ha estudiado el fenómeno desde esta perspectiva.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo General

Encontrar y aplicar un marco de análisis que permita demostrar si los videojuegos cumplen con la función de ser un medio de comunicación.

3.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar teóricos conceptuales que permitan establecer relaciones entre videojuegos, comunicación y medios.
- Establecer un marco de análisis que permita comprobar el alcance comunicativo de los videojuegos.
- Analizar la función comunicativa del videojuego a partir del marco de análisis establecido.

4. MARCOS

4.1 MARCO DE ANTECEDENTES

Encontrar estudios acerca del alcance que tienen los videojuegos como medio de comunicación implica buscar de qué forma se ha tratado de entender la relevancia de estos como un fenómeno cultural. Los videojuegos, por su propia génesis como medio de entretenimiento y por su naturaleza digital, han sufrido en un período de tiempo muy corto una evolución desenfrenada. Julian Oliver, uno de los creadores del juego *Escape from Woomera*, lo resume de la siguiente forma:

El videojuego es el medio cultural que evoluciona más rápidamente, el más excitante, subversivo, y temido en el mundo actualmente. Es como un grafiti sobre el paisaje cultural, ya que está maduro para una inyección de ideas interesantes y progresivas que pueden provocar el cambio social. (Oliver, 2009, *Escape from Woomera* <https://julianoliver.com/escapefromwoomera/>)

4.1.1 *Los primeros estudios*

La rápida evolución de los videojuegos y la diversa naturaleza de estos, hace que los estudios acerca del tema sean recientes. En *The Video Game theory*, de Wolf & Perron (2003) se hace un recuento de los estudios que se habían hecho hasta la fecha de su publicación -año 2003- de los cuales se pueden resaltar los que se observan en la tabla 1.

Tabla1. Estudios de Videojuegos

<p>The Art of Computer Game Design. Chris Crawford. (1982)</p>	<p>Se considera que este es el primer libro dedicado a la teoría del videojuego, el cual se planteaba preguntas como: ¿qué es un videojuego?, ¿por qué la gente juega videojuegos? Al mismo tiempo planteaba una posible taxonomía de los videojuegos y trazaba la idea de los juegos como una forma de arte, finalmente enunciaba:</p> <p>Para concluir: veo un futuro en el cual los juegos de ordenador serán una actividad de ocio fundamental. Veo un mercado de masas de juegos de computador no muy diferente del que tenemos ahora, con juegos de gran éxito internacional, juegos inspirados en otros juegos, juegos “segunda versión” y quejas sobre la enorme pérdida de tiempo que constituyen los juegos de ordenador... También veo una bibliografía sobre juegos de ordenador mucho más apasionante, que llegará a casi todos los ámbitos de la fantasía humana. (Crawford, 1984, p. 81)</p>
--	---

<p>Playing With Power: Movies, Television, and Video Games from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Marsha Kinder (1991)</p>	<p>Situaba a los videojuegos en el mismo nivel que otros medios y analizaba las conexiones entre unos y otros, así como las adaptaciones a otro medio de algunos productos. En vez de ser tratado como un caso especial o como una forma marginal de “nuevo medio”, al videojuego se lo consideraba un objeto cultural con un lugar en un contexto social y económico más amplio.(Wolf & Perron, 2003, p. 6)</p>
<p>Qui a peur des jeux vidéo. Alain & Frédéric Le Diberder. (1993)</p>	<p>Ahora el videojuego no sólo era considerado un objeto de estudio adecuado, sino que además fue declarado un arte en Francia. Alain y Frédéric Le Diberder, en su libro de 1993 Qui a peur des jeux vidéo, afirmaron que, después de los seis artes clásicos y los tres artes nuevos (el cine, el cómic y la televisión), los videojuegos eran el décimo arte .(Wolf & Perron, 2003, p. 9)</p>
<p>Trigger Happy: The Inner Life of</p>	<p>Para el autor, la vida interior de los juegos estaba ligada a la vida interior del jugador,</p>

<p>Videogames. Steven Poole. (2000)</p>	<p>y la respuesta era estética.</p> <p>Comparándolos con otros medios –sobre todo con el cine–, Poole pretendía poner de relieve el encanto de los videojuegos y sus propiedades únicas. Describía la implicación psicológica y física del jugador con muchas referencias a los juegos.</p> <p>Examinaba cómo se construyen mundos, cómo se explican historias y cómo personajes occidentales o japoneses se convierten en ídolos. Pero lo más importante es que Poole tenía una tendencia teórica: Trigger Happy estaba cargado de referencias rápidas a filósofos y a numerosos pensadores como Adorno, Benjamin, Platón, Huizinga, Peirce y Wittgenstein. Se puede afirmar que Poole dio una orientación más teórica a los escritos periodísticos sobre videojuegos. .(Wolf & Perron, 2003, p. 12)</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia a partir Wolf & Perron (2003)

Paralelo a este resumen que plantea Wolf & Perron (2003), se daban otros estudios que miraban los videojuegos desde un punto de vista meramente funcional o instrumental, sin analizar los aspectos enunciados anteriormente.

4.1.2 Otros estudios, otras miradas

Los estudios sobre los videojuegos empezaron a abarcar muchos campos de estudio; la psicología, las narrativas y la sociedad, desde diferentes formas se empezó a analizar el fenómeno y sus alcances. En el año 2001 se creó el sitio web gamestudies.org, el cual se define de la siguiente manera: “Nuestra misión, explorar el rico género cultural de los juegos; brindar a los académicos un foro revisado por pares para sus ideas y teorías; para proporcionar un canal académico para las discusiones en curso sobre juegos y juego. Nuestro enfoque principal son los aspectos estéticos, culturales y comunicativos de los videojuegos...” En este sitio regularmente se publican artículos que dan cuenta de diferentes aspectos de los videojuegos como medio de comunicación. Un año antes de que empezara este sitio -en el año 2000- Henry Jenkins, quien es un referente para todos los temas de la cultura de la convergencia, en su libro *Convergence Culture* proclamaba que los videojuegos dan forma a nuestra cultura, que era tiempo de tomarlos en serio, al mismo tiempo que reafirmaba la idea de que estos eran una forma de arte.

Para el año 2004, James Newman, publicaba su trabajo *Videogames*, allí planteaba varias preguntas: ¿Por qué estudiar videojuegos?, ¿Por qué los académicos han ignorado los videojuegos?, ¿Por qué los jugadores juegan? En general hacía un *llamado* a tomarse seriamente los videojuegos, De acuerdo con Newman (2004) la justificación para esto estaba dada principalmente por los siguientes 3 factores: i) el tamaño de la industria de los videojuegos, ii) la popularidad de los videojuegos, iii) el ejemplo que representaban estos entre la interacción entre humanos y computadores. Estos mismos factores – más otros que se han sumado-

han ido creciendo de forma exponencial desde la publicación de este trabajo, hasta el día de hoy.

Otro de los puntos interesantes que planteaba Newman (2004) es una discusión que aún no se ha zanjado, dicha discusión es entre lo que se conoce como la *ludología* y la *narratología*, esta disputa, básicamente, está dada por el lente bajo el cual se quiera analizar los videojuegos. En la primera se analizan estos bajo la perspectiva de un instrumento que sirve primordialmente para jugar; en la segunda, como una herramienta para contar historias. (Newman, 2004). Esta discusión aún continua, de tal manera que académicos como Ian Bogost – del cual es necesario hablar más adelante- publicaba en The Atlantic, en el año de 2017, un artículo en el cual proclamaba que los videojuegos eran mejores sin historias y se hacía la pregunta de por qué los desarrolladores de juegos estaban obsesionados con la narrativa. Bogost (2017) apuntaba lo siguiente: “Usar juegos para contar historias es un buen objetivo, pero también **poco** ambicioso.” Lo cual da indicios de lo grande que algunos esperan que sean -o que se conviertan- los videojuegos.

Al margen de esta discusión, lo que sí está claro es que la naturaleza interactiva de los videojuegos cambia totalmente las reglas al querer equipararlos frente a cualquier otro medio de comunicación; tal vez esto se hace más evidente cuando estos análisis se hacen bajo la óptica de la narrativa, como lo hizo Janet Murray (1997) en *Hamlet en la Holocubierta*, este trabajo analiza las posibilidades que ofrece para las narraciones los medios digitales, lo cual se deja claro en la misma introducción:

No es pues sorprendente que la mitad de la gente considere al ordenador un genio omnipotente y juguetero, y la otra mitad lo considere

el monstruo de Frankenstein. Para mí, que he sido profesora de humanidades durante los últimos veinticinco años en esa juguetería electrónica mundial que es el MIT, que estoy especializada en la época victoriana y soy además diseñadora de software, el ordenador se asemeja cada día más a las cámaras de cine de la última década del siglo pasado: es un invento revolucionario que la humanidad está a punto de empezar a usar como maravilloso instrumento para contar historias. (Murray, 1999, p. 14)

Ahora bien, aunque la actual tesis trata sobre los videojuegos como medio de comunicación, no se puede perder de vista el potencial de estos para contar historias, ya que el primer medio de comunicación que conoce la humanidad son los relatos que se construyen a partir de vivencias y memorias, tal vez el solo hecho de que un instrumento sea capaz de contar una historia ya lo debería validar como medio de comunicación.

En el año 2007, Gonzalo Frasca en su tesis doctoral *Play The Message*, propone el siguiente objetivo para su trabajo:

Esta disertación propone un marco para el análisis retórico de juegos, videojuegos, juguetes y actividades lúdicas. Aunque el juego es anterior a la cultura y los juegos han sido durante mucho tiempo omnipresente en nuestra civilización, la llegada de los videojuegos ha empujado aún más el papel de juegos como productos comunicacionales y culturales. Esta situación exige un conjunto de retórica herramientas que toman en cuenta las particularidades de los juegos y cómo se juegan” (Frasca, 2007, p. 3)

Este trabajo es una muestra de varios elementos, de la madurez de los videojuegos como objeto cultural, del alcance de los estudios sobre el fenómeno y de la concepción que se tiene sobre estos como medio de comunicación. En este trabajo Frasca (2007) expone lo siguiente: "El objetivo de entender cómo los juegos transmiten significado también se puede reformular cómo los jugadores construyen significado mientras juegan." (Frasca, 2007, p. 20).

En el trabajo de Gonzalo Frasca (2007), está presente tomar los videojuegos como un instrumento para informar, creando un género totalmente nuevo que es conocido como los *newsgames* - término acuñado por el mismo Frasca- en el cual ya no es solo la naturaleza misma del videojuego la que cumple con las características de ser un medio de comunicación, sino que son los juegos que están diseñados para ser instrumentos de la comunicación, casi que de una forma periodística.

Probablemente, quien mejor decanta estos conceptos es la revista Presura:

En resumen, los *newsgames* son una apuesta de futuro que, de acuerdo con el propio Frasca podrían llegar a sustituir a los periódicos digitales. Sin embargo, todavía queda mucho por mejorar, como la vaguedad, el maniqueísmo y la simplicidad de los mensajes en los *newsgames* comerciales y la difusión, la divulgación y el balance entre lo lúdico y lo informativo en los *newsgames* no comerciales. De lo que no cabe ninguna duda es de la potencialidad del videojuego como herramienta de expresión más allá de la eterna etiqueta de la diversión o la evasión. Etiquetas que deberíamos ir tirando a la basura para buscar otras nuevas. ("Periodismo y Videojuegos. Nuevas formas de contar.", 2017)

4.1.3 La convergencia

Henry Jenkins es tal vez el gran referente contemporáneo acerca de la convergencia en la época de los medios digitales, a lo largo de sus diferentes libros se ha venido explorando esta idea de la convergencia y de la hibridación entre diferentes medios, era imposible que su mirada no se posara también sobre los videojuegos, siguiendo con la línea de Marshall MacLuhan y casi que haciendo una actualización de la mirada *macluhiana* de la relación entre medios y tecnología; Jenkins dice lo siguiente:

El contenido de un medio puede variar (como ocurrió cuando la televisión desplazó a la radio como medio narrativo, liberando a ésta para convertirse en el principal escaparate del rock and roll), su público puede cambiar (como ocurre cuando los cómics pasan de ser un medio dominante en la década de 1950 a un medio especializado en la actualidad) y su estatus social puede elevarse o caer (como sucede cuando el teatro deja de ser una forma popular para convertirse en una elitista). Pero, una vez que un medio se establece satisfaciendo alguna exigencia humana fundamental, continúa funcionando dentro de un sistema más vasto de opciones comunicativas. Una vez que el sonido grabado deviene una posibilidad, hemos seguido desarrollando nuevos y perfeccionados medios de grabación y reproducción del sonido. La palabra impresa no mató a la palabra hablada. El cine no mató al teatro. La televisión no mató a la radio. Cada viejo medio se vio forzado a coexistir con los medios emergentes. De ahí que la convergencia se antoje más plausible como un modo de comprender las últimas

décadas de cambios mediáticos de lo que lo fuera el viejo paradigma de la revolución digital. Los viejos medios no están siendo desplazados. Antes bien, sus funciones y estatus varían con la introducción de las nuevas tecnologías. (Jenkins, 2008, p. 25)

Esta claridad es importante para poder entender la revisión posterior que hace Jenkins sobre el poder de los videojuegos como elemento de comunicación y de *persuasión* de un videojuego como lo es Americas Army:

Los militares estadounidenses comenzaron a explorar la posible utilización de los videojuegos para hablar a los jóvenes norteamericanos distanciados o hastiados de los enfoques tradicionales sobre el reclutamiento. Los militares querían, asimismo, utilizar las comunidades surgidas en torno a los videojuegos como medio para reconstruir los vínculos sociales entre militares y civiles, en una época en la que la mayoría de los militares voluntarios provenían de un sector relativamente estrecho de la población. (Jenkins, 2008, p. 84)

Más allá de la función comunicativa que cumple este juego, es importante el análisis que hace Jenkins sobre el mismo:

Cuando comenzó la guerra de Irak, algunos jugadores decían que jugaban al videojuego y veían las noticias al mismo tiempo, tratando de alcanzar por medio de la fantasía lo que esperaban que ocurriera en la realidad. Cuando varios estadounidenses fueron hechos prisioneros por el ejército iraquí, muchos esfuerzos organizados representaron escenarios de rescate de rehenes que incluían fantasías al estilo hollywoodiense sobre la forma de poner a salvo a estos hombres y

mujeres. Algunos miembros de los clanes de los veteranos se embarcaron para servir en Oriente Medio, pero siguieron en contacto con los demás jugadores de su comunidad, enviando a casa perspectivas de primera línea sobre lo que estaba aconteciendo. Conforme aumentaba el número de víctimas, algunos de los veteranos y de los grupos del personal de servicio se reunían en el mundo del videojuego, no para luchar, sino para expresar sus sentimientos de ansiedad y de pérdida. Por consiguiente, America's Army puede ser más eficaz a la hora de ofrecer un espacio para que civiles y militares comenten la seria experiencia de la guerra en la vida real que como vehículo propagandístico. (Jenkins, 2008, p. 87)

De esta forma, lo que para la milicia americana empezó como un ejercicio para adoctrinar y reclutar por medio de un videojuego, terminó convirtiéndose en un poderoso canal de comunicación y de expresión, más allá del alcance que sus creadores habían delimitado inicialmente.

4.1.4 Los videojuegos son un medio

Ian Bogost estudió literatura y filosofía, es escritor y diseñador de videojuegos, desde hace tiempo tiene una visión acerca de estos:

Los videojuegos son un medio expresivo. Representan cómo los sistemas reales e imaginarios funcionan. Invitan a los jugadores a interactuar con esos sistemas y forman juicios sobre ellos. Como parte del proceso continuo de comprensión de este medio y empujándolo más lejos como jugadores, desarrolladores y críticos, debemos

esforzarnos por entender cómo construir y criticar las representaciones de nuestro mundo en forma de videojuego. (Bogost, 2006, p. 8)

Ian Bogost analiza la comparación que hace Jenkins con otros medios y llega a las siguientes conclusiones:

Que el crecimiento de los videojuegos como medio legítimo requiere más que solo comparaciones con otros medios, y que podría inspirar la creencia incorrecta de que el tiempo es una cura suficiente para la relativa inmadurez de videojuegos. Pero el progreso creativo por parte de la comunidad de desarrollo y progreso crítico por parte de la comunidad académica y periodística requieren un conocimiento más profundo de la forma en que funcionan los videojuegos.(Bogost, 2006, p.10)

Con una visión más crítica, Bogost (2006) hace caer en cuenta que -desde la perspectiva de la industria publicitaria- los videojuegos son solo otro medio para acceder a unos medios más grandes ya administrados por la industria de la publicidad.

Lo que se puede observar en este punto es que la mirada y los estudios que se hacen sobre los videojuegos han llegado a un momento de madurez, en el cual no solo se plantea que son un medio de comunicación, si no que están en la capacidad de desligarse de las comparaciones con los medios existentes. Estos se dieron porque los juegos fueron evolucionando en todos los aspectos posibles, en su apartado técnico, narrativo, en el alcance a las audiencias y se instalaron en todos los dispositivos tecnológicos que cada día se establecen en la sociedad. Además de crecer en este alcance, se fueron convirtiendo en formas muy sofisticadas de

expresión, inmersivas, convergentes y trans mediáticas; que no solo permiten una comunicación desde el emisor al receptor, sino que permiten que todos los actores involucrados puedan tener capacidades de comunicación o de construir colaborativamente universos y relaciones más allá del margen del *mundo real*; brindando, de esta manera, nuevas formas de construcción de relaciones y significados.

4.1.5 *Nuevas miradas y nuevos alcances.*

El nuevo entendimiento de este medio de comunicación ha generado nuevas definiciones y ha planteado nuevas posibilidades para la sociedad, y por ende a este nuevo actor de la cultura mediática. Carlos Scolari es un investigador de la comunicación en medios digitales y acuñó un término que tal vez ayuda a entender la influencia de los videojuegos en la sociedad, Homo Videoludens.

Es decir, se evolucionó del Homo Ludens de Huizinga de 1938 a este nuevo espécimen del 2008, el Homo Videoludens, en tan solo 80 años.

Por medio de este trabajo, Scolari hace una revisión del estado del arte de los videojuegos y lo actualiza en la versión de su trabajo en el 2013: *Homo Videoludens 2.0 De Pacman a la gamification*. En este se revisan los videojuegos desde una perspectiva teórica y metodológica, analizando no sólo el componente lúdico, sino la semiótica de los videojuegos en otros aspectos como la narrativa, la interactividad, la perspectiva del jugador, los juegos en red, los fans, la diversión, los newsgames, el aprendizaje y los advergames, entre otros.

Otros estudios que buscan dar una mirada al alcance que tienen los videojuegos presentan estas definiciones:

El camino que trazamos busca encontrar la manera en que el videojuego pueda transmitir un mensaje crítico con respecto a la sociedad donde se juega, así que basados en el principio de simulación que explicamos tendremos que precisar cómo es que un videojuego puede cumplir esta función, incluso previendo los riesgos de representar visiones parciales del problema representado, presentes en cualquier medio de comunicación.” (Torres, 2015, p. 87)

Este enunciado se encuentra en la Tesis del Colombiano Carlos Torres que plantea la idea del videojuego como artefacto para la resistencia cultural, y que dadas las características que son intrínsecas a su naturaleza, son un instrumento ideal para construir un discurso crítico de la sociedad. Esta idea se enlaza con la idea inicial de este capítulo cuando enuncia lo siguiente: “Funcionan como un medio de comunicación: ya reconocimos que el videojuego es un lugar de negociaciones simbólicas, de manera que potencialmente podrían significados diferentes al relato hegemónico que suele dominar el paisaje mediático.” (Torres, 2015, p. 120)

Mientras la penetración de los videojuegos siga creciendo y se siga explotando el potencial narrativo como medio de expresión, los videojuegos seguirán expandiendo los límites hasta los cuales son capaces de llegar. De esta manera, de igual forma que ha pasado en los últimos años, la sociedad será testigo y actor del crecimiento de este fenómeno y de formas de interacción que aún no se conocen. Paralelo a esto se darán estudios que ayuden a entender el fenómeno y la importancia de los videojuegos en todos sus aspectos.

4.2 MARCO TEÓRICO

El desarrollo de cualquier producto como los videojuegos, siempre obedece a un proceso iterativo en el cual diferentes actores van interviniendo para su evolución, y a veces es difícil poder rastrear el origen.

Sin embargo, el que se considera el primer videojuego fue OXO, el cual, a pesar de lo precaria de su interfaz, cumplía con las características necesarias para ser considerado como un videojuego, era el año de 1952. Tuvieron que pasar muchos años para que se empezaran a ver y por lo tanto a estudiar, como algo más que una forma de entretenimiento, tal vez su rápida evolución no dio tiempo para prestarle atención a lo que estaba pasando.

Entonces, para poder entender su alcance comunicativo, es necesario apoyarse en varias definiciones. Primero, encontrar un marco conceptual que permita definir qué es un medio de comunicación, sobre todo a la luz de las llamadas nuevas tecnologías; posteriormente, es necesario encontrar una definición de qué es un videojuego, esto lleva a diferentes miradas, ya que hay muchas perspectivas desde las cuales se puede abordar esta tarea; finalmente, ubicar trabajos que se hayan planteado el interrogante de cómo los videojuegos son considerados como un medio de comunicación.

En este punto también es importante aclarar que en el presente trabajo se abarcan los videojuegos como un todo, porque, aunque existen categorías dentro de los videojuegos como *los newsgames*, que están concebidos para actuar como una forma de periodismo, *los serious games*, que son juegos que están diseñados para cumplir objetivos serios como capacitaciones o simulaciones, o los *Games for change* que están diseñados específicamente para motivar cambios sociales, el

alcance que se quiere dar en este trabajo es el de cómo los videojuegos como producto cultural, logran constituirse como forma de expresión, como medio de comunicación.

4.2.1 *La comunicación*

4.2.1.1 *En búsqueda de la comunicación*

La primera pregunta que surge es ¿cómo poder identificar qué es comunicación?, para esto, Umberto Eco da pistas cuando, en busca de una definición de la semiótica, expone una serie de hipótesis y establece que todos los fenómenos de la cultura pueden convertirse en objetos de comunicación (Eco, 1978, p. 26). Bajo esta perspectiva, casi cualquier actividad humana se convierte en un acto de comunicación, Eco (1978) remata esta idea con la afirmación de que todos los fenómenos culturales son sistemas de signos, o sea que la cultura esencialmente es comunicación.

Sin embargo, el hecho de encontrar en las actividades humanas, y sobre todo en la cultura un acto comunicativo, no quiere decir que se esté frente a la definición de lo que es medio de comunicación, de hecho, McLuhan (2009) afirma que pueden existir medios sin mensaje. La luz eléctrica es información pura (McLuhan & Ducher, 2009, p. 30). Esto, más que una definición, es una advertencia que da el McLuhan (2009) para presentar la siguiente afirmación: "el *contenido* de todo medio es otro medio" (p. 30). Esta definición es particularmente pertinente para este trabajo, ya que, como se analizará más adelante, los videojuegos están en la capacidad de absorber los contenidos de muchos otros medios. McLuhan (2009) pone los siguientes ejemplos: "el contenido de la escritura es el discurso, el contenido de la

imprensa es la palabra escrita, el del discurso el proceso de pensamiento” (p.30).

Esto hace pensar en cuáles son los medios contenidos en un videojuego.

Aunque las ideas de McLuhan son determinantes para este trabajo, es necesario encontrar otras definiciones que ayuden a precisar y a delimitar -aún más- qué es un medio de comunicación. Francis Belle (1989) da una definición muy concisa al respecto: “Un medio es un equipo técnico que permite a los hombres comunicar la expresión de su pensamiento, cualquiera que sea la forma y la finalidad de esta expresión” (Belle, 1989, p. 50). Esta definición es suficientemente satisfactoria, sobre todo si se tiene en cuenta que viene precedida por un estudio de diferentes modelos de comunicación, en los cuales se enmarca la necesidad de entender cada teorización que se ha hecho sobre los medios como una respuesta a las necesidades del momento histórico que se está viviendo. Aun así, es en la misma contundencia de la sencillez de esta definición en donde se encuentra su debilidad, porque si bien resuelve de un solo tajo toda búsqueda de más definiciones en torno al tema, plantea preguntas en torno a las interacciones que se dan en formas de comunicación que son más complejas, como las que se pueden experimentar en las plataformas digitales. Sin embargo, sigue siendo una definición válida para efectos de lo que se está buscando demostrar.

4.2.1.2 En búsqueda de más comunicación

Siendo el centro de este trabajo los videojuegos y viendo los números que estos mueven - según la ESA (*Entertainment Software Association*) solamente en Estados Unidos se generaron ingresos por 36000 millones de dólares en el año de 2017- se puede caer en la tentación de equiparar los videojuegos a un medio de comunicación

de masas, aunque que esta afirmación puede ser verdadera, tiene sus matices. Y es que en los últimos años los videojuegos han aumentado su radio de alcance, pasando de ser productos de masas para empezar a construir nuevas audiencias, esta idea se constata analizando el fenómeno de los juegos *indie*, juegos hechos de manera independiente por grupos reducidos de personas que están alejados de los grandes circuitos comerciales.

Para comprender qué es un medio de comunicación de masas, nuevamente es necesario remitirse a Umberto Eco (1977), ya que él hace una caracterización y unas acusaciones acerca de las propiedades de un *mass media*. Además, lo importante del trabajo de Eco está en que más allá de las definiciones se elabora una defensa de los medios de comunicación masiva.

Dado que la televisión, los periódicos, la radio, el cine, las historietas, la novela popular y el Reader's Digest ponen hoy en día los bienes culturales a disposición de todos, haciendo amable y liviana la absorción de nociones y la recepción de información, estamos viviendo una época de ampliación del campo cultural, en que se realiza finalmente a un nivel extenso, con el concurso de los mejores, la circulación de un arte y una cultura "popular".(Eco & Boglar, 1977, p. 12)

La intención de traer a colación uno de los trabajos emblemáticos de Eco, *Apocalípticos e integrados*, está en que se puede relacionar fácilmente a los videojuegos con otros productos culturales como la televisión, pero sobre todo con los comics, no en vano con estos comparte puesto como noveno y décimo arte en la escala de enumeración de las artes. Los Cómics ocupan el noveno lugar, dado que

llevan más tiempo establecidos. Ahora bien, son productos que comparten muchas características: son masivos, nacieron como forma de entretenimiento, normalmente asociados a audiencias jóvenes, y han tenido una evolución que les ha permitido ganarse un puesto de respeto como medio de comunicación. En el trabajo de Eco finalmente se concluye:

La información visual (y la menor intensidad de la información televisiva —respecto a la cinematografía— es compensada en el fondo por su mayor insistencia y continuidad) disminuye la vigilancia del espectador, lo fuerza a una participación, induce en él una comprensión intuitiva *que puede también no desarrollarse verbalmente*. En consecuencia, esta comunicación visual provoca en la masa de fruidores unos cambios psicológicos que no pueden dejar de tener su equivalente en el campo sociológico y crean una nueva forma de civilización, una radical modificación de las relaciones entre los hombres y el mundo que los rodea, sus semejantes, el universo de la cultura. (Eco, 1968, p.367)

4.2.1.3 *Los no tan nuevos medios*

McLuhan (1964) anticipó que el punto importante del mito de Narciso está en el hecho de que el hombre se siente fascinado por cualquier extensión suya en cualquier material diferente de él. Esta afirmación no es diferente a lo que decía Baudrillard: “ todos nosotros, al igual que todos los sistemas, sentimos la avidez de desbordar nuestro propio principio de realidad y refractarnos en otra lógica ” (Baudrillard & Jordá, 2001, p. 16). Estas dos afirmaciones se remiten directamente a

lo que se experimenta con un videojuego, y lleva a la búsqueda de quiénes son los investigadores contemporáneos que han explorado las nuevas formas de comunicación con las que hoy se cuenta.

Cuando se empezó a hablar de los Nuevos Medios, no se tenía muy claro qué era esto, normalmente se asociaba esta noción a *algo* que usaba computadores, *algo* que usara internet, *algo* que fuera digital. Uno de los primeros esfuerzos reconocidos por tratar de dar entendimiento a esto fue el de Lev Manovich (2005), quien enunció los principios de los nuevos medios, que se podría resumir de la siguiente forma:

1. Son representaciones numéricas, lo cual tiene 2 consecuencias:
 - a. Puede ser descrito en términos formales (matemáticos).
 - b. Está asociado a una manipulación algorítmica.
2. Modularidad, elementos que se pueden agrupar dando lugar a objetos más grandes.
3. Automatización, eliminación de la intencionalidad humana en procesos.
4. Variabilidad, pueden generar diferentes versiones en sí mismos.
5. Transcodificación, la traducción que se hace de procesos culturales a procesos informáticos.

(Manovich, 2005, Capítulo 1)

Teniendo claro el sustento que dan estos principios, pero sobre todo con el último, Manovich (2005) llega a varias conclusiones, tal vez la más relevante para este trabajo es que: “ la informatización de la cultura no conduce solo al surgimiento de nuevas formas culturales, como los videojuegos y los mundos virtuales, sino que redefine las que ya existían, como a la fotografía y el cine ” (Manovich, 2005, p. 52).

Esta definición que parece un poco obvia, el de la transcodificación como una forma de la informatización de la cultura, lleva a la siguiente conclusión: “los medios se convierten en nuevos medios” (Manovich, 2005, p. 71). Este concepto es fundamental para esta tesis ya que ayuda a entender cómo los juegos se convierten en videojuegos. Si hay algo importante en el desarrollo de la humanidad, de la civilización y de la cultura es El Juego.

4.2.2 *El Juego*

La rayuela se juega con una piedrita que hay que empujar con la punta del zapato. Ingredientes: una acera, una piedrita, un zapato, y un bello dibujo con tiza, preferentemente de colores. En lo alto está el Cielo, abajo está la Tierra, es muy difícil llegar con la piedrita al Cielo, casi siempre se calcula mal y la piedra sale del dibujo. Poco a poco, sin embargo, se va adquiriendo la habilidad necesaria para salvar las diferentes casillas (rayuela caracol, rayuela rectangular, rayuela de fantasía, poco usada) y un día se aprende a salir de la Tierra y remontar la piedrita hasta el Cielo, hasta entrar en el Cielo, (Et tous nos amours, sollozó Emmanuèle boca abajo), lo malo es que justamente a esa altura, cuando casi nadie ha aprendido a remontar la piedrita hasta el Cielo, se acaba de golpe la infancia y se cae en las novelas, en la angustia al divino cohete, en la especulación de otro Cielo al que también hay que aprender a llegar. Y porque se ha salido de la infancia (Je n'oublierai pas le temps des cerises, pataleó Emmanuèle en el

suelo) se olvida que para llegar al Cielo se necesitan, como ingredientes, una piedrita y la punta de un zapato.(Cortázar, 1963, 367)

La importancia que tiene el juego para Cortázar es fundamental. A lo largo de sus obras es un elemento que está presente de diferentes formas: como una búsqueda del hombre por entrar en contacto con la parte mágica de su ser, como un ejercicio con el lector de sus obras, como un estado de sus personajes; o con la creación de palabras, fonemas y significados que hacen explotar la imaginación de quienes se adentran en el universo de sus narraciones; no en vano su obra más reconocida es Rayuela. El viaje lúdico que plantea Cortázar, la literatura, o el arte en general, es una muestra sobre la importancia que tiene el juego para la sociedad, la cultura y la civilización, pero para poder entender el juego y su importancia es necesario visitar varias teorías y autores que han estudiado el tema.

El juego, al ser una actividad tan estrechamente ligada al quehacer humano en tantos y tan diferentes aspectos, ha tenido un amplio análisis desde diferentes frentes; Jesús Paredes Ortiz en su libro *Juego, Lugo soy*, hace una recopilación exhaustiva de la mayoría de las disciplinas desde las que se ha estudiado el juego, clasificándolas como se observa en la tabla 2.

Tabla 2 Estudios acerca del juego

Disciplina	Autores	Idea principal
Antropología	Stanley Gaville HALL (1846-1924). Johan HUIZINGA (1872-1945). J. ROBERTS, M. ARTH y R. RUSCH (1959).	“El juego tiene un valor esencial en el estudio de la antropología. El objeto de estudio es la

	<p>DESMOND MORRIS (1967).</p> <p>Roger CAILLOIS (1965).</p> <p>Gregory BATESON (1972)</p> <p>Edward NORBECK (1974).</p> <p>Kendall BLANCHARD y Alice CHESKA (1985).</p>	<p>visión y comprensión del ser humano en su totalidad, es decir el “hombre holístico”:</p>
Filosofía.	<p>Sofistas.</p> <p>Platón.</p> <p>Aristóteles.</p> <p>Juan Luis Vives (1492-1540)</p> <p>John Locke (1632-1704)</p> <p>Jean Jacques Rousseau (1712-1778)</p> <p>Inmanuel KANT (1724-1804)</p> <p>Friedrich Wilhelm August FRÖEBEL</p> <p>Friedrich Wilhelm NIETZSCHE (1844-1900)</p> <p>Johan Crhristoph SCHILLER (1759-1805).</p> <p>Eugen FINK (1905-1975).</p> <p>Martin HEIDEGGER (1889-1976).</p> <p>José ORTEGA Y GASSET (1883-1955).</p> <p>Hans Georg GADAMER (1900)</p>	<p>“Los teóricos que estudian el juego bajo el prisma de la orientación filosófica persiguen comprender la realidad del juego para relacionarlo con el ser y el conocimiento.”</p>

	Julián MARÍAS (1914) Pedro LAÍN ENTRALGO.	
Biología.	Herbert SPENCER (1820-1903). Karl GROOS (1861-1945). Frederik BUYTENDIJK	“Los teóricos encuadrados en este grupo explican el juego como una función meramente biológica, como si fuera uno de los problemas generales de la vida o del desarrollo de los seres vivos.”
Psicopedagogía.	Johan Paul Friedrich RICHTER (1763-1825). Édouard CLAPARÈDE (1873-1940). Karl BÜHLER (1879-1963). Jean PIAGET (1896-1980). Jean CHATEAU. L. S. VIGOTSKI.	“En este campo se intenta ver el juego desde el campo de la psicología y su implicación en el campo de la pedagogía.”
Psicoanálisis.	Sigmund FREUD (1856-1939). Anna FREUD. Melanie KLEIN. D. W. WINNICOTT.	“El juego es una acción impulsada por deseos, al igual que el sueño y la

		fantasía, que crea un clima propicio para la proyección de represiones”
Ciencias del deporte.	<p>NEUENDORF (1930).</p> <p>VAN DALEM, MITCHELL Y BENNET (1953).</p> <p>EICHEL (1953).</p> <p>POPLOW (1959).</p> <p>EPPEINSTEINER (1964).</p> <p>DIEM (1966).</p> <p>LUKAS (1969).</p> <p>CAGIGAL (1981).</p>	“El juego representa la antesala del deporte.”

Fuente: Elaboración propia a partir de Jesús Paredes Ortiz, *Juego, Lugo soy*

En todos los estudios acerca del juego una referencia inevitable es el trabajo de Huizinga (1938), *Homo Ludens*. En este libro se muestra el juego como una cualidad esencial del hombre y eleva el juego al nivel de lo divino, introduciendo dos conceptos clave: primero, el del círculo mágico, que ese lugar -ya sea físico o mental- en el cual se abandona el estado de la normalidad y se entra al *estado* donde el juego sucede, en palabras de Huiziga (1938) :

Así como por la forma no existe diferencia alguna entre un juego y una acción sagrada, es decir, que ésta se desarrolla en las mismas formas que aquél, tampoco el lugar sagrado se puede diferenciar formalmente del campo de juego. El estadio, la mesa de juego, el círculo mágico, el

templo, la escena, la pantalla, el estrado judicial, son todos ellos, por la forma y la función, campos o lugares de juego; es decir, terreno consagrado, dominio santo, cercado, separado, en los que rigen determinadas reglas. Son mundos temporarios dentro del mundo habitual, que sirven para la ejecución de una acción que se consuma en sí misma. (Huzinga, 1938, p. 23)

El otro término importante que introduce Huizinga es el de *Homo Ludens*, con el trata de dar la importancia histórica – evolutiva- que tiene el juego para el desarrollo de la humanidad, en el prólogo de su libro dice:

Cuando se vio claro que la designación de *homo sapiens* no convenía tanto a nuestra especie como se había creído en un principio porque, a fin de cuentas, no somos tan razonables como gustaba de creer el siglo XVIII en su ingenuo optimismo, se le adjuntó la de *homofaber*. Pero este nombre es todavía menos adecuado, porque podría aplicarse también a muchos animales el calificativo de *faber*. Ahora bien, lo que ocurre con el fabricar sucede con el jugar; muchos animales juegan. Sin embargo, me parece que el nombre de *homo ludens*, el hombre que juega expresa una función tan esencial como la de fabricar, y merece, por lo tanto, ocupar su lugar junto al de *homofaber*. (Huzinga, 1938, p. 7)

Homo Ludens es un trabajo que no solamente dignifica el juego -por decirlo de alguna manera- sino que plantea esta actividad como un rasgo determinante del ser humano como especie, que se le puede ver como el terreno fértil en el cual se

desarrolla la cultura, es una forma de catarsis que sirve para encontrar una de las mejores expresiones del espíritu humano.

Otro de los pilares para entender el juego es el libro de Roger Callois (1958) , *Los juegos y los hombres*, este trabajo, de igual forma que el de Huizunga, propone el juego como una actividad clave en el desarrollo de la sociedad y la civilización; sin embargo, va un paso un poco más allá y propone una clasificación de los juegos de acuerdo con sus características, a través de esta categorización, explica aspectos de la cultura y de los comportamientos humanos.

Callois (1958) propone el juego como una actividad con las siguientes características:

- Libre: a la cual el jugador no podría estar obligado sin que el juego perdiera al punto su naturaleza de diversión atractiva y alegre.
- Separada: circunscrita en límites de espacio y tiempo precisos determinados por anticipado.
- Incierta: cuyo desarrollo no podría estar predeterminado ni el resultado dado de antemano, por dejarse obligatoriamente a la iniciativa del jugador cierta libertad en la necesidad de inventar.
- Improductiva: por no crear bienes, ni riqueza, ni tampoco elemento nuevo de ninguna especie.
- Reglamentada: sometida a convenciones que suspenden las leyes ordinarias e instauran momentáneamente una nueva legislación.
- Ficticia: acompañada de una conciencia específica de realidad secundaria o de franca irrealidad en comparación con la vida corriente.

Con dicha clasificación el autor propone un cuerpo, para definir los límites y el alcance de lo que es el juego, con unas características definidas que lo diferencien de otras actividades. De igual forma, Callois (1958) propone los siguientes estados básicos de los juegos

- Paidia: Capacidad primaria de improvisación y alegría. Manifestaciones espontáneas del espíritu.
- Ludus: El estado en el que el juego presenta un desafío, un enfrentamiento, una competencia contra uno mismo.

En las siguientes dimensiones:

- Agon: Competencia
- Alea: Azar
- Mimicry: Simulacro
- Ilinx: Vértigo

Finalmente, se entremezclan como se aprecia en la Tabla 3

Tabla 3 Caracterización de los juegos

	Agon (competencia)	Alea (suerte)	Mimicry (simulacro)	Ilinx (vértigo)
Paidia ↑ estruendo agitación risa loca ↓ Ludus	carreras, } luchas, } no regla- etc. } mentadas atletismo }	rondas infantiles cara o cruz apuesta ruleta loterías simples compuestas o de aplaza- miento	imitaciones infantiles juegos de ilusión muñeca, panoplias mascara disfraz teatro artes del espectáculo en general	"mareo" infantil tiiovivo sube y baja vals volador atracciones de feria esquí alpinismo cuerda floja

Nota. En cada columna vertical, los juegos se clasifican de manera muy aproximativa en un orden tal que el elemento *paidia* decrezca constantemente, en tanto que el elemento *ludus* crece de manera también constante.

(Caillois, 1958, p. 79)

Lo que hace Caillois (1958) es proponer una escala que va de la *Paidia* al *Ludus*, que parte desde una manifestación espontánea, hasta un estado más estructural de una competencia. En dicha escala va ubicando cada una de las dimensiones del juego. Un contrapunto interesante en Caillois (1938) , frente al trabajo de Huzinga (1958) está en que Caillois ve cómo el juego se puede corromper, desviando en comportamientos nocivos, como se observa en la tabla 4.

Tabla 4 Escalas de los juegos

	Formas culturales que permanecen al margen del mecanismo social.	Formas institucionales integradas a la vida social.	Corrupción.
Agon (Competencia)	Deportes.	Competencia comercial,	Violencia, deseo de poder, astucia.

		exámenes y concursos.	
Alea (Suerte)	Loterías, casinos, hipódromos, quinielas.	Especulación bursátil	Superstición, astrología, etc.
Mimicry (Simulacro)	Carnaval, teatro, cine, Culto a la estrella	Uniforme, etiqueta ceremonial, oficios de representación	Enajenación, desdoblamiento de la personalidad
Ilinx (Vértigo)	Alpinismo, esquí, cuerda floja, embriaguez de la velocidad	Profesiones cuyo ejercicio implica dominio del vértigo.	Alcoholismo y drogas.

Es importante que en la recopilación que hace Callois (1958), no se pierda la perspectiva de que el juego, como cualquier otra actividad humana, cuando se lleva a extremos, puede llegar a tener connotaciones negativas.

Con Huizinga (1958) y Callois (1938) se puede entender el juego y su importancia; sin embargo, tener, por un lado, la visión poética del juego de Huizinga, y por otro lado, el trabajo descriptivo de Callois, tal vez no es suficiente para entender el juego, porque surge por ejemplo, la pregunta ¿por qué se juega? Freud decía que tres impulsos conducen al juego:

- Impulso de libertad, el juego satisface el deseo de autonomía.
- El deseo de fusión, de relación con el entorno.

- Tendencia a la reiteración o jugar siempre a lo mismo.

Se puede concluir que el juego es una actividad básica de los humanos que proviene de unas necesidades internas muy profundas, que sirve para desarrollar diferentes habilidades tales como: cognitivas, sociales y creativas; pero además, sirve como detonante de procesos culturales y de comunicación. “Hace tiempo que ha ido cuajando en mi la convicción de que la cultura humana brota del juego -como juego- y él se desarrolla” (Huizinga, 2010, p. 8)

Finalmente, se puede recordar a Callois, cuando dice:

No es absurdo intentar el diagnóstico de una civilización a partir de los juegos que en especial prosperan en ella. En efecto, si los juegos son factores e imágenes de la cultura, de ello se sigue que en cierta medida una civilización, y en el seno de una civilización de una época, puede ser caracterizada mediante sus juegos. (Caillois & Ferreiro Santana, 1938)

En este caso se podría intentar hacer un diagnóstico de la civilización actual por medio de los videojuegos.

4.2.3 Los videojuegos

Definir lo que es un videojuego, es una tarea aparentemente fácil, pero estos pueden adoptar tantas formas y ser interpretados desde tantas perspectivas que dificultan sus análisis. Pueden ser vistos como una forma de entretenimiento, como un instrumento de narración, como una herramienta pedagógica, una forma de arte, como un sistema, etc. Es por esto, que desde diferentes disciplinas se ha abordado la labor de encontrar esta definición.

En su clase de Diseño de Videojuegos, Italo Capasso expone diferentes escuelas que buscan la definición de lo que es un videojuego, lo agrupa de la siguiente forma. Ver Tabla 5.(Italo Capasso, 2016)

Tabla 5 Escuelas de estudio de videojuegos

<p>Los juegos como sistema</p>	<p>Formal Abstract Design Tools Doug Church Rules of Play: Game Design Fundamentals Eric Zimmerman Katie Salen MDA Robin Hunicke Marc LeBlanc Robert Zulek Game Design Workshop 3rd edition: A Playcentric Approach Tracy Fullerton</p>	<p>“Un juego es un sistema en el cual los jugadores se involucran en un conflicto artificial, definido por reglas que da como resultado resultado cuantificable.” Katie Salen & Eric Zimmerman</p>
<p>Los juegos como medios para experiencias</p>	<p>The art of Game Design: A Book of lenses Jesse Schell Reality is Broken Jane McGonigal The Art of Failure</p>	<p>“Así que realmente ha sido un proceso de cómo tomar mis experiencias y encontrar formas de aplicar estas a los videojuegos, y eso</p>

	<p>Half-Real</p> <p>Jesper Juul</p> <p>Game Design Workshop</p> <p>Tracy Fullerton</p> <p>Reality is Broken</p> <p>Jane McGonigal</p>	<p>ha evolucionado con el tiempo. “</p> <p>Shigeru Miyamoto</p>
<p>Los juegos como un medio para contar historias</p>	<p>Bioshock</p> <p>Ken Levine</p> <p>The Stanley Parable</p> <p>Davey Wreden</p> <p>Papers Please</p> <p>Lucas Pope</p> <p>Game Design Workshop</p> <p>Tracy Fullerton</p>	<p>"Los juegos y las historias son cosas muy diferentes. Lo que hace que un juego sea un juego es exactamente lo que hace que no sea una historia"</p> <p>Jesper Juul</p>
<p>Los juegos como un vehículo de aprendizaje</p>	<p>Flow</p> <p>Mihaly Csikszentmihalyi</p> <p>A Theory of Fun for Game Design</p> <p>Raph Koster</p> <p>Play the Message</p> <p>Gonzalo Frasca</p>	<p>"Los juegos son patrones secuenciales excepcionalmente sabrosos para alimentarse"</p> <p>Raph Koster</p>

Los juegos como un sistema formal	The art of computer game Design Chris Crawford	“Todo en el juego se siente como si perteneciera allí, y contribuye al propósito y sentimiento del juego como un todo “. Lewis Pulsipher
-----------------------------------	--	---

En esta clasificación tal vez harían falta perspectivas como el arte, o la filosofía y alguna más que se escape al autor, sin embargo, este cuadro brinda un panorama de los campos de estudio que se han interesado por definir lo que es un videojuego. Sin embargo, sigue sin responderse la pregunta de lo que es un videojuego.

4.2.3.1 ¿Qué es un videojuego?

En el libro *Introduction to Game Design, Prototyping, and Development* de Jermy Gibson 2015 se encuentra una recopilación de definiciones sobre lo que es un videojuego, a continuación se presentan algunas de ellas.

En *The Grashopper*, escrito por Bernand Suits (1978) declara que un juego es: “a game is the voluntary attempt to overcome unnecessary obstacles “(un juego es el intento voluntario de superar obstáculos innecesarios). Este enunciado se amplía con la siguiente descripción:

Jugar un juego es involucrarse en una actividad en búsqueda de un estado, usando sólo medios permitidos por las reglas, donde las reglas prohíben medios más eficientes en favor de medios menos eficientes, y

donde las reglas son aceptadas sólo porque hacen posible tal actividad
(Suits, 1978, 56)

El diseñador de Juegos Sid Meier dice: “a game is a series of interesting decisions” (Un juego es una serie de interesantes decisiones). Dado que esta definición es un poco ambigua, se amplía diciendo que una decisión interesante es una que normalmente tiene estas características:

- El jugador tiene múltiples y válidas opciones para escoger.
- Cada opción tiene un potencial de posibles consecuencias, pueden ser positivas y negativas.
- El resultado de cada opción es predecible, pero no está garantizado.

(Gibson, 2015, p. 11)

En el libro *Game Design Workshop* escrito por Tracy Fullerton (2014) se define un juego como: “a closed, formal system that engages players in a structured conflict and resolve its uncertainty in an unequal outcome” (un sistema cerrado y formal que involucra a los jugadores en un conflicto estructurado y resuelve su incertidumbre en un resultado desigual) (Fullerton, 2014, p. 43). En el mismo texto, no solamente da esta definición, sino que provee una lista de elementos que los diseñadores pueden modificar en sus juegos

- Elementos formales: Son los elementos que diferencian a un juego de otros tipos de medios: reglas, procedimientos, jugadores, recursos, objetivos, límites, conflictos y resultados.
- Sistemas dinámicos: Métodos de interacción que evolucionan mientras el juego es jugado.

- Estructura de conflicto: Las formas en las cuales los jugadores interactúan unos con otros.
- Incertidumbre: La interacción entre aleatoriedad, determinismo y estrategia del jugador.
- Resultado desigual: ¿Cómo termina el juego?, ¿Los jugadores ganan, pierden o algo más?
- (Gibson, 2015, p. 13):

En el libro *The Art of Game Design* producido por Jesse Schell (2015) se decanta por lo siguiente: “a game is a problem-solving activity, approached with a playful attitude” (un juego es una actividad de resolución de problemas, abordado con una actitud lúdica) (Schell, 2015,37). Esta definición de juego es una que se tendría desde la perspectiva del jugador, y es la actitud juguetona del jugador la que hace que algo sea un juego.(Gibson, 2015, p. 14)

En el libro *Game Design Theory* de Keith Burgun (2013), se presenta de la siguiente forma: “a system of rules in which agents compete by making ambiguous, endogenously meaningful decisions” (un sistema de reglas en el cual los agentes compiten haciendo decisiones ambiguas, endógenamente significativas). (Burgun, 2013, p. 10) Dicho de otra forma, los agentes -en este caso los jugadores- realizan acciones, de las cuales, en un principio, no se tiene exactamente claro el resultado, pero tiene un resultado que afecta al sistema, en este caso el juego. Esta definición se considera importante porque trata de ir a la propia esencia del juego y verlo como un sistema, más allá de si es divertido o no.

Esta serie de definiciones presentan un panorama acerca de lo que es un videojuego. A modo de conclusión se podría decir que el videojuego es: un sistema

que plantea una serie de retos con unas reglas claras, sobre las cuales se pueden tener decisiones más o menos predecibles y que para el jugador la resolución de estos retos es una acción que plantea un desafío interesante y divertido.

4.2.3.2 *Dinamitar la diversión*

Una definición muy aproximada de lo que es un videojuego la da Jesse Schell (2015) en su libro de *The Art of Game Design*, cuando dice: “videogames are just a natural growth of traditional games into a new medium” (los videojuegos son solo un crecimiento natural de los juegos tradicionales en un nuevo medio) (Schell, 2015, p. 37). Un juego es juego, puntualiza Schell, luego termina diciendo: “los elementos que hacen divertido un juego son los mismos principios que hacen divertido un videojuego “ (Schell, 2015, p. 53). No obstante, hay un problema grave con esa definición. Ese *pequeño* problema es tal vez uno de los detonantes de esta tesis, el *quid* está en la palabra *diversión*.

Presura es una publicación española en internet (<http://www.presura.es>) que se define así: “ Presura es una revista y página web de crítica social y cultural de videojuegos de carácter abierta, libre y colaborativa.” En una de sus publicaciones del mes de octubre del 2017 aparece un texto del cual se resalta lo siguiente:

Reducir todo lo que ofrece este medio a la palabra compuesta *videojuego* acarrea un problema de semiótica desde un primer nivel, por tanto, un lastre inconsciente o no a la hora de aproximarse al medio: ya sea desde una perspectiva artístico-cultural, o en el otro extremo, una aproximación cotidiana. Vídeo implica a las imágenes en movimiento, mientras que *juego* es la parte más problemática, al menos

en nuestro idioma. En inglés, por ejemplo, la diferenciación entre el sustantivo *game* y el verbo *play* convierten al lenguaje a este respecto en uno más moldeable, y del mismo modo que se usa *play* cuando la acción tiene que ver con efectuar una mirada activa sobre una pintura, por ejemplo, se usa *play* cuando se trata de interactuar con un videojuego; en español, sin embargo, no se *juegan* las obras de arte, por otra parte, sí que se juegan los videojuegos, con lo que esto implica. (Ayuso, 2017, "La problemática con la palabra videojuego y la ruptura con la diversión.", <http://www.presura.es/2017/10/23/la-problematica-la-palabra-videojuego-la-ruptura-la-diversion/>)

Sin embargo, más allá del problema semiótico y de las limitaciones del idioma para encontrar el significado de lo que es un videojuego, la cuestión es encontrar una definición que contenga lo que hoy día son los videojuegos, sobre esto el Ayuso también dice lo siguiente:

El juego se perfila como lo importante de un medio en el que no solo no es importante jugar, sino que en muchas ocasiones no es necesario. Recientemente no son pocos los títulos que son calificados como una experiencia, no puedo evitar sentir cierta rabia cuando alguien expresa esto no es un juego, es una experiencia al referirse a obras tan excepcionales como *Firewatch* (Campo Santo, 2016) o *Gone Home* (The Fullbright Company, 2013), como si fuesen otra cosa, algo distinto, cuando son precisamente títulos como estos los que están reivindicando el medio como lo que verdaderamente es, un arte en el que se puede jugar, pero no solo se puede jugar; un arte en el que,

como en el resto, por encima de todo se viven experiencias. Los ejemplos mentados con anterioridad sirven además para lo que creo que es una prioridad absoluta de nuestro medio, **dinamitar la diversión como algo intrínseco del videojuego** (Ayuso, 2017)

Al principio de este capítulo se planteaba el reto de encontrar la definición de lo que es un videojuego, todo en aras de poder llegar al objetivo final de esta tesis que es establecer el alcance comunicativo de los videojuegos. La búsqueda de este significado lleva a cuestionarse si la palabra que define el objeto de estudio abarca el fenómeno que trata de describir, sin embargo, al no tener una mejor y al ser la comúnmente aceptada será la que se siga usando.

Lo anterior nos conduce a un punto complicado, ya que al tratar de buscar una definición de lo que es un videojuego, aparecen conceptos que cuestionan la misma esencia de su significado. Esto en parte sucede por la naturaleza evolutiva de los nuevos medios, porque en su esencia misma es un medio convergente, que no solo están en la capacidad de ser dinámicos, de poder contener a muchos otros medios, sino que es un medio que provee experiencias únicas, diversas y complejas a sus audiencias.

5. METODOLOGÍA

La pregunta inicial que surgió para esta tesis fue si los videojuegos podían ser considerados un medio de comunicación. Al corto tiempo de empezar la investigación, la respuesta que emergió fue obvia, los videojuegos si son un medio de comunicación, principalmente por su naturaleza como producto cultural, como lo establece Eco: “ todos los fenómenos de cultura pueden convertirse en objetos de comunicación” (Eco, 1978, p. 26). Además, algunos autores han tratado el tema, como Gonzalo Frasca (2007) en su tesis *Play The Message*.

De tal manera que, teniendo de antemano la pregunta resuelta, la cuestión no era si los videojuegos son un medio de comunicación, sino de qué manera se podía demostrar esta hipótesis, es decir: cuáles autores habían trabajado sobre este punto, qué teorías de la comunicación estudiaban los videojuegos y qué teorías de los videojuegos estudiaban la comunicación; sobre todo de qué manera se podía validar o comprobar de qué forma los videojuegos sí son un medio de comunicación.

Es por esto, que para el diseño de la investigación se seleccionó uno de tipo exploratorio cualitativo documental, ya que el estudio de los videojuegos como medio de comunicación, es un problema de investigación relativamente nuevo, aunque existe bibliografía sobre el tema, no es tan abundante. Con la ventaja adicional, para este caso que este diseño permitió el manejo de ciertos procesos como: revisión documental, que permitió repasar los estudios existentes; observación no estructurada, que es la recomendada para fenómenos que son nuevos y por último un análisis de contenido, que aunque era un punto que se había intentado no abarcar

al principio de la investigación, finalmente se reveló como necesario, ya que brindó la posibilidad de hacer un análisis detallado del fenómeno a estudiar, los videojuegos.

El trabajo partió de la premisa de que los videojuegos son un medio de comunicación y lo que se hizo fue buscar los autores que han indagado sobre estas ideas, para hacer un análisis por triangulación que permitió contrastar y encontrar la función comunicativa del videojuego.

Por último, con el fin de hacer el análisis de contenido se seleccionó una muestra variada de videojuegos, que cumplen con diferentes aspectos de lo que se considera comunicación.

5.1 Objetivos

Los objetivos de este análisis de contenido son los siguientes:

- Validar mediante el análisis de la muestra seleccionada de qué forma se puede demostrar la función comunicativa de los videojuegos.
- Evidenciar que de igual forma que los medios de comunicación establecidos y aceptados tradicionalmente, los videojuegos tienen un espectro amplio de mecanismos por los cuales pueden ser reconocidos como un medio de comunicación.

5.2 Hipótesis

Los videojuegos tienen los elementos suficientes para ser considerados un medio de comunicación y esto se puede demostrar.

5.3 Muestra

La industria de los videojuegos es una de las que más crecimiento ha tenido en los últimos años, según el informe de 2017 de Newzoo, paso de 70570 millones de dólares en ventas en 2012 a 108900 millones en 2018, con una proyección de 128460 millones para el 2020. La tasa de crecimiento de creación y publicación de videojuegos aumenta año tras año; solamente en Steam, una de las plataformas de distribución más populares de juegos para PC, se calcula que durante el año 2017 se publicaron un promedio de 20 juegos diarios.

Contando con un universo tan amplio para hacer la selección de los juegos que harían parte de esta muestra, fue necesario generar unos parámetros que permitieran hacer una selección lo suficientemente representativa; los criterios fueron los siguientes:

- Distribución: que estuviera publicado en alguna de las plataformas reconocidas de distribución, esto con el fin de garantizar que sea un producto masivo.
- Relevancia: que fuera relevante dentro de su categoría.
- Comunicación: que tuviera un aporte, así no fuera obvio, como forma de representación, de expresión o de comunicación.
- Tiempo de publicación: que el tiempo de publicación fuera menor a cinco años
- Calidad: Que tuviera un puntaje mayor a 75 en el sitio web especializado en critica Metacritic.

Después de aplicar estos criterios, la muestra seleccionada fue la siguiente. Ver tabla 6.

Tabla 6. Videojuegos seleccionados para ser analizados

Nombre del juego	Aspecto	Publicación	MetaCritic
1. 1979: Revolution	Social	2016	80
2. That dragon cancer	Historias de Vida	2016	78
3. Assassin´s Creed Origins	Reconstrucción histórica	2017	84
4. Everything	Artístico	2017	78
5. Never Alone	Memoria	2014	75
6. Grand Theft Auto V	Mass Media	2013	96
7. Night at the Woods	Documental	2017	88
8. Where the water taste like wine	Narración	2018	75
9. Ken Follets the pillars of the earth	Literario	2017	78
10. Papers please	Político	2013	85

5.4 Identificación de unidades

De acuerdo con Abela & andaluces (2002) para poder hacer este análisis de contenido, que a su vez es cualitativo es necesario tener claro cuál es el objetivo de la investigación.

Siguiendo a Olabuenaga (1996) la estrategia de una investigación cualitativa va orientada a descubrir, captar y comprender una teoría, una explicación, un significado. Por el contrario, la de una investigación cuantitativa va más orientada a contrastar, comprobar, demostrar la existencia de una teoría previamente formulada. La investigación cualitativa impone un contexto de descubrimiento y exploración mientras que la investigación cuantitativa lo impone de comprobación y contraste. (Abela & Andaluces ,2002, 57):

De acuerdo con esto, el objetivo de esta investigación es descubrir o evidenciar los fenómenos de la comunicación que se encuentran, ya sea de manera evidente o subyacente, en los videojuegos.

La dificultad con esto surge al momento de decidir cuál modelo se puede aplicar para hacer esta demostración, tal vez una manera de hacerlo sería usar el modelo de Lasswell (Moragas Spà, 1985, p. 51):

- Quién lo dice
- Qué dice
- En cuál canal lo dice
- A quién lo dice
- Con qué efectos lo dice

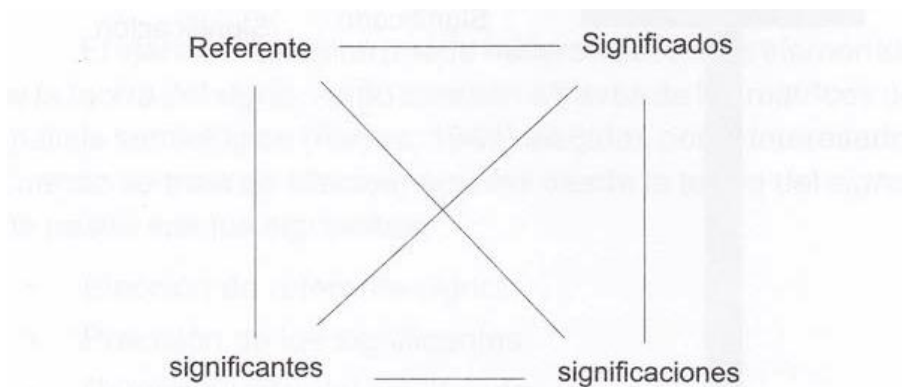
Sin embargo, este modelo que es eminentemente descriptivo permitiría validar la hipótesis, pero coartaría la parte de descubrimiento y de exploración que exige el enfrentarse a un medio con las características de un videojuego.

Siguiendo con Laswell y complementado con la mirada de Wright (Moragas Spà, 1985, p. 69) se podría hacer un análisis más práctico de la muestra seleccionada, estudiándolo de acuerdo con su funcionalidad como medio de comunicación de masas, de acuerdo con los siguientes parámetros:

- Supervisión del entorno.
- Interrelación o correlación de los diferentes sectores de la sociedad con las respuestas del entorno.
- Transmisión del legado social de una generación.
- Entretenimiento.

Finalmente, otra opción podría ser elaborar un análisis semiológico de los videojuegos, para poder tener un marco que permita hacer un estudio más general de los videojuegos como trasmisores de signos y significados bajo el siguiente esquema

Figura 1. Teoría del Signo



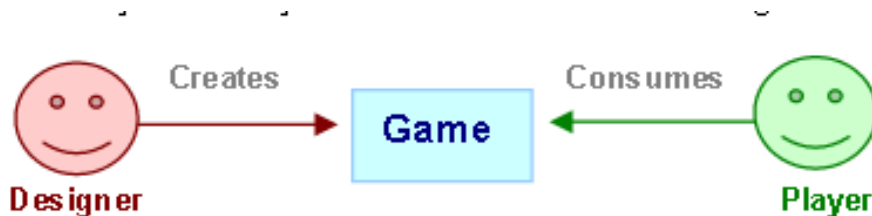
Los aportes de Agustín, Pierce, Morris, Guiraud, Crithensen, Barthes, Kristeva, Eco, entre muchos más investigadores, ayudan a configurar la teoría del signo, que todavía prosigue su desarrollo.

(Barrera Morales, 2007, p. 61)

Sin embargo, este marco es algo abstracto, serviría si el enfoque de esta tesis fuese estudiar los videojuegos como una forma narrativa, no como un medio de comunicación que maneja muchos lenguajes y diferentes niveles de abstracción y representación.

Es por esto, que tal vez sea necesaria fijarse en uno de los *frameworks* utilizados para analizar videojuegos MDA, esta propuesta fue construida en el año 2004 por Hunicke, LeBlanc y Zubek, este marco nos ubica en un esquema en el que los juegos son creados por diseñadores para ser consumidos – utilizados – por jugadores, en un esquema representado de la siguiente forma:

Figura No 2 MDA



(Hunicke, LeBlanc, & Zubek, 2004).

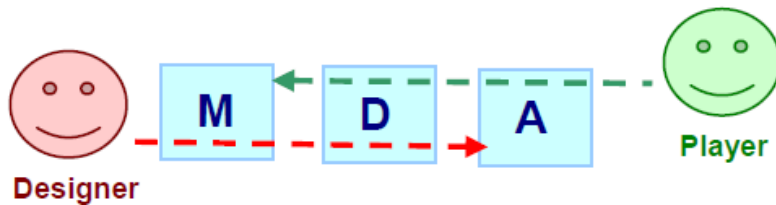
Dada la naturaleza interactiva de los videojuegos y la intervención que tienen los participantes al jugar, este marco lo que hace es diferenciar en 3 instancias lo que es un videojuego:

- **Mecánicas:** estas son los componentes esenciales de un videojuego, es cada una de las acciones que puede realizar el jugador, los algoritmos y la representación de los datos usados en el motor del juego. Es todo aquello sobre lo que diseñador del juego tiene un control directo.
- **Dinámicas:** son las acciones que se generan para el jugador gracias a sus interacciones con las mecánicas.

- Estéticas: son las respuestas emocionales que se despiertan en los jugadores al momento de interactuar -jugar- el juego.

Normalmente este esquema se representa de la siguiente forma:

Figura 3 MDA Diseñador y Jugador



Desde el punto de vista del diseñador, las mecánicas generan dinámicas y éstas, a su vez, generan las estéticas. Por otra parte, desde la perspectiva del jugador funciona al contrario, pues primero se experimentan las estéticas, después se entienden las dinámicas de juego, y finalmente se llega a las mecánicas.

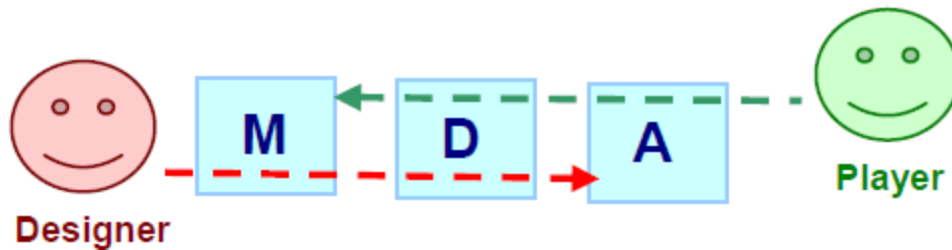
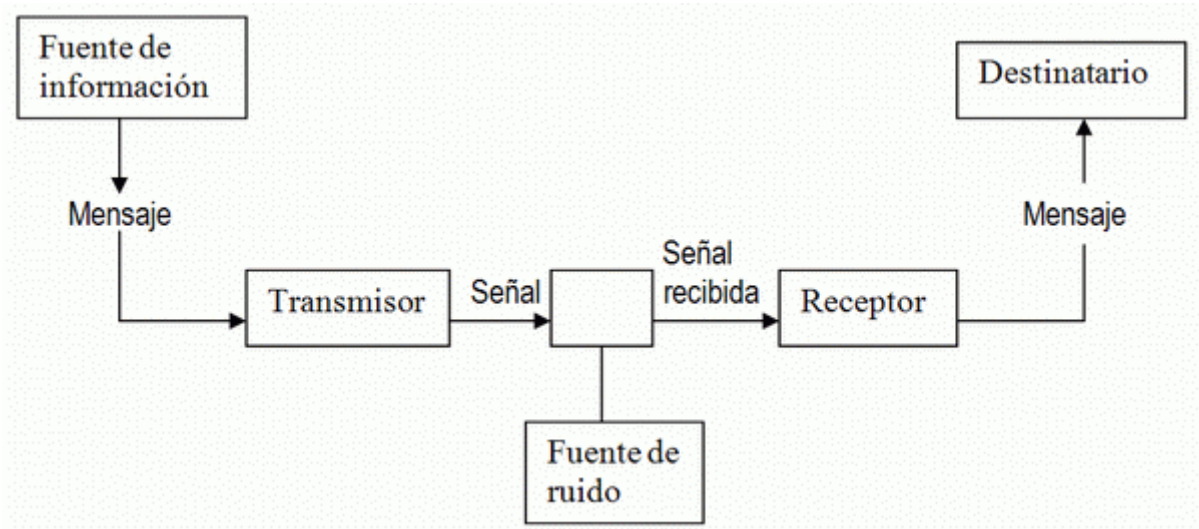
En el documento que le dio forma a este *framework* (Hunicke et al., 2004) se plantea que se pueden llegar a tener ocho tipos de sensaciones estéticas:

1. Sensación: Juegos que dan placer a los sentidos.
2. Fantasía: Juegos donde se muestran elementos fantásticos.
3. Narrativa: Juegos que cuentan historias.
4. Competición: Juegos que se basan en desafíos.
5. Social: Juego como marco social.
6. Descubrimiento: Juegos de exploración.
7. Expresión: Juegos que permiten el autodescubrimiento.
8. Sumisión: Juegos como pasatiempo.

¿Pero para qué sirve el modelo MDA teniendo en cuenta que el propósito de este trabajo es encontrar la función comunicativa de los videojuegos? Entre otras cosas,

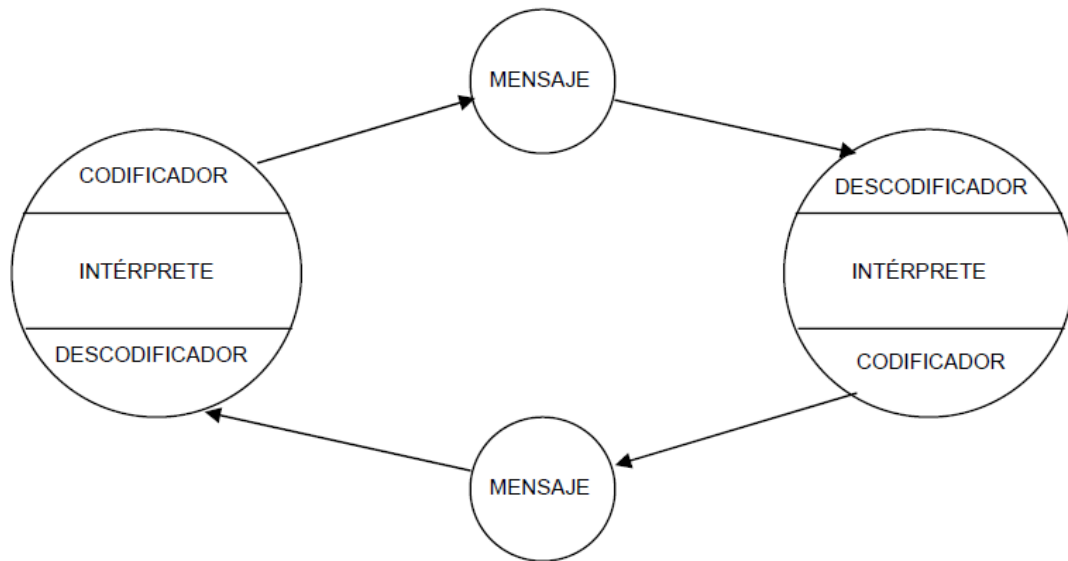
este modelo es de utilidad porque al compararlo con los modelos de comunicación se pueden empezar a encontrar coincidencias, por ejemplo se pueden buscar en el modelo de Shanon y Weaver (Aguado, 2004) :

Figura 4 Modelo de comunicación Shanon vs MDA



En este modelo de comunicación se tiene un emisor, que en el caso de los juegos es el diseñador y un destinatario que sería el equivalente del jugador, el equivalente del transmisor serían el canal y el receptor. De esta forma el modelo de comunicación se podría equiparar a las mecánicas, a las dinámicas y a las estéticas. Sin embargo, con las limitaciones que plantea el modelo de Shanon y Weaver al ser unidireccional, se podrían mirar modelos más complejos como el de Osgod y Schramm (2004):

Figura 5 Modelo de comunicación Osgood y Schramm



(Aguado, 2004, p. 205)

Pero como el mismo autor lo enuncia (Aguado, 2004):

En este modelo se observa la influencia de la perspectiva psicolingüística de Osgood, que tiende a confundir a los actores de la comunicación con los participantes en un diálogo y que, en consecuencia, hacen al modelo especialmente útil para el estudio de la comunicación interpersonal, pero no tanto para el de la comunicación colectiva o de masas. (p. 205)

Como el objetivo de esta tesis es encontrar las claves para entender los videojuegos como un medio de comunicación de masas, este modelo no sería el mejor.

Debido a las razones anteriormente expuestas, se hace evidente que es necesario volver a Lassweel, complementado por el trabajo de Merton y revisar *el resumen de las aportaciones funcionales de los medios de comunicación de masas*. Ver tabla 7:

Tabla 7 Funciones de los medios

Función otorgadora de estatus o prestigio	Los medios confieren relevancia social a quien aparece en ellos, convirtiendo en algo deseable y estratégicamente valioso el ser objeto de la atención y representación de los medios.
Función de refuerzo de las normas sociales	Los medios contribuyen a reforzar las normas sociales tanto reflejándola como marco de referencia como representando de forma enfatizada sus desviaciones y excepciones
Función informadora	Los medios proporcionan datos y detalles de interés general acerca del conjunto del sistema social y de cada uno de sus ámbitos, facilitando con ello la orientación y la toma de decisión de los actores sociales e individuales, así como la generación de identidad y pertenencia a nivel individual y grupal.
Función interpretadora	Los medios no sólo proporcionan información en el sentido de datos y detalles de acontecimientos sociales relevantes, sino que proporcionan las claves interpretativas para integrar de forma coherente esos datos y acontecimientos.

<p>Función de transmisión cultural</p>	<p>Los medios representan la forma de vida de la sociedad en la que existen, de modo que sus contenidos transmiten los valores, ideas dominantes, visiones del mundo, objetivos e ideales de esa sociedad, ejerciendo así, de forma indirecta una función a la vez socializadora y formativa complementaria de otras instancias sociales</p>
<p>Función de entretenimiento</p>	<p>Los medios de comunicación nacen en la cultura del consumo y del ocio, donde el disfrute pasa a ser un elemento importante de la actividad social.</p>
<p>Función de refuerzo de las actitudes personales</p>	<p>En la medida en que los públicos seleccionan los medios y sus contenidos de acuerdo con la coherencia de estos respecto de sus actitudes e ideas previas, los medios tienden más a reforzar esas actitudes e ideas que a cambiarlos.</p>
<p>Disfunción narcotizante</p>	<p>Lazarsfeld y Merton advierten que la utilización indiscriminada de los medios se realiza en detrimento de las interacciones sociales cotidianas y fomentan un ciudadano pasivo, más interesado en ver que en participar, en oír que, en decir, en conocer problemas que, en resolverlos, etc., disminuyendo su capacidad crítica y su integración social inmediata. Desde la propuesta de Lazarsfeld, que recoge en el seno del</p>

	funcionalismo la gran preocupación de las teorías críticas procedentes de la tradición europea, la reflexión sobre las formas e intensidades
--	--

(Aguado, 2004, p. 174)

Los cuales, se pueden equipar a los componentes estéticos que plantea el modelo MDA. Ver tabla 8.

Tabla 8 Funciones comunicativas vs MDA

Función según Lazarsfeld y Merton	Modelo MDA
Función otorgadora de estatus o prestigio	Sensación, Narrativa
Función de refuerzo de las normas sociales	Social, Competición
Función informadora	Narrativa
Función interpretadora	Narrativa, Expresión
Función de transmisión cultural	Fantasía, narrativa
Función de entretenimiento	Sensación, sumisión
Función de refuerzo de las actitudes personales	Expresión, Descubrimiento
Disfunción narcotizante	Sumisión

Por lo tanto, para la identificación de unidades del análisis de contenido lo que se propone es generar el siguiente marco:

Nombre Juego.
Ficha técnica: Año de publicación, país de origen, sinopsis.
Enumeración y descripción de funcionalidades como medio de comunicación.
Descripción de estéticas según modelo de MDA.
Comparación Funciones vs MDA.

Para de esta forma, mediante un diálogo y una confrontación de estos modelos encontrar las funciones comunicativas de los videojuegos.

6. ANÁLISIS DE CONTENIDO

6.1 1979 Revolución

Nombre del Juego: 1979 Revolution: Black Friday

Año de publicación: 2016

Sinopsis: Este videojuego se ambienta en la revolución iraní de 1979, el jugador controla a un Reza Shirazi, un aspirante a reportero gráfico, el cual documenta diferentes hechos en torno a este suceso. Una de las mecánicas del juego consiste en tomar fotografías de lo que está ocurriendo, las cuales se comparan con imágenes reales tomadas por el fotógrafo Michel Serboun.

A lo largo del juego se van conociendo -a través de los ojos de Reza- diferentes hechos relacionados con la revolución iraní, como el rechazo al Shah o la expulsión de Jomeini, entre otros.

Pero también se experimenta en primera persona situaciones muy complejas, como torturas, dilemas éticos y personales; como la pertenencia a causas políticas, la lealtad hacia los amigos y los límites a los que se puede llegar en situaciones de opresión.

Hasta hace poco era difícil pensar que un producto de esta naturaleza podría servir para plantear este tipo de dilemas o para recrear esta clase de situaciones, pero títulos como este hacen pensar en las posibilidades que un videojuego ofrece como medio de expresión.

6.1.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función informadora	Se muestra un suceso específico de la historia reciente como lo fue la revolución iraní de 1979. Recreando algunos de los hechos reales de dicho evento.
Función interpretadora	El jugador controla a Reza, el cual interactúa en primera persona, tomando fotos, conversando y en general realizando acciones que hacen que avance la historia dentro del juego. Estas mecánicas entregan información de manera vivencial acerca del hecho histórico que se está recreando.
Función de transmisión cultural	Dentro del juego se muestra la arquitectura, algunas de las costumbres, las relaciones sociales y hasta la forma de vestir del pueblo iraní en ese momento histórico.

6.1.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativa	Se cuenta por medio de una historia un suceso histórico y un fenómeno social.
Expresión	Permite al jugador recolectar información que le permite forjarse una posición propia acerca de un hecho determinado.

6.1.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función informadora	Narrativa
Función interpretadora	Expresión
Función de transmisión cultural	Expresión

6.2 That dragon cancer

Nombre del Juego: That dragon cancer

Año de publicación: 2016

Sinopsis: Este videojuego muestra las vivencias de una familia en torno a un hijo enfermo con cáncer. El juego se basa en metáforas para ir mostrando los avances de la enfermedad en el bebe, plantea mecánicas para ir descubriendo recuerdos y experiencias de la familia.

Todo el desarrollo del juego está en función de transmitir la sensación de lo que es convivir con alguien con cáncer, para finalmente enfrentarse a la pérdida de un ser querido. El juego lo hicieron los desarrolladores basados en la historia real de la muerte de su hijo.

Una de las funciones de los medios de comunicación es poder ser capaces de transmitir situaciones de índole personal, los videojuegos no solo logran esto, sino que además cuentan con el *poder* de poner al jugador en la situación de protagonista, en primera persona de manera totalmente vivencial, aunque sea para situaciones tan dolorosas como las que plantea That dragon Cancer, la pérdida de un hijo por una enfermedad como el cáncer.

6.2.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función informadora	Por medio de las mecánicas y de la narración, se cuentan las vivencias de una familia en la cual un miembro se encuentra afectado por una enfermedad terminal.
---------------------	--

Función interpretadora	Este videojuego por medio de metáforas transmite lo que es convivir con un ser querido enfermo.
Función de transmisión cultural	La manera de afrontar una enfermedad o la misma muerte, de alguna manera está condicionada por una serie de procesos culturales que para cada núcleo familiar es diferente. Este juego muestra una de esas posibles formas.

6.2.2 Estéticas (modelo MDA)

Sensación	Se transmite la sensación de convivir con un miembro enfermo o con la pérdida de un ser querido.
Narrativa	Se cuenta la historia de convivir con una enfermedad.
Expresión	Este juego en particular permite mostrar una forma de lidiar con el dolor de la enfermedad o de la muerte. También una forma de expresión de los creadores del juego frente a su experiencia de perder un hijo.

6.2.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función informadora	Narrativa
Función interpretadora	Sensación
Función de transmisión cultural	Expresión

6.3 Assassin's Creed: Origins

Nombre del Juego: Assassin's Creed: Origins

Año de publicación: 2017

Sinopsis: Este videojuego transcurre 50 años a. de C. cuando Roma empieza a entrar en Egipto. El jugador toma el papel de Bayek miembro de Los Mejday y teniendo como eje narrativo una historia de venganza, se muestra de manera extensa y detallada recreaciones del Estado egipcio, de la biblioteca de Alejandría, de las observaciones astronómicas de la época, de la distribución geopolítica y se interactúa con personajes como Cleopatra, Julio César, Ptolomeo XIII, entre otros.

Assassin's Creed incluye un modo llamado Discovery tour, el cual, sin las mecánicas del juego, funciona como un museo interactivo en el que se pueden observar y recorrer los ambientes históricos virtuales recreados para el juego.

Aunque para el proceso de recreación de muchos de estos sitios y sucesos históricos, los desarrolladores no tenían todos los elementos para ser totalmente fieles a la realidad, este juego ha sido reconocido por su intención de ser lo más respetuoso posible con la realidad (MacDonald, 2018). Logrando de esta forma no solo ser un mecanismo de entretenimiento, sino también una forma de acercarse a un tiempo histórico que ya no existe.

6.3.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función informadora	Este juego muestra de manera detallada el funcionamiento de la sociedad del antiguo Egipto, en un momento específico de la historia. Con todas sus
---------------------	--

	particularidades sociopolíticas, arquitectura, vestuario, etc.
Función transmisión cultural	Con las mecánicas y las diferentes misiones que tiene que realizar el jugador, se logra transmitir de manera vivencial el funcionamiento de una cultura ya extinta.
Función narcotizante	Este juego, aunque trata de ser preciso en su representación histórica, su narrativa no trata de recrear un hecho histórico específico en particular. Ante todo, lo que busca es entretener a los jugadores.

6.3.2 Estéticas (modelo MDA)

Sensación	Es un juego por medio de una recreación geográfica, arquitectónica y socio cultural que logra transmitir la sensación de <i>estar</i> en otra sociedad en una época ya pasada.
Narrativa	Por medio de las diferentes misiones que se le dan al jugador, el juego construye una historia enmarcada en el antiguo Egipto.
Sumisión	El juego propone principalmente un entretenimiento para su público.

6.3.2.1 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función informadora	Sensación
---------------------	-----------

Función transmisión cultural	Narrativa
Función narcotizante	Sumisión

6.4 Everything

Nombre del Juego: Everything

Año de publicación: 2017

Sinopsis: Everything es uno de los títulos que desafía la definición de lo que es un videojuego ¿es una forma expresión artística? ¿es una forma de entretenimiento? ¿es una nueva forma narrativa? Por ejemplo, su tráiler de presentación estuvo preseleccionado para mejor corto de animación a los premios Oscar.

Everything se podría decir que es una exploración filosófica acerca de los elementos que construyen la realidad que conoce la especie humana, estos pueden ser: un animal, una roca, una planta, un árbol, una isla, casi que cualquier cosa, *Everything*.

Las mecánicas del juego consisten en que el jugador se sitúa en el lugar de cada uno de estos elementos y de esta forma es capaz de entender su sentir. Se intuye - porque no es del todo claro- que el objetivo del juego es una reflexión acerca de todo lo que constituye la realidad circundante, con sus interacciones internas y externas.

6.4.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función interpretadora	Everything trata de entregar los elementos esenciales de interacción, los elementos que constituyen la realidad: vegetales, animales, minerales, etc. De tal manera que el jugador cuente con elementos de juicio para tratar de entender de qué manera estos entes se relacionan con sí mismos y con su entorno.
------------------------	---

Función transmisión cultural	Como un agregado a las mecánicas del juego, en ciertos momentos se pueden escuchar audios del filósofo Alan Watts, lo cual claramente muestra la intención de sus creadores de transmitir un mensaje particular, en este caso una reflexión acerca de la percepción de la realidad.
Función de refuerzo de las actitudes personales	Everything no es para todas las audiencias, lo cual hace que quienes juegan con él sean un tipo de público que está esperando este tipo de exploración personal.

6.4.2 Estéticas (modelo MDA)

Sensación	Por medio de las imágenes, los audios, la música, los colores, Everything transmite sensaciones de lo que significa ser un elemento u otro.
Descubrimiento	Este es un juego de exploración en varios aspectos: por una parte, exploración en un entorno geográfico y por otra parte, se trata de un plano más íntimo en el que se plantean reflexiones personales.
Expresión	Tal vez este es el punto fuerte de este juego, un autodescubrimiento basado en la exploración de los sentidos.

6.4.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función interpretadora	Sensación, descubrimiento
Función transmisión cultural	Expresión

6.5 Never Alone

Nombre del Juego: Never Alone (*Kisima Inŋitchuŋa*)

Año de publicación: 2014

Sinopsis: Never Alone cuenta la historia de Nuna, una niña Inuit (esquimal) la cual, acompañada por un zorro, decide ir en busca del origen de unas ventiscas que amenazan su pueblo. Sin embargo, la propuesta de los desarrolladores va más allá, por medio de este videojuego se busca preservar -y tal vez dar a conocer- una parte de la cultura del pueblo esquimal.

Never Alone fue desarrollado en conjunto con los miembros de los Inuit y dentro del juego se encuentran diferentes elementos de su cultura, de igual forma la estética del juego se encuentra inspirado por elementos de su arte tradicional.

A medida que se avanza dentro del juego se van desbloqueando videos que el juego llama “relatos culturales” que son clips de videos con protagonistas reales, que muestran diferentes aspectos de los Inuit, sobre diferentes temas como su historia, artesanías, entorno, vestimentas y en general sobre la cosmogonía del pueblo esquimal.

Todos estos elementos hacen que Never Alone se convierta en un repositorio del acervo cultural de los Inuit.

6.5.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función informadora	Never Alone busca ser un medio de preservación y transmisión de la cultura esquimal, mostrando y haciendo que el jugador interactúe con elementos representativos de su identidad.
---------------------	--

Función interpretadora	Por medio de las diferentes mecánicas que se plantean dentro del juego, se entrega información que permite al jugador ubicarse como un miembro de la cultura Inuit, así como una serie de elementos para aumentar este entendimiento.
Función de transmisión cultural	En el juego se representan aspectos de la forma de vida de este pueblo, y además se entrega en formato documental información acerca de su cultura y su forma de relacionarse con su alrededor.

6.5.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativa	Se cuenta la historia de Nuna y las aventuras que tiene que recorrer con su zorro, todo esto enmarcado por las tradiciones esquimales.
Descubrimiento	A través de las mecánicas del juego se van descubriendo diferentes aspectos del mundo Inuit, y también se desbloquean los relatos culturales.
Expresión	El juego permite contrastar la manera de entender el mundo del jugador, con una cosmogonía diferente a la suya.

6.5.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función informadora	Narrativa
Función interpretadora	Descubrimiento, expresión

Función de transmisión cultural	Narrativa, expresión
------------------------------------	----------------------

6.6 Grand Theft Auto V

Nombre del Juego: Grand Theft Auto V

Año de publicación: 2013

Sinopsis: Grand Theft Auto es un juego acerca del mundo del crimen y acerca de cómo la vida de tres personajes se entrecruza en este ambiente. Bajo esta premisa subyace uno de los productos culturales más exitosos de los últimos años, con 65 millones de unidades se ha convertido en un fenómeno comercial que ha roto varios récords, solo por citar algunos de estos: Producto de entretenimiento que más rápido a alcanzado el billón de dólares, el que mayor ingreso a recaudado en las primeras 24 horas de su salida , entre otros. Tanto ha sido el éxito, que ha hecho más dinero que cualquier película de cine tradicional. (“Confirmed”, 2013, <http://www.guinnessworldrecords.com/news/2013/10/confirmed-grand-theft-auto-breaks-six-sales-world-records-51900>)

En Grand Theft Auto el jugador va tomando control de tres personajes que están inmersos en actividades criminales, los cuales tienen rasgos, orígenes y personalidades totalmente diferentes. Aunque el objetivo principal del juego es ir cumpliendo diferentes misiones que ayudan a alcanzar objetivos que usualmente están asociados a conseguir más dinero, el juego ofrece algo más que eso.

GTA V, acrónimo con el que normalmente se conoce este videojuego, se mueve entre la parodia y la representación de la vida moderna en las grandes ciudades, esto lo logra recreando la pobreza, la prostitución, el crimen, la suciedad, los guetos y muchos detalles que normalmente se ocultan en este tipo de producciones. Y más que ser el telón de fondo en el cual los personajes se desenvuelven, es el ambiente que se respira a lo largo del juego.

6.6.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función otorgadora de estatus o prestigio	GTA V es una gran representación virtual de la ciudad norteamericana de Los Ángeles, y aunque muchos de los elementos icónicos de la ciudad estén modificados -por ejemplo, el letrero de Hollywood, dentro del juego dice Vine Wood- es claro que el juego transcurre en esta ciudad.
Función de refuerzo de las normas sociales	GTA V es un mundo complejo, con simulaciones complejas de la sociedad. Dentro de los muchos mensajes que se leen, está el de la dificultad de salir de la pobreza o el de abandonar el mundo del crimen, por citar algunos.
Función informadora:	En este juego se muestra la crisis económica que ha venido sufriendo la sociedad norteamericana desde la crisis financiera del 2008 y la repercusión que ha tenido en diferentes capas de la sociedad.
Función interpretadora	Con las diferentes misiones que se cumplen a lo largo del juego, lo fiel que es la representación de los entornos y el ambiente inmersivo del juego, se logra poner al jugador en la piel de los protagonistas de la historia y que estos saquen sus propias conclusiones acerca de la realidad mostrada.

Función de entretenimiento	GTA V es ante todo un producto de entretenimiento con unas mecánicas claramente orientadas a cumplir esta función.
----------------------------	--

6.6.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativa	Este juego se basa en las historias que se cuentan de sus tres protagonistas y cada una de ellas tiene un arco claro, que a veces se entrecruzan.
Descubrimiento	Gran parte de las mecánicas del juego se basan en explorar e ir descubriendo, la ciudad de Los Santos y las interacciones entre sus habitantes.
Sumisión	GTA V tiene muchos de los elementos que hacen que sea un gran pasatiempo, gráficos detallados, música dentro del juego, historias interesantes y unas mecánicas entretenidas.

6.6.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función otorgadora de estatus o prestigio	Descubrimiento
Función de refuerzo de las normas sociales	Sumisión
Función informadora	Narrativa
Función interpretadora	Descubrimiento

Función de entretenimiento	Narrativa, sumisión
-------------------------------	---------------------

6.7 Night at the Woods

Nombre del Juego: Night at the woods

Año de publicación: 2017

Sinopsis: Night at the Woods cuenta la historia de una gata llamada Mae que interrumpe sus estudios universitarios y vuelve a vivir a su pueblo natal en la casa de sus padres, después de una ausencia de tres años.

Algunos de los juegos revisados hasta ahora retratan momentos históricos muy precisos o situaciones muy específicas, Night at the Woods aunque es un reflejo de la situación actual de muchos jóvenes y aunque se podría ubicar en cualquier parte del mundo, lo hace desde un punto de vista poco convencional para un videojuego: desde la cotidianidad.

Night at the Woods está ambientado en la ciudad de Possum Springs donde todos sus habitantes son animales antropomorfos, con los cuales su protagonista – la gata Mae- ha interactuado a lo largo de su vida y con los cuales va contrastando cómo estaban hace 3 años -antes de su partida- frente a su realidad actual, ahora que ella ha regresado. La historia que se va contando a través del juego es una narración desesperanzadora y nostálgica acerca de la falta de sentido, de ilusiones rotas y en últimas de una sensación de no futuro, de una generación que no sabe para donde ir y a la que tal vez no le interese saber esto.

El Juego, aunque es eminentemente narrativo, por medio de sus mecánicas apoya el sentimiento general que quiere transmitir de melancolía, ternura y camaradería en un ambiente de desesperanza.

6.7.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función interpretadora	Los protagonistas de Night at the Woods son animales antropomorfos, pero esto no es una limitación para entregar los elementos suficientes que los jugadores necesitan para identificarse con los arquetipos que representan ni para retratar el entorno social en el que se mueven.
Función de transmisión cultural	Este videojuego representa un momento de la sociedad contemporánea, con unas visiones del mundo muy específicas y con un afán de retratar de manera muy particular un sentimiento de pesimismo que se vive en la actualidad.

6.7.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativa	La historia esta hilvanada en torno a Mae, y todo el desarrollo del juego gira en torno a sus vivencias e interacciones. Las mecánicas y la narración constantemente están retratando el marco social en el que Mae se desenvuelve; el declive económico del pueblo y la falta de oportunidades de progreso para sus habitantes.
Expresión	A través de la historia de Mae, de su particular visión del mundo, de las relaciones con su familia y sus

	amigos, se puede llegar a tener un viaje personal de autodescubrimiento.
--	--

6.7.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función interpretadora	Narrativa
Función de transmisión cultural	Expresión

6.8 Where the water taste like wine

Nombre del Juego: Where the water taste like wine

Año de publicación: 2018

Sinopsis: En Where the water taste like wine el jugador toma el papel de un vagabundo que pierde una partida de póker contra un lobo, el pago a esta deuda se tiene que hacer con historias, que se van recopilando mientras se recorre un extenso mapa de Estados Unidos.

Es claro que los videojuegos sirven para contar historias y a través de sus herramientas narrativas, construyen narraciones. Where the water taste likes wine es más que eso, es un juego en el cual su mecánica principal son las historias.

Se puede decir que es un juego acerca de cómo las historias construyen una memoria colectiva, la cual como una gran colcha de retazos se utiliza de manto para construir un pasado común; el cual sirve como sustento mitológico a un país que como Estados Unidos no tiene una cosmogonía unificadora.

Porque en ultimas, la historia de los pueblos se construye a partir de las narraciones, más que sobre los hechos mismos, que se elaboran sobre el pasado.

6.8.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función informadora	La mecánica principal de este juego consiste en conseguir y negociar historias, las cuales en sí mismas contienen información y datos acerca de diversos aspectos de la cultura norteamericana, unificando así relatos de diversos escenarios que
---------------------	---

	finalmente terminan amalgamándose para la generación de una identidad común.
Función de transmisión cultural	El eje central de <i>Where the water taste likes wine</i> son las historias y, más precisamente, las historias acerca de las historias. Además, al tener como marco el folklore norteamericano, este termina convirtiéndose en un instrumento de transmisión cultural.

6.8.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativo	La historia principal cuenta una historia y a través de sus mecánicas cuenta otras historias que son el motor del juego. Además, al estar enmarcado en la sociedad norteamericana y sus tradiciones, el juego termina siendo un reflejo de esta sociedad.
Expresión	El jugador termina convertido en un curador de los relatos con los que se encuentra a lo largo del juego, esta acumulación -que es diferente para cada jugador- termina convertida en una forma de expresión de su sentir.

6.8.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función informadora	Narrativo
Función de transmisión cultural	Expresión

6.9 Los pilares de la tierra

Nombre del Juego: Los pilares de la tierra

Año de publicación: 2017

Sinopsis: Los pilares de la tierra, se ambienta en el siglo XII en la ciudad de Kingsbridge, Inglaterra y narra a través de las vivencias de diferentes personajes, el proceso de construcción de una catedral, con el fin de asegurar la estabilidad económica y espiritual del pueblo.

Una de las características de los medios es su capacidad de asimilar a otros, en este caso Los Pilares de la Tierra se trata de una adaptación del libro homónimo de Ken Follet. El hecho de trasladar una novela de casi 1000 páginas a un videojuego plantea varios retos, más cuando una de las características que normalmente se asocian a los videojuegos es la interacción por parte del jugador; debido a esto el juego se clasifica como una novela interactiva. En este género, la libertad por parte del jugador es restringida y el autor dirige el desarrollo de la narración.

En esta novela histórica, con la disculpa de la construcción de la catedral y por medio de los personajes, de la selección de los diálogos y de los retos que se presentan a lo largo del juego, se pueden entender las intrigas políticas de la época, las creencias y en general las vivencias de la Inglaterra medieval.

6.9.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función de transmisión cultural	¿Cuál será el mejor medio para narrar cómo era la Inglaterra medieval del siglo XII? ¿Un libro? ¿Una serie? ¿Un videojuego? Tal vez la respuesta es cualquiera o todos. Este juego retrata desde la visión
---------------------------------	--

	<p>de sus personajes principales: un arquitecto, un monje, una aristócrata, un constructor, un terrateniente, un clérigo, un caballero y muchos otros más; cómo era la sociedad y el sentir de la época.</p> <p>Posiblemente la diferencia de este medio frente a los otros es la capacidad de poner en primera persona -y tomando decisiones- a quien interactúa con las situaciones que se quieren mostrar.</p>
Función entretenimiento	Esta novela histórica interactiva, aunque cumple con diferentes funciones comunicativas, es ante todo un producto de entretenimiento.

6.9.2 Estéticas (modelo MDA)

Narrativa	Los pilares de la tierra al estar basado directamente en un libro, cuenta con un componente narrativo que es inherente a sus mecánicas.
Descubrimiento	Mientras se avanza en la historia, y se van resolviendo los puzzles del juego, se va descubriendo este mundo medieval desde diferentes puntos de vista.
Sumisión	Este videojuego es un pasatiempo, tanto o más como leer la novela en la cual está inspirado

6.9.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función de transmisión cultural	Narrativa, Descubrimiento
Función entretenimiento	Sumisión

6.10 Papers, Please

Nombre del Juego: Papers, Please

Año de publicación: 2014

Sinopsis: Papers, Please se ubica en el imaginario país de Arstoka, un país de Europa del Este de los años 80 el cual está sumido en la pobreza después de una guerra con sus vecinos y que no ha logrado superar sus conflictos políticos internos.

El rol del jugador es el de un funcionario de inmigraciones, que tiene que inspeccionar los documentos de quienes quieren cruzar la frontera. Las ganancias que se obtienen por ejercer este trabajo son las que permiten pagar la manutención y todo lo necesario para llevar una vida digna en Arstoka, de lo bien -o mal- que se haga el trabajo dependen los ingresos.

Con esta mecánica, aparentemente simple: revisar documentos, conseguir ingresos y sobrevivir económicamente; *Papers, please* plantea una serie de dilemas éticos y morales; por ejemplo, un matrimonio donde solo uno de los cónyuges tiene los papeles en regla, alguien con la documentación incompleta que ofrece un soborno a cambio de pasar la frontera o cuando se hace mal el trabajo y se filtra un terrorista que activa una bomba que termina con muchas vidas.

Papers, Please tiene muchos finales y plantea muchas preguntas acerca del bien particular frente al común y acerca de tomar posiciones en medio de realidades políticas complejas.

6.10.1 Funciones comunicativas encontradas:

Función de transmisión cultural:	Aunque el juego se ubica en un país inexistente, es claramente un artefacto de comunicación con el cual
----------------------------------	---

	el autor quiere transmitir un proceso social y cultural específico.
Función de refuerzo de las actitudes personales	Con los conflictos, sobre todo internos, que se plantean a lo largo de <i>Papers, Please</i> y con las múltiples opciones que existen para resolverlos, el jugador refuerza sus convicciones e ideas propias.

6.10.2 Estéticas (modelo MDA)

Expresión	Por medio de las decisiones que el jugador va tomando a medida que el juego se va desarrollando, se plantean una serie de preguntas internas que pueden llevar a un autodescubrimiento acerca de posiciones políticas y de cómo reaccionar frente a disyuntivas de índole ética.
Descubrimiento	El juego permite ir descubriendo diferentes aspectos de este país imaginario y de sus dinámicas internas.

6.10.3 Funciones comunicativas Vs Estéticas (MDA)

Función de transmisión cultural	Expresión
Función de refuerzo de las actitudes personales	Descubrimiento

7. RESULTADOS

7.1 ¿Los videojuegos son un medio de comunicación?

El objetivo principal de esta tesis era encontrar una forma de determinar si los videojuegos cumplen con la función de ser un medio de comunicación. Para poder resolver esta inquietud lo primero fue tratar de caracterizar qué es un medio de comunicación, después ver los estudios existentes acerca de los videojuegos y de estos como medios de comunicación.

Para poder entender qué es un videojuego, lo primero que se hizo fue tratar de pensar en los juegos -en general- como una actividad que es parte de la cultura y del desarrollo humano; y asumir los videojuegos como una manifestación del juego en plataformas electrónicas. Esto llevo a dos conclusiones: la primera fue, no todos los productos -o desarrollos- que hoy se denominan videojuegos tienen la connotación de ser productos lúdicos, es decir no todos tienen el componente de ocio o entretención que se asocia al juego, pero dado lo joven de este medio, tal vez este sea el término para usar por un tiempo. La otra conclusión es que el potencial comunicativo del videojuego excede al potencial comunicativo del juego en general, esto hace necesario establecer nuevos marcos teóricos y conceptuales acerca del videojuego como un fenómeno completamente nuevo.

7.2 ¿Quiénes están estudiando los videojuegos?

Para resolver la pregunta inicial de esta tesis y entender los fenómenos que se querían estudiar, fue preciso revisar el estado del arte de los estudios de videojuegos. Se puede encontrar cómo el desarrollo de los *Game Studies* es un espacio de investigación que cada día genera más interés y cómo estos se nutren de

profesionales de diferentes áreas como la filosofía, la historia, la sociología y por supuesto la comunicación. Tales estudios buscan analizar procesos de interacción, de diseño y comprender a los videojuegos como un espacio de representación. Algunos de los autores encontrados fueron: Gonzalo Frasca, Ian Bogost, Miguel Sicart , Jesper Juul y Henry Jenkins que son tal vez los que más se referenciaron a lo largo de esta tesis.

Por medio de estos autores lo que se hizo fue evidenciar cómo desde cada uno de sus planteamientos teóricos, se encontraban diferentes funciones de la comunicación en los videojuegos.

7.3 ¿Comunican los videojuegos?

Una forma para poder determinar si los videojuegos comunican, tomando como base la herramienta conocida como MDA, fue usar las ocho respuestas emocionales que, según este marco, los juegos evocan en los jugadores y equipararlas con las funciones comunicativas enunciadas por Lassweel y Merton.

Para poder corroborar este modelo se analizaron diez juegos en los cuales se ubicaron tanto sus funciones comunicativas como las sensaciones estéticas que se espera produzcan en los jugadores, los resultados fueron los siguientes.

7.3.1 Análisis de las funciones comunicativas de los videojuegos

Juegos →	1979: Revolution	That dragon cancer	Assassin's Creed Origins	Everything	Never Alone	Grand Theft Auto V	Night at the Woods	Where the water taste like wine	Ken Follets the pillars of the earth	Papers please
Funciones ↓										
Otorgadora de estatus o prestigio						X				
De refuerzo de las normas sociales						X				
Informadora	X	X	X		X	X		X		

Interpretadora	X	X		X	X	X	X			
De transmisión cultural	X	X	X	X	X		X	X	X	X
De entretenimiento						X			X	
De refuerzo de las actitudes personales				X						X
Disfunción narcotizante			X							

7.3.2 Análisis de las sensaciones estéticas de los videojuegos

Juegos →	1979: Revolution	That dragon cancer	Assassin's Creed Origins	Everything	Never Alone	Grand Theft Auto V	Night at the Woods	Where the water taste like wine	Ken Follets the pillars of the earth	Papers please
Sensaciones ↓										
Sensación		X	X	X						
Fantasía										
Narrativa	X	X	X		X	X	X	X	X	
Competición										
Social										
Descubrimiento				X	X	X			X	X
Expresión	X	X		X	X		X	X		X
Sumisión			X			X			X	

7.3.3 *Análisis de las funciones comunicativas vs las sensaciones estéticas*

Sensaciones	Sensación	Fantasía	Narrativa	Competición	Social	Descubrimiento	Expresión	Sumisión
Funciones↓								
Otorgadora de estatus o prestigio						X		
De refuerzo de las normas sociales								X
Informadora	X		XXXXX			X		
Interpretadora	XX		X			XXX	XX	
De transmisión cultural			XXX			X	XXXXXX	
De entretenimiento								X
De refuerzo de las actitudes personales						X		

7.4 Funciones comunicativas de los videojuegos

Se podría intentar usar las funciones comunicativas utilizadas como objeto de análisis y como categorías conceptuales para redefinirlas a partir de lo encontrado en los videojuegos examinados.

7.4.1 Función otorgadora de estatus o prestigio.

Esta función es una de las menos encontradas en los videojuegos, tal vez porque en los medios tradicionales este tipo de funciones están asociadas a la inmediatez y a lo informativo que son características ausentes en los videojuegos.

7.4.2 Función de refuerzo de las normas sociales.

Los videojuegos en la medida en que han servido para reflejar a la sociedad y por ende sus normas, así sea de una forma no explícita, han servido también como refuerzo de normas sociales existentes.

Por ejemplo, hasta hace poco en Alemania estaba prohibido el uso de símbolos Nazis como la esvástica en los videojuegos. Es evidente que esta prohibición tenía por finalidad reforzar una norma social establecida; en este caso se trata de un tema sensible que Alemania tal vez no quisiera recordar.

7.4.3 Función informadora

Algunos videojuegos se basan en situaciones tomadas de la realidad, al hacer esto están entregando información (datos y detalles) acerca del momento que están recreando. Estas representaciones pueden estar apoyadas en hechos específicos o ser simplemente el reflejo de un fenómeno social indeterminado y de acuerdo con el nivel de detalle de la interpretación o al énfasis de lo que se quiere mostrar, los

videojuegos son capaces de entregar información de los diferentes actores que simbolizan.

Si se asume que los videojuegos tienen esta función informadora, también se debe asumir que heredan los vicios de los medios existentes. En este punto se podría hacer la reflexión de Dominique Wolton (2011) acerca de si Informar no es comunicar, y es probable que se esté incurriendo en estas mismas prácticas.

El punto interesante en la representación que hacen los videojuegos está en la capacidad de generar dilemas y diferentes soluciones a estos. Es diferente informar - sin comunicar- acerca de una tensa situación fronteriza, a interpretar (como jugador) a un inspector de migración y tener que tomar *activamente* decisiones frente a las disyuntivas -éticas y morales- que surgen de la situación geopolítica del país representado, como pasa en el juego reseñado Papers, Please.

7.4.4 Función interpretadora

Los videojuegos son capaces de presentar información de la realidad, pero pueden ir más lejos. Son idóneos para generar representaciones complejas y detalladas de situaciones geopolíticas y sociales.

Pero donde realmente está palpable esta función interpretadora, es en la posibilidad que tiene el jugador de desenvolverse como un actor de la realidad representada. Y es en esa representación, donde el jugador convertido en “actante y narratario” (Suárez, 2017, p. 4) tiene el poder de adquirir todas las claves interpretativas entregadas por el autor del videojuego.

En un videojuego se vive en Possum Springs, en medio de la desesperanza de una generación perdida como la de *Night at the woods*; se vive la revolución iraní a

través de los ojos de un fotógrafo torturado en *1979 Revolution*; o se vive el día a día de un soldado del antiguo Egipto.

7.4.5 *Función de transmisión cultural*

Los videojuegos tienen la capacidad de representar entornos geográficos, realidades políticas, formas de vida y situaciones sociales específicas. De igual forma son capaces de incorporar metáforas, mitos y narraciones a lo largo de las dinámicas que se van construyendo a través de las mecánicas del juego.

En el proceso de transmisión cultural se pueden resaltar videojuegos que transmiten objetivos e ideales de sociedades existentes, como en el caso de *Never Alone* o *Where The Water Taste Like Wine*, los cuales buscan compartir visiones del mundo al cual pertenecen, en este caso el pueblo esquimal y de la mitología norteamericana, respectivamente. Pero también podríamos hablar de procesos de enculturación cuando el jugador se ve en la necesidad de conocer y de apropiarse de cosmogonías totalmente nuevas, construidas únicamente para el mundo ludoficcional del videojuego, este es el caso de títulos como *Skyrim* o *World of Warcraft*, entre otros.

7.4.6 *Función de entretenimiento*

Tal vez esta sea la función más fácil de identificar en los videojuegos. Desde su misma génesis estos han estado asociados a ser un producto de entretenimiento y al convertirse en productos de consumo masivo, se han convertido en un vehículo perfecto para el ocio.

La asociación videojuego - entretenimiento es casi que instintiva. Y se considera que una característica *de facto* de un videojuego es ser divertido, así esto no sea necesariamente obligatorio, como se vio en el capítulo tal 4.2.3.2 inamitar la diversión

7.4.7 *Función de refuerzo de las actitudes personales*

Los videojuegos son productos que hoy en días están omnipresentes, es tal la variedad de títulos existentes, sumados a los que aparecen cada día que se podría decir que existe – o va a existir- un videojuego para cada tipo de persona. En esa medida cada audiencia está en la capacidad de escoger los juegos, o los géneros que más se adecuen a su personalidad. Richard Bartle define los siguientes tipos de jugadores(Bartle, 2004, p. 159) :

- Los triunfadores
 - Planificador
 - Oportunista
- Los exploradores
 - Científico
 - Hacker
- Socializadores
 - Empáticos
 - Amigables
- Asesinos
 - Político
 - Violentos

Los videojuegos servirían como refuerzo a actitudes e ideas propias más que a cambiarlos.

7.5 Conclusiones de los resultados

Revisando los resultados obtenidos producto de la investigación de autores, del análisis de videojuegos, del marco de análisis propuesto y de la revisión de las diferentes funciones comunicacionales obtenidas, se puede concluir que los videojuegos cumplen un rol en la sociedad contemporánea que es asimilable -por no decir que igual- al de cualquier medio de comunicación existente.

La capacidad de representar, informar, transmitir, entretener, etc., sumado a características adicionales como la interactividad o la convergencia, provenientes de ser un producto digital, hacen de los videojuegos una forma de comunicación totalmente válida y fiel representante del momento histórico en el que se desarrolló.

Pero más allá de esta conclusión, o más bien de esta validación, de los videojuegos como forma de comunicación, surgen otros interrogantes.

8. DISCUSIÓN

Si los videojuegos funcionan como un medio de comunicación es necesario hacerse varias preguntas en torno a esa idea. ¿deberían estos cumplir con una función social? ¿aplican las mismas funciones comunicativas de los medios ya establecidos? ¿funcionan bajo las estructuras de poder actuales?

Y también surgen preguntas que se deberían hacerle a cualquier medio de comunicación que este irrumpiendo en la sociedad, como, por ejemplo: ¿cuál es su alcance como medio? ¿cuáles son sus limitaciones? ¿las limitaciones están dadas

por una construcción creativa, por acceso a los modos de producción, por intereses personales, políticos?

En los medios ya establecidos se producen hibridaciones o fenómenos convergentes como periodismo con comics, como el trabajo de Joe Sacco, historias interactivas vía Netflix, documentales en Realidad Virtual como Carne y Arena de Alejandro Iñárritu, solo por nombrar a algunos; dentro de estos fenómenos de convergencia que puesto ocupan o pueden ocupar los videojuegos. Lipovestky adelantaba algo de esto (Lipovetsky et al., 2009, p. 290) : “La frontera se diluye aquí: películas concebidas como videojuegos, videojuegos concebidos como películas.”

En contraposición a esto algunos medios han perdido su potencial comunicativo volviéndose casi unifuncionales, el cine ha ido perdiendo su capacidad informativa y hoy en día es casi que un producto que sirve exclusivamente como herramienta narrativa o de diversión, la función informativa del cine se perdió y lo único que sobreviven son los documentales que cada vez tienen una distribución más restringida en este formato, y la función del cine como expresión artística está siendo absorbida por el video. Por el contrario, la radio perdió su capacidad de contar historias y se convirtió en un medio noticioso o de entretenimiento, restringiéndose este último al ámbito de lo musical y relegando las narraciones a un hijo de la radio y de internet: los podcasts, los cuales están rescatando el poder de la narrativa en un medio exclusivamente sonoro.

La televisión está en un proceso de evolución debido a la llegada de plataformas OTT como Netflix y está mutando en algo totalmente diferente, un medio en el cual las reglas de establecidas que parecían inmutables cambian y además están llegando nuevos jugadores inesperados a este campo.

En medio de esta vorágine actual de formas de comunicación, aparece este actor que son los videojuegos con ciertas características que hacen pensar que es único y que despierta interés por su capacidad de generar inmersión, de permitir la experimentación, de dar libertad al jugador, de contar historias, de enseñar, de reflexionar, lo cual hace que la tarea de estudiarlo sea necesaria; pero además porque tiene su origen en una de las más bellas expresiones del sentir humano, el juego.

9. REFERENCIAS

- Abela, J. A., & Andaluces (Sevilla), F. C. de E. (2002). *Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
Recuperado de <https://books.google.com.co/books?id=8sjXNAAACAAJ>
- Adrián Suárez Mouriño. (2017). *La narración de las interacciones* (Tesis doctoral).
Universidade Da Coruña.
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*.
Murcia: Universidad de Murcia, ICE : Diego Marín.
- Barrera Morales, M. F. (2007). *Técnicas de análisis en investigación: análisis semántico, de signos, significados y significaciones*. Venezuela: Sypal.
- Bartle, R. A. (2004). *Designing virtual worlds*. Indianapolis, Ind: New Riders Pub.
- Bogost, I. (2006). *Unit operations: an approach to videogame criticism*. Cambridge,
Mass: MIT Press.
- Bogost, I. (2017, abril 25). Video Games Are Better Without Stories. *The Atlantic*.
Recuperado de <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/04/video-games-stories/524148/>
- Caillois, R., & Ferreiro Santana, J. (1994). *Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Confirmed: Grand Theft Auto 5 breaks 6 sales world records. (2013, octubre 8).
Recuperado el 8 de agosto de 2018, de
<http://www.guinnessworldrecords.com/news/2013/10/confirmed-grand-theft-auto-breaks-six-sales-world-records-51900>
- Eco, U. (1978). *La estructura ausente: introd. a la semiótica*. Barcelona: Ed. Lumen.

- Gibson, J. (2015). *Introduction to game design, prototyping, and development: from concept to playable game-with Unity® and C#*. Upper Saddle River, NJ: Addison-Wesley.
- Gonzalo Frasca. (2007). *Play the Message* (Ph.D. Dissertation). Denmark.
- Huizinga, J. (2010). *Homo ludens*. Madrid: Alianza.
- Hunicke, R., LeBlanc, M., & Zubek, R. (2004). MDA: A formal approach to game design and game research. En *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI* (Vol. 4, pp. 1–5). AAAI Press San Jose, CA.
- Italo Capasso. (2016). *Diseño de Videojuegos*. Clase, GameUp.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona [etc.: Paidós.
- La problemática con la palabra videojuego y la ruptura con la diversión. (2017, octubre 23). Recuperado el 9 de febrero de 2018, de <http://www.presura.es/2017/10/23/la-problematica-la-palabra-videojuego-la-ruptura-la-diversion/>
- Lipovetsky, G., Moya, A.-P., & Serroy, J. (2009). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- MacDonald, K. (2018, marzo 27). "We give access to a lost world": Assassin's Creed's new life as a virtual museum. *The Guardian*. Recuperado de <http://www.theguardian.com/games/2018/mar/27/assassins-creeds-origins-discovery-tour-virtual-museum-ancient-egypt-ubisoft>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- Moragas Spà, M. de. (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Murray, J. H. (1999). *Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. London; New York: Routledge. Recuperado de <http://www.taylorfrancis.com/books/9780203642900>
- Periodismo y Videojuegos. Nuevas formas de contar. (2017, marzo 26). Recuperado el 5 de marzo de 2018, de <http://www.presura.es/2017/03/26/periodismo-videojuegos-nuevas-formas-contar/>
- Schell, J. (2015). *The art of game design: a book of lenses*. Recuperado de <http://proquest.safaribooksonline.com/?fpi=9781466598645>
- Videojuego crítico diseño de simulaciones inmersivas como artefactos para la resistencia cultural*. (2015). UNIVERSIDAD JAVERIANA, Bogotá.
- Wolf, M. J. P., & Perron, B. (Eds.). (2003). *The video game theory reader*. New York ; London: Routledge.
- Wolton, D. (2011). *Informar no es comunicar contra la ideología tecnológica*. Barcelona: Gedisa.