

# OBRA DIGITAL

e-ISSN 2014-5039

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay

## **Equipo Editorial / Editorial Team**

- Dra. Ruth S. Contreras Espinosa. Profesora, Facultad de Empresa y Comunicación. Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dra. Cecilia Ugalde. Profesora, Escuela de Comunicación, Universidad del Azuay, Ecuador

## **Asistentes de dirección / Director's Assistant**

- Dra. Catalina González. Profesora, Escuela de Comunicación, Universidad del Azuay, Ecuador
- Juan Carlos Lazo Galán. Profesor, Escuela de Diseño, Universidad del Azuay, Ecuador
- Dra. Raquel Godinho Paiva. Profesora, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense- IFSul, Brasil

## **Editores asociados / Associate editors**

- Dr. Antonio César Moreno Cantano, Universidad Complutense de Madrid, España.
- Dra. Ruth García Martín, Universidad de Castilla-La Mancha y Universidad Isabel I, España.

## **Comité Científico / Scientific Committee**

- Dr. Hernane Borges de Barros Pereira, Faculdade de Tecnologia SENAI CIMATEC Universidade do Estado da Bahia, Brasil
- Dr. Carlos A. Scolari. Profesor, Universitat Pompeu Fabra, España

- Dr. Joaquim Marqués, Universitat de Girona, España
- Dr. Joan-Francesc Fondevila, Universitat Pompeu Fabra, España
- Dra. Amparo Huertas Bailén, Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, España
- Dr. José Luis Terrón. Investigador, Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, España
- Dr. João Mattar. Profesor, Pontificia Universidad Católica de São Paulo, Brasil
- Dr. Daniel Mill. Profesor, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
- Dr. António Moreira Teixeira. Profesor, Universidade Aberta, Portugal
- Dra. Barbara Scifo. Profesora, Università Cattolica del Sacro Cuore, Italia
- Dr. Oscar García Panella. Profesor, Escola de Noves Tecnologies Interactives. Universitat de Barcelona, España
- Dr. Ibrahim Kushchu. Profesor, International University of Japan, Japan
- Dra. Clara Fernandez Vara, New York University, Estados Unidos
- Dr. João Carlos Massarolo, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
- Dra. Mito Akiyoshi, Shensu University, Japón
- Dr. Luis Navarrete, Universidad de Sevilla, España
- Dr. Alexandre Pereda, Barcelona Media, España
- Dra. Giorgia Miotto, Profesora, Universidad Ramon Llull, España

- Dra. Lourdes Cilleruelo Gutierrez. Profesora, Universidad del País Vasco, España
- Dra. Carla Medeiros. Profesora, Escola Superior de Comunicação Social, Portugal
- Dra. Ana Castillo Díaz. Profesora, Universidad de Malaga, España
- Dra. Rosangella Leote. Profesora, Universidade Estadual Paulista, Brasil
- Dr. Renato Hildebrand. Profesor, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
- Dra. Evani Andreatta Amaral Camargo. Profesora, Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil
- Dr. Gilberto Alexandre Sobrinho. Profesor, Universidade Estadual de Campinas, Brasil
- Dra. Dora Ivonne Álvarez Tamayo. Profesora, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México
- Dra. Elizabeth Bianconcini de Almeida. Profesora, Universidade Católica de São Paulo, Brasil
- Dr. Xavier Ginesta. Profesor, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Santos M. Mateos Rusillo. Profesor, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Jordi De San Eugenio Vela. Profesor, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
- Dr. Joan Frigola Reig. Profesor, Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España

- Dra. Pilar Acosta Márquez. Profesora, Universidad Veracruzana, México.

### **Documentalista / Documentalist**

- Mercè Montanyà Comelles, Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya, España

### **Diseño Gráfico / Graphic Design**

- Diana Marcela Torres Lucero, Profesora, Open University, Universidad del Azuay, Ecuador

### **Soporte técnico / Technical Support**

- Josep Maria Vilar. Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España

### **Consejo Técnico de redacción / Technical Writing advice**

- Oriol Ripoll, Universidad de Vic Universidad Central de Cataluña, España
- Paúl Arpi, Unidad de Idiomas, Universidad del Azuay, Ecuador

# OBRA DIGITAL

EDITORIAL

E

pp.6-9

## El campo de los estudios del juego

The field of the game studies

*O campo de estudos de jogos*

Ruth S. Contreras Espinosa

PRESENTACIÓN

P

pp.10-13

## Narrativas videolúdicas y sociedad digital: la problemática contemporánea en formato píxel

Videoludic narratives and digital society: contemporary issues in pixel format

*Narrativas videolúdicas e sociedade digital: problemas contemporâneos em formato píxel*

Antonio César Moreno Cantano  
Ruth García Martín

1

pp.15-30

## Videojuegos y ciudadanía global: análisis de aplicabilidad de Never Alone en contextos educativos

Videogames and global citizenship: analysis of the applicability of Never Alone in an educational context

*Videogames e cidadania global: análise da aplicabilidade do Never Alone em contextos educacionais*

Marta Pérez Pereiro  
Iria Sobrino Freire  
Marta Rodríguez Castro

2

pp. 31-47

## "Llámame por mi nombre": análisis de las estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad en el videojuego

"Call Me by My Name": Analysis of the Strategies of Bisexual Erasure and Stereotyping in Video Games

*"Me chame pelo meu nome": análise das estratégias de erosão e estereótipo da bissexualidade no videogame*

Carlos Ramírez-Moreno

3

pp. 49-65

## Características democráticas en videojuegos de simulación de gobierno

Democratic Characteristics in Government Simulation Video Games

*Características Democráticas em Videogames de Simulação de Governo*

Carlos Moreno Azqueta

4

pp. 67-80

## Tecnacionalismo y reconstrucción del pasado en China a través de videojuegos

Techno-nationalism and reconstruction of the past in China through video games

*Tecnacionalismo e reconstrução do passado na China através de videogames*

Antonio César Moreno Cantano

5

pp. 81-96

### **Empoderamiento en la representación de los personajes femeninos de videojuegos. Sensibilización ante problemas sociales con The Last of Us Parte II**

Empowerment in the representation of female characters in video games. Raising awareness of social problems with The Last of Us Part II

*Empoderamento na representação de personagens femininos de videogames. Conscientização de problemas sociais com The Last of Us Part II*

Guillermo Paredes-Otero

6

pp. 97-110

### **Ludonarrativas concienciadas. Aventuras narrativas para promover la representación de colectivos minoritarios**

Sensitized ludonarratives. Narrative adventures to promote the representation of minority groups

*Ludonarrativas conscientes. Aventuras narrativas para promover a representação de grupos minoritários*

Alberto Porta-Pérez

7

pp. 111-125

### **Flash, Newgrounds y la confluencia entre la historia de Internet y el videojuego**

Flash, Newgrounds and the convergence between the story of the Internet and video games

*Flash, Newgrounds e a convergência entre a história da Internet e os videogames*

Tomás Grau de Pablos

8

pp. 127-143

### **El videojuego como campo de batalla: Estudio de caso de Rusia**

The video game as a battlefield: Russia case study

*O videogame como campo de batalha: um estudo de caso da Rússia*

Jose Antonio Moya Martínez

9

pp. 145-160

### **Scrubbing up on-line: How best practice hospital websites can drive medical tourism**

*"Scrubbing up on-line": cómo los sitios web de hospitales con mejores prácticas pueden impulsar el turismo médico*

*"Scrubbing up on-line": como boas práticas de websites hospitalares podem impulsar o turismo médico*

Natàlia Ferrer-Roca  
Sílvia Espinosa-Mirabet  
Andréa Oliveira

10

pp. 161-172

### **¿Quién teme al Lobo Feroz? Representación de los miedos infantiles a través del videojuego independiente *Fobos***

Who is afraid of the big, bad wolf? Representation of childhood fears through independent video game *Fobos*

*Quem tem medo do lobo mal? Representação dos medos da infância através do videogame independente Fobos*

Rocío Serna-Rodrigo  
Albert Sarlé Solé

ÍNDICE

# E

## El campo de los estudios del juego

*The field of the game studies*

*O campo de estudos de jogos*

EDITORIAL

### Ruth S. Contreras Espinosa

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya  
Profesora del Departamento de Comunicación. Editora de la revista Obra Digital.

ruth.contreras@uvic.cat  
orcid.org/0000-0002-9699-9087

#### **Resumen:**

Los estudios del juego han sido concebidos básicamente como un campo interdisciplinario que ha intentado desarrollar un marco amplio para el estudio de los juegos (aquí se incluyen videojuegos, juegos de mesa e historias interactivas). En ellos se han descrito experiencias de desarrolladores y de las comunidades que los rodean, así como ontologías, metodologías, etc. Sin embargo, es necesario continuar investigando en el área de los juegos, integrando nuevas direcciones de los estudios con la intención de abrir el campo a nuevas ideas y personas.

#### **PALABRAS CLAVE**

Videojuegos, Sociedad digital, Estudios del juego.

#### **Abstract:**

Game studies have basically been conceived as an interdisciplinary field that has attempted to develop a broad framework for the study of games (this includes video games, board games and interactive stories). They have described the experiences of developers and the communities that surround them, as well as ontologies, methodologies, etc. However, it is necessary to continue researching around games, integrating new directions of studies with the intention of opening the field to new ideas and people.

#### **KEYWORDS**

Video games, Digital society, Game studies.

## Resumo

Os estudos de jogos foram concebidos basicamente como um campo interdisciplinar que tentou desenvolver uma ampla estrutura para o estudo de jogos (incluindo videogames, jogos de tabuleiro e histórias interativas). Eles descreveram experiências de desenvolvedores, das comunidades que os cercam, bem como

ontologias, metodologias etc. No entanto, é necessário continuar pesquisando na área de jogos, integrando novos rumos de estudos com a intenção de abrir o campo para novas ideias e pessoas.

## PALAVRAS-CHAVE

Videogame, sociedade digital, estudo de jogos.

---

Los estudios del juego o *game studies* pueden verse como una corriente de investigación sobre videojuegos, juegos digitales y juegos en general que llega a principios de la década de 2000 con el auge de los videojuegos como pasatiempo popular, pero además se une a este auge el hecho de que se hayan consolidado algunas revistas académicas (Stenros & Kultima, 2018). Concebida como un área interdisciplinaria y con investigadores expertos en muy diversos campos de estudio, ha intentado definir un marco coherente para estudiar los juegos en donde diseñadores, desarrolladores y académicos describen sus experiencias, metodologías, previsiones y análisis, entre otras cosas, y dan visibilidad e importancia a las comunidades que surgen alrededor de los juegos.

En los últimos años se han realizado algunos intentos para medir el alcance de los temas investigados en este campo. Por ejemplo, se han realizado análisis bibliométricos con la intención de establecer datos y detectar cuáles son los temas más investigados o las comunidades que se observan alrededor de ellos (Melcer et al., 2015), además de clasificar los juegos y sus géneros derivados (Coavoux et al., 2017). Pero, aunque con el tiempo hayan crecido estas voces que incluyen la investigación de diversos juegos (no solo digitales) sino también todos aquellos fenómenos adyacentes, es evidente que aún contamos con una investigación limitada en el estudio de juegos. Faltan estudios

con énfasis en estudios cognitivos, inteligencia artificial, aprendizaje informal (Scolari & Contreras-Espinosa, 2019) o en otras áreas más técnicas.

Deterding (2017) destaca que los *game studies* se formaron inicialmente para ser una disciplina “paraguas”, que se ha convertido en una subcomunidad dentro de la investigación de juegos. Además, señala que el éxodo de académicos de las áreas de la comunicación y la psicología a esta área ha servido para ampliar el estudio de los juegos, con lo que hemos ganado en nuevas investigaciones, enfoques y puntos de vista. Básicamente, los estudios del juego hoy en día cuentan con académicos de áreas como las humanidades, las ciencias sociales, la comunicación, el diseño centrado en el usuario, etc. y un gran grupo de adeptos a su estudio como fenómeno cultural. Deterding sugiere además que en este campo ha ocurrido algo similar a lo que ocurrió con el cine, al abordar predominantemente lo social y la cultura, y después ir a cuestiones mucho más técnicas.

Pero debemos tomar en cuenta que hace falta también revisar el panorama de los juegos actuales, así como la variedad de fenómenos que ahora se incluyen en el concepto “juego”. Podrían incorporarse en la definición no solo los videojuegos, los juegos de mesa o las historias interactivas. Falta incorporar los eSports y muchas otras actividades que no se clasifican fácilmente como juegos pero que actualmente

comparten algunos aspectos o infraestructura digital. Los conceptos y clasificaciones creados hace años alrededor del juego puede que sean limitantes o poco amplios para las dinámicas establecidas actualmente y para las prácticas de juego que utilizan los jugadores ahora. Además, falta ahondar en la situación de la mujer en los juegos, en otros colectivos (Fron et al., 2007), en las razas (Gray, 2012) y en las situaciones laborales de los trabajadores de la industria (Hammar et al. 2020). Es necesario alejarnos de clasificaciones binarias y visualizar un camino hacia las clasificaciones fluidas e inclusivas.

Incluso es necesario investigar nuevas metodologías, tanto en el sentido de enfoques sobre cómo analizar los juegos, o en cómo debemos seleccionar juegos que queremos analizar. Coavoux et al. (2017) indican que en cualquier campo de investigación, especialmente en la cultura o en las artes, los gustos personales de los investigadores son muy importantes en la elección de los objetos de investigación. Por lo tanto, al profundizar en las metodologías utilizadas actualmente en las investigaciones relacionadas con juegos, estaríamos teniendo en cuenta esa ruta que siguen los investigadores. Considero que debemos abrirnos a nuevos conceptos, aceptar nuevas elecciones de los investigadores, pero además incluir nuevas metodologías para concebir nuevos estudios. De acuerdo con Pettman (2019), deberíamos adoptar un nuevo enfoque para examinar los procesos y condiciones que nos permitan estudiar los juegos de otra forma. Podríamos ver el otro lado de la moneda integrando nuevas direcciones de los estudios, de la misma manera que se ha hecho con otras áreas con mayor tradición. Esto ayudaría incluso a reducir la barrera percibida para los recién llegados a estos estudios, pues abriría el campo a nuevas ideas y personas.

Los artículos contenidos en este monográfico representan un testimonio de esa necesidad de continuar investigando en el área de los juegos. Por ello nos dimos a la tarea de hacer un hueco al área de los *game studies* y a nuevos rostros en la revista *Obra Digital*. El lector encontrará una gran variedad de artículos que estudian el videojuego desde el punto de vista de la educación, un análisis sobre la estereotipación de la bisexualidad, la gestión de una comunidad política, o la importancia del medio lúdico para favorecer ideologías. Se incluye asimismo en el monográfico un estudio sobre el empoderamiento de las mujeres mediante el análisis la obra de *The Last of US parte II* y se reflexiona sobre cómo las narrativas promueven un pensamiento crítico. Finalmente, se destaca la importancia de *Flash* en la configuración de diversos movimientos artísticos ligados al ámbito virtual.

Se trata de un número muy especial para nosotras no solo por los artículos reunidos en el monográfico, sino además porque a partir de este número la revista *Obra digital* cambiará su equipo y actividad. De la misma manera que los estudios del juego se enfrentaron a cambios, esta ha de definir un marco nuevo de trabajo. Los cambios son inevitables pero necesarios para dar sentido a nuestros objetivos. Solo me queda por decir: muchas gracias a todos los lectores y autores que nos han acompañado en todos estos años. No quiero cerrar sin dar las gracias públicamente a la Dra. Cecilia Ugalde Sánchez, mi amiga y colega; gracias por todo su trabajo y constante implicación a lo largo de esta etapa. Espero que disfruten este número dedicado a los videojuegos tanto como nosotras hemos disfrutado editándolo.



## REFERENCIAS

- Coavoux, S., Boutet, M., & Zabban, V. (2017). What We Know About Games: A Scientometric Approach to Game Studies in the 2000s. *Games and Culture*, 12(6), 563–584. <https://doi.org/10.1177/1555412016676661>
- Deterding, S. (2017). The Pyrrhic Victory of Game Studies: Assessing the past, Present, and Future of Interdisciplinary Game Research. *Games and Culture*, 12(6), 521–543. <https://doi.org/10.1177/1555412016665067>
- Fron, J., Fullerton, T., Morie, J. F., & Pearce, C. (2007). *Playing Dress-Up: Costumes, roleplay and imagination*. Philosophy of Computer Games Conference, Universidad de Gales (Reino Unido). [http://gamephilosophy.org/wp-content/uploads/confmanuscripts/pcg2007/Pearce\\_PaperPCG2007.pdf](http://gamephilosophy.org/wp-content/uploads/confmanuscripts/pcg2007/Pearce_PaperPCG2007.pdf)
- Gray, K. L. (2012). Deviant bodies, stigmatized identities, and racist acts: Examining the experiences of African-American gamers in Xbox Live. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 18(4), 261–276. <https://doi.org/10.1080/13614568.2012.746740>
- Hammar, E. L., Wildt, L. de, Mukherjee, S., & Pelletier, C. (2020). Politics of Production: Videogames 10 years after *Games of Empire*. *Games and Culture*. <https://doi.org/10.1177/1555412020954996>
- Melcer, E. F., Nguyen, T.-H. D., Chen, Z., Canossa, A., El-Nasr, M. S., & Isbister, K. (2015). *Games research today: Analyzing the Academic Landscape*. Proceedings of the 10th International Conference on the Foundations of Digital Games (FDG 2015), Pacific Grove (EE. UU.).
- Pettman, D. (2021, noviembre 23). The Species Without Qualities: Critical Media Theory and the Posthumanities. B2O the online community of the *boundary 2* editorial collective. <https://www.boundary2.org/2019/04/the-species-without-qualities-critical-media-theory-and-the-posthumanities/>
- Scolari C. A., & Contreras-Espinosa, R. S. (2019). How do teens learn to play video games? Informal learning strategies and video game literacy. *Journal of Information Literacy*. 13(1), 45-61. <https://doi.org/10.11645/13.1.2358>
- Stenros, J., & Kultima, A. (2018). On the Expanding Ludosphere. *Simulation & Gaming*, 49(3), 338–355. <https://doi.org/10.1177/1046878118779640>



# Narrativas videolúdicas y sociedad digital: la problemática contemporánea en formato pixel

*Videoludic narratives and digital society: contemporary issues in pixel format*

*Narrativas videolúdicas e sociedade digital: problemas contemporâneos em formato pixel*

PRESENTACIÓN

## Antonio César Moreno Cantano

Universidad Complutense de Madrid (España)

El Dr. Antonio César Moreno es Profesor asociado en el Departamento de Relaciones Internacionales e Historia Global de la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del grupo de investigación Seguridad, Cooperación y Comunicación en la Sociedad Internacional de la UCM (UCM-971010-GR96/20). Sus últimas publicaciones están centradas en la representación de las principales problemáticas internacionales en diferentes formatos, como las novelas gráficas y los videojuegos.

antmor03@ucm.es

<https://orcid.org/0000-0003-1008-2831>

## Ruth García Martín

Universidad de Castilla-La Mancha y Universidad Isabel I (España)

La Dra. Ruth García actualmente imparte docencia en el área de Educación Plástica y visual en la UCLM y en la Universidad Isabel I, y también Gamificación y Juegos serios en esta última. Sus principales líneas de investigación son, por un lado, arte, educación y videojuegos y la pervivencia del mundo clásico, y, por otro, la plasmación de ideología, política e identidad en el mundo videolúdico.

ruth.garcia@uclm.es / ruth.garcia.martin@ui1.es

<https://orcid.org/0000-0002-0879-5712>

---

### Resumen:

El presente monográfico pretende reflexionar cómo desde el mundo del videojuego se pueden mostrar y estudiar aspectos como la soledad, la muerte, las guerras, las crisis humanitarias, el ecologismo o las identidades. Para ello, aplicando un enfoque holístico que combina los game studies, la sociología, las relaciones internacionales, los estudios culturales o los estudios de género, un variado elenco de

especialistas sobre el tema aprovecha las potencialidades del medio para hacer un retrato novedoso y complejo de todo aquello a lo que podemos jugar, que no es ni más ni menos que nuestra realidad, con todas sus aristas.

### PALABRAS CLAVE

Videojuegos, Problemáticas contemporáneas, Sociedad digital, *Game studies*.

**Abstract:**

This monograph aims to reflect on how the world of video games can show and study aspects such as loneliness, death, wars, humanitarian crises, environmentalism, and identities. To this end, a varied cast of specialists on the subject, applying a holistic approach that combines game studies, sociology, international relations, cultural studies, and gender studies, take advantage of the potential of the medium to make a novel and complex portrait of everything we can play, which is nothing else than our reality, with all its edges.

**KEYWORDS**

Video games, Contemporary issues, Digital society, Game studies.

**Resumo**

Esta edição tem como objetivo refletir sobre como aspectos como solidão, morte, guerras, crises humanitárias, ambientalismo ou identidades podem ser mostrados e estudados a partir do mundo dos videogames. Para isso, um elenco variado de especialistas no assunto, aplicando uma abordagem holística que combina *game studies*, sociologia, relações internacionais, estudos culturais ou estudos de gênero, aproveita o potencial do meio para fazer um retrato novo e complexo de tudo que podemos jogar, que não é nem mais nem menos do que a nossa realidade, com todos os seus cisalhamentos e arestas.

**PALABRAS-CHAVE**

Videogame, Problemas contemporâneos, Sociedade digital, *Game studies*.

Nuestras sociedades son cada vez más lúdicas y el videojuego es uno de los espacios donde se construye gran parte de la subjetividad y la educación estética de la población, incluida la más joven. El videojuego, en sus diferentes géneros y categorizaciones, tiene un enorme poder de centralidad y representación social debido a su relación con la construcción de identidades culturales, la diversidad de sus formas expresivas o su proyección como lenguaje universal. Tanto desarrolladores como la comunidad de jugadores son capaces de proyectar en los mismos las realidades que les son cercanas.

Como artefacto cultural, el videojuego lleva implícita una ideología, la cual, al igual que la construcción del significado, se plasma y se realiza a través de la experiencia de juego, comúnmente conocida como jugabilidad. Como tal, lleva aparejado problemáticas de carácter político, económico o social a aquellas: los conflictos bélicos, las crisis humanitarias (hambunas, refugiados), las consecuencias del neoliberalismo, el cambio climático, la soledad, el suicidio,

la identidad sexual, el racismo o la marginación son solo algunas de ellas.

En este sentido, los videojuegos deben ser entendidos como prácticas socioespaciales en las que el mundo físico y el espacio lúdico se retroalimentan mutuamente, especialmente en aquellos videojuegos que reflejan conflictos bélicos inspirados en situaciones reales o plausibles, como es el caso de la franquicia *Tom Clancy's The Division* (2016-2018) o visiones del mundo de marcado carácter colonialista como la saga de videojuegos de estrategia *Sid Meier's Civilization* (1991-2016). Si bien, como ocurre con otros medios, gran parte de las propuestas se alinean con el *status quo*, existen otras más arriesgadas que temas como la soledad, las relaciones o las consecuencias de las crisis económicas como pueden ser *Night in the Woods* (Infinite Fall, 2017), *The Stillness of the Wind* (Fellow Traveller, 2019) o *Kentucky Route Zero* (2011-2020).

Al ser un medio eminentemente interactivo, el videojuego como medio expresivo-artístico

permite explorar los temas propuestos por cada título particular de una forma totalmente diferente y activa respecto de los medios predecesores. Con este monográfico pretendemos que se analice en profundidad cómo algunas problemáticas típicas de nuestra época y sociedades se plasman en los mundos videolúdicos y a través de los elementos definitorios del lenguaje del medio. No puede existir una ciudadanía plena sin una alfabetización lúdica en la que pueda acceder al videojuego, pueda entender cómo es su significación y pueda crear contenido a través del medio.

Los artículos contenidos en este monográfico testimonian, una vez más, el auge de la representación del videojuego en múltiples eventos culturales y académicos, desde exposiciones (*Games and Politics; Videojuegos. Los dos lados de la pantalla; Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente*) publicaciones en medios especializados (Moreno y Venegas, 2020; Martín y Navarro, 2021; Gómez-García et al., 2021), o relevantes encuentros de expertos como el I Congreso Internacional de DIGRA España 2021, celebrado en Mataró en diciembre del año pasado. Estos eventos son ejemplos muy relevantes del interés que siguen provocando estos “artefactos culturales videolúdicos”. Quizá su éxito no sea tanto ser un fiel espejo de la realidad que nos rodea sino su capacidad para emocionarnos al ponernos frente a la pantalla. Como ya vaticinaba Electronic Arts en 1983, “los videojuegos acercarán el pensamiento y los sentimientos de las personas” (Anable, 2018: IX)

En ese sentido, el artículo “Videojuegos y ciudadanía global: análisis de aplicabilidad de *Never Alone* en contextos educativos” analiza cómo aún persiste cierta resistencia al uso de los videojuegos en el aula por parte de docentes y padres. Razón por la que Marta Pérez, Iria Sobrino y Marta Rodríguez proponen un modelo de análisis para medir la adecuación de los vi-

deojuegos al entorno educativo desde la perspectiva de la educación para el desarrollo y la ciudadanía global, combinando metodologías propias de esta corriente con otras específicas del estudio de videojuegos y aplicándolo al caso de *Never Alone*.

Carlos Ramírez se propone en su investigación “Llámame por mi nombre: análisis de las estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad en el videojuego” una categorización de las principales estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad en el medio videolúdico, con el fin de profundizar en la calidad de su representación y en las características que hacen del videojuego un medio singular para este propósito.

En “Características democráticas en videojuegos de simulación de gobierno”, Carlos Moreno realiza un estudio de las características democráticas presentes en la relación entre el jugador y los ciudadanos virtuales en diversos videojuegos de gestión de una comunidad política. En la investigación realizada se analizan diversos mecanismos de contrapoder ciudadano informal a partir de la representación de un conflicto político y legítimo o enmarcado en un problema de productividad o delincuencia, y en la que se observan importantes déficits en las dimensiones de deliberación y participación en la toma de decisiones, para lo cual se proponen algunas mecánicas alternativas.

Seguidamente Antonio César Moreno plantea en “Tecnonacionalismo y reconstrucción del pasado en China a través de videojuegos” un análisis de cómo los diferentes organismos educativos y culturales del país asiático, especialmente desde la campaña de Educación Patriótica de Jiang Zeming, han utilizado el formato de los videojuegos para favorecer el nacionalismo y reescribir el pasado de China a través del *tecnonacionalismo digital cultural*. De resultas, se destaca la importancia del medio

videolúdico chino para favorecer la ideología estatal y cohesionar la sociedad alrededor de una serie de mitos y temas históricos. En la misma línea temática, referente a geopolítica internacional, nacionalismo y propaganda digital, encontramos el texto de José Antonio Moya centrado en el caso ruso y sus principales creaciones de naturaleza bélica.

En "Empoderamiento en la representación de los personajes femeninos de videojuegos. Sensibilización ante problemas sociales con *The Last of Us Parte II*" Guillermo Paredes estudia la obra de Naughty Dog *The Last of Us Parte II* con el objetivo de analizar el empoderamiento de las mujeres que aparecen en ella y cómo a través de ellas se manifiestan problemas sociales de la sociedad contemporánea como la homofobia o el extremismo ideológico.

Por otra parte, en "Ludonarrativas concienciadas. Aventuras narrativas para promover la representación de colectivos minoritarios", Alberto Porta reflexiona sobre cómo las ludonarrativas concienciadas promueven en el jugador el pensamiento crítico y lo hacen por medio de un complejo entretendido lúdico-narrativo bajo las claras inquietudes de unos diseñadores que buscan transmitir unos valores concretos que puedan aplicarse más allá del mundo ludoficcional.

Tomás Grau repasa la importancia del programa de edición Flash en la configuración de diversos movimientos artísticos ligados al ámbito virtual a principios del siglo XXI, su influencia en la cultura popular y su relación con las comunidades creativas surgidas en este ecosistema y el futuro que les espera a ellas y al contenido generado en el artículo "*Flash, Newgrounds y la confluencia entre la historia de Internet y el videojuego*".

El número de la revista se cierra con dos textos insertos en la sección de miscelánea "¿Quién teme al Lobo Feroz? Representación de los miedos infantiles a través del videojuego independiente *Fobos*" y "Scrubbing up on-line: How best practice hospital websites can drive medical tourism". En el primero de ellos, apelando al carácter expresivo, artístico y didáctico del medio videolúdico, Rocío Serna-Rodrigo y Albert Solé analizan cómo estos metatextos son capaces de reflejar temores propios de la literatura infantil y juvenil en formato píxel. Finalmente, Natàlia Ferrer-Roca, Sílvia Espinosa-Mirabet y Andréa Oliveira exploran la gestión comunicativa de los hospitales a través de sus sitios web corporativos, cuya intención es transmitir confiabilidad y credibilidad con el fin de establecer relaciones con los usuarios en el campo del turismo de salud.

## REFERENCIAS

- Anable, A. (2018). *Playing with feelings. Video Games and Affect*. University of Minnesota Press.
- Gómez-García, S., Hera, T. de la & Cuadrado-Alvarado, A. (2021). Game Studies, Next Level? Nuevos horizontes para una disciplina emergente. *Index.comunicación*, 11(2).
- Martín, M., & Navarro, V. (2021). La complejidad ludonarrativa en el videojuego: un doble boomerang. *L'Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 31.
- Moreno, A., & Venegas, A. (2020). El videojuego como expresión de la problemática social. *Barataria. Revista castellano-manchega de Ciencias Sociales*, 29. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i29>

# OBRA DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay

# Videojuegos y ciudadanía global: análisis de aplicabilidad de *Never Alone* en contextos educativos

***Videogames and global citizenship: analysis of the use of Never Alone in an educational context***

***Videogames e cidadania global: análise da aplicabilidade do Never Alone em contextos educacionais***

1

ARTÍCULO



## Marta Pérez Pereiro

Universidade de Santiago de Compostela (España)

Docente e investigadora en la Facultade de Ciencias da Comunicación de la Universidade de Santiago de Compostela (USC). Doctora por la misma universidad, imparte clases en el área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Pérez Pereiro es integrante del Grupo de Estudos Audiovisuais (GEA) y del Centro de Estudos Fílmicos (CEFILMUS), ambos de la USC, donde también coordina el Seminario Permanente de Comunicación e Xénero -CO(M)XÉNERO. Sus principales líneas de investigación son las pequeñas cinematografías, particularmente el cine gallego, el humor en los medios y redes sociales, y la rendición de cuentas en los medios.

marta.perez.pereiro@usc.es  
orcid.org/0000-0002-5260-4485

## Iria Sobrino Freire

Universidade da Coruña (España)

Doctora en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada, es profesora ayudante doctora en el Departamento de Didácticas Específicas y Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidade da Coruña. Entre sus líneas de investigación se encuentran el álbum ilustrado y la literacidad crítica, las relaciones entre la literatura de tradición oral y la literatura infantil, y la enseñanza-aprendizaje del gallego en la Educación Infantil. Ha sido investigadora visitante en la University of Glasgow (2018).

iria.sobrino@udc.es  
orcid.org/0000-0002-0032-0245

# Marta Rodríguez Castro

Universidade de Santiago de Compostela (España)

Doctora en Comunicación e Información Contemporánea por la Universidade de Santiago de Compostela, donde forma parte del grupo de investigación Novos Medios. Ha realizado estancias de investigación en el Center for Media, Data and Society de la Central European University (Budapest) y en el Hans-Bredow-Institut (Hamburgo). Es vocal de la Asociación Galega de Investigadores e Investigadoras en Comunicación (AGACOM) y secretaria de la International Association of Public Media Researchers (IAPMR).

m.rodiguez.castro@usc.gal  
orcid.org/0000-0002-1399-9154

RECIBIDO: 26 de julio de 2021 / ACEPTADO: 17 de diciembre de 2021

## Resumen

Los videojuegos se han convertido en una de las actividades de ocio más populares entre niños y adolescentes. La escuela los ha incorporado progresivamente como un complemento formativo, pero todavía hay resistencia a su uso en el aula por parte de docentes y padres. Este artículo propone un modelo de análisis para medir la adecuación de los videojuegos al entorno educativo desde la perspectiva de la educación para el desarrollo y la ciudadanía global, combinando metodologías propias de esta corriente con otras específicas del estudio de videojuegos y aplicándolo al caso de *Never Alone*. Se concluye que el potencial de los videojuegos para la educación en valores requiere del desarrollo de herramientas de análisis y de la implicación de docentes y padres.

## PALABRAS CLAVE

Videojuego, Educación ciudadana, TIC en la enseñanza, Análisis cualitativo, Nuevas alfabetizaciones, Cultura digital.

## Abstract

Videogames have become one of the most popular leisure activities among children and teenagers. Schools have been progressively incorporating digital games as a formative

complement although teachers and parents still show some resistance to their use in the classroom. This article proposes an analysis model to measure the adaptation of video games to the educational environment from the perspective of education for development and global citizenship, combining methodologies of this current with others specific to the study of video games and applying it to the case of *Never Alone*. It is concluded that the potential of video games for education in values requires the development of analysis tools and the involvement of teachers and parents.

## KEYWORDS

Videogames, Citizenship education, ICT in education, Qualitative analysis, New literacies, Digital culture.

## Resumo

Os videogames tornaram-se uma das atividades de lazer mais populares entre crianças e adolescentes. A escola tem incorporado progressivamente como complemento da formação, mas ainda há resistência ao seu uso em sala de aula por parte de professores e pais. Este artigo propõe um modelo de análise para medir a adaptação dos videogames ao ambiente educacional na perspectiva da educa-



ção para o desenvolvimento e cidadania global, combinando metodologias próprias desta corrente com outras específicas ao estudo dos videogames e aplicando-a ao caso de *Never Alone*. Conclui-se que o potencial dos videogames para a educação em valores requer o desenvolvimento de ferramentas de análise e o envolvimento de professores e pais.

## PALAVRAS-CHAVE

Videogame, Educação cidadã, TIC no ensino, Análise qualitativa, Novas alfabetizações, Cultura digital.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la última década, el consumo de videojuegos con fines recreativos se incrementó exponencialmente (Newzoo, 2018). Algunos motivos para este crecimiento, de orden tecnológico —la implementación de juegos en dispositivos móviles— o sociológico —cambios en los modelos de ocio y relaciones interpersonales—, han provocado que los jugadores, o *gamers*, hayan determinado “el ritmo de los cambios” (Newzoo, 2018, p. 6) en una industria en continua transformación. También se ha producido un cambio sustancial en la ampliación de los modos de consumo, que ahora se expanden, más allá de la acción de jugar, hacia el hecho espectral asociado a los *e-sports* y a un creciente consumo de *gameplays* (Johnson & Woodcock, 2018) y hacia el coleccionismo, como una actitud de implicación emocional en un tiempo en el que la mayoría de los juegos pueden adquirirse de forma virtual. La pandemia de COVID-19 propició que el año 2020 se convirtiera en un “tiempo sin precedentes para el mercado de los videojuegos, que rompió récords de beneficios, usuarios y crecimiento” (Newzoo, 2021). A pesar de que la industria espera un ligero descenso del consumo, la pandemia ha contribuido de forma decisiva a acelerar el proceso de erosión del estigma que pesa sobre esta forma cultural (Wijman, 2021).

España ocupaba en 2018 la novena posición mundial (y la cuarta europea) en ingresos derivados de la industria del videojuego (Newzoo, 2018). En 2020, la facturación total de la venta física y *online* de videojuegos aumentó un 18 % con respecto al año anterior, con lo que alcanzó los 1.747 millones de euros (Asociación Española de Videojuegos [AEVI], 2021), una cantidad que supera con creces la suma de los mercados del cine y de la música. En 2020, con el impulso generado por el confinamiento, se llegó a los 15,9 millones de jugadores, de los que un 54,1 % son hombres y un 45,9 % son mujeres (AEVI, 2021). El desglose por edades del consumo de videojuegos revela que gozan de especial popularidad entre los usuarios de entre 25 y 34 años, aunque los niños de entre 6 y 14 años suponen el 15 % de los jugadores varones, mientras que las niñas de la misma edad suponen el 11 % del total de mujeres *gamers* (AEVI, 2020).

En este contexto de crecimiento de la industria del videojuego, su uso como recurso educativo también ha aumentado sustancialmente (Checa-Romero, 2016; Gilbert, 2019), al tiempo que se ha popularizado en otros sectores como los negocios, la gestión organizacional, la formación interna, la salud o las políticas sociales a través procesos de gamificación (Caponetto et al., 2014), esto es, de “uso de elementos diseñados para el juego en contextos no lúdicos” (Dicheva et al., 2015, p. 75). En paralelo, se ha

incrementado el interés académico por el uso de los juegos para la educación, que ha generado un mapeo de experiencias de gamificación en el contexto educativo (Borges et al., 2014; Dicheva et al., 2015).

## 1.1. ORIGEN DE ESTE TRABAJO

La participación de dos de las firmantes de este artículo en una actividad de formación de profesorado sobre la pervivencia de estereotipos de género en los medios de comunicación, organizada en 2019 por la Xunta de Galicia<sup>1</sup>, permitió conocer de primera mano las impresiones de un grupo de 44 docentes de infantil, primaria, secundaria y ciclos formativos sobre el uso de los videojuegos como herramienta didáctica. En general, el profesorado demostró a lo largo de la experiencia un importante desconocimiento sobre los videojuegos como posible herramienta educativa y cierta hostilidad hacia esta forma de ocio de sus estudiantes, que vinculaban sobre todo con la violencia. Los asistentes al curso se mostraron especialmente preocupados, además, por la falta de supervisión de las familias del tipo de videojuegos utilizados por sus hijos e hijas. La demanda, por tanto, de los docentes participantes en el curso era más información sobre juegos adecuados para el rango de edad de sus estudiantes y con contenidos educativos, pues se mostraban dispuestos a trabajar con videojuegos en el aula. Esta percepción ratifica los resultados del informe de la Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADeSe), en la que los docentes entrevistados pedían también más información sobre videojuegos.

Siguiendo esta solicitud, las docentes del curso elaboraron una lista breve de videojuegos como sugerencia para estudiantes de primaria y secundaria. La selección de materiales respondía a cuatro criterios: que sus contenidos implicasen educación en valores y un sistema de juego basado en la colaboración; que estuvieran ajustados al sistema de calificación de edades PEGI; que se encontraran disponibles para distintos dispositivos y sistemas operativos; y que sus precios fueran inferiores a 30 euros. Entre los videojuegos seleccionados y compartidos con los asistentes del curso, se incluían algunos extensamente estudiados como *Minecraft* (Mojang, 2011). Sin embargo, fue un desafío más interesante encontrar juegos que no se hubiesen utilizado en la educación formal, a pesar de tener valores educativos en su concepción y modo de juego. De todos ellos, se consideró que el videojuego independiente *Never Alone* (Upper One Games, 2014) merecía un estudio demorado en este sentido. Así, tras una primera experiencia de juego, en esta investigación se descubrieron las potencialidades del producto para abordar los elementos clave del currículo de la Educación para la Ciudadanía Global, por lo que se decidió orientar el análisis en esta dirección y comenzar a trabajar en la elaboración de un instrumento de análisis que pudiese ser aplicable en la valoración de videojuegos con contenidos similares.

## 1.2. PERCEPCIÓN DEL PROFESORADO SOBRE EL USO DEL VIDEOJUEGO EN LAS AULAS

El potencial de los videojuegos como herramientas educativas radica en su capacidad de convertir el proceso de aprendizaje en una actividad realmente disfrutable por parte de los jugadores (Gee, 2004). Tal y como afirma Egenfeldt-Nielsen (2009), el aprendizaje forma

---

1 Marta Pérez Pereiro y Marta Rodríguez Castro impartieron cinco seminarios titulados “Los estereotipos de género en los medios de comunicación” en el marco del programa formativo “Comunicar en igualdad”: <https://www.edu.xunta.gal/portal/node/26638>.

parte de todos los videojuegos, también los comerciales, ya que, para conseguir progresar dentro de ellos, es necesario que el jugador conozca y aprenda las mecánicas del juego. Está en manos del personal docente, por tanto, que este potencial sea explotado de forma provechosa dentro del aula, identificando las características que convierten un videojuego en una herramienta de aprendizaje adecuada a sus objetivos docentes y complementaria a otros métodos más tradicionales; pero también fuera, educando a los padres sobre el uso de los videojuegos en el hogar.

Sin embargo, a pesar de las experiencias positivas que avalan el potencial educativo de los videojuegos y de iniciativas como *Media Education Booklets*, que animan a los padres y al profesorado a mediar la experiencia de juego de los jóvenes (Pereira et al., 2012), los videojuegos continúan siendo un “medio descuidado” en las aulas (Gilbert, 2019).

En España, ADeSe,<sup>2</sup> en un estudio de 2012 que medía el uso de videojuegos por parte de docentes de niños entre 5 y 12 años, revelaba que un 30,9 % de los 511 profesores entrevistados habían usado videojuegos en el curso previo. Aunque no existen datos más recientes para establecer una comparación, se puede deducir que, de forma pareja al aumento de su consumo como entretenimiento, el porcentaje de su uso en la educación ha crecido exponencialmente. Algunos de los datos de este estudio cuantitativo sirven para explorar las actitudes de los docentes hacia los videojuegos y sus usos más frecuentes. Así, con respecto a los ámbitos en los que se apreciaba una mayor utilidad de los videojuegos, las materias escogidas

eran matemáticas (58,2 %), conocimiento del medio (50,6 %) y lengua española (50 %), a gran distancia de otras como religión o ética (3,8 %).

Dos años más tarde, el informe *Level up learning: A national survey on teaching with digital game*, que recogía las respuestas de 694 docentes de las escuelas públicas de primaria y secundaria de Estados Unidos, mostraba una actividad significativamente más intensa en el uso de videojuegos. En concreto, el 74 % usaban videojuegos para instrucción y “los profesores que usaban videojuegos más regularmente [...] también informaban de mejores avances en las destrezas fundamentales y complementarias” (Takeuchi & Vaala, 2014, p. 47). La percepción de los profesores norteamericanos en 2014 sobre los principales problemas para usar juegos digitales en el aula ya no se centraba en la falta de conocimiento detectada en los informes previamente citados, sino en la falta de tiempo para usar juegos y en su coste. La falta de familiaridad con la tecnología pasaba, en este informe, a la sexta posición de las barreras percibidas.

A pesar de la disparidad de los sistemas educativos, cuya comparación no es objeto de este trabajo, se aprecia en los datos extraídos de los informes una evolución hacia un mayor interés por aprovechar las potencialidades educativas de los videojuegos, derivado de un mayor conocimiento y uso con fines de entretenimiento en la vida privada de los maestros. La integración de estrategias de gamificación y el uso de videojuegos en el aula se ha demostrado efectiva tanto en distintos grupos de edad, desde la infancia (Marín-Díaz et al., 2020) hasta la educación universitaria (De Souza et al., 2019) como en su aplicación a materias de diferente naturaleza, desde las ciencias sociales (Monteagudo-Fernández et al., 2021) hasta las matemáticas (Marín-Díaz et al., 2020) o la química (Traver et al., 2021).

---

<sup>2</sup> La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADeSe) se convirtió en 2014 en la Asociación Española del Videojuego (AEVI), cuyos informes también se citan en este trabajo.

### 1.3. LA EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA GLOBAL Y LOS POTENCIALES BENEFICIOS DE LA UTILIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS EN ESTE ÁMBITO

La Educación para la Ciudadanía Global (en adelante ECG), también conocida como «educación para el desarrollo, aprendizaje global o educación global» (Longueira, 2019), es un ámbito en expansión en todo el mundo desde mediados del siglo xx, y puede ser definida como

un proceso socio-educativo continuado que promueve una ciudadanía global crítica, responsable y comprometida, a nivel personal y colectivo, con la transformación de la realidad local y global para construir un mundo más justo, más equitativo y más respetuoso con la diversidad y con el medio ambiente, en el que todas las personas podamos desarrollarnos libre y satisfactoriamente. (Aguado, 2011, p. 5)

Las experiencias en este terreno acostumbra a incorporar metodologías activas y recursos innovadores, por lo que la utilización de los videojuegos encaja perfectamente en este ámbito. Así lo demuestra la investigación académica desarrollada en la última década, que se ha orientado fundamentalmente en dos direcciones: el análisis de videojuegos vinculados a la ECG o a otras áreas limítrofes, como la educación ética o la educación ambiental (Marino & Hayes, 2012; Rojo & Dudu, 2017; Galván-Pérez et al., 2018; Moreno Cantano, 2019), y la aplicación de estos al aula (Bachen et al., 2012; Blevis et al., 2013; Chee et al., 2013; Lugo Rodríguez & Melón Jareda, 2016; Sousa et al., 2018). También destaca en este sentido la guía para familias y profesorado sobre juegos digitales y ciudadanía global editada por el Joan Gantz

Cooney Center de Nueva York (Shapiro, 2018). Los resultados de estas publicaciones indican, por una parte, que cada vez existen más videojuegos sobre estas temáticas y que son de más calidad y, por otra, que su introducción en la escuela, si se acompaña de una adecuada intervención docente y una metodología dialógica, puede contribuir a una mayor implicación del alumnado en la lucha por la justicia global.

## 2. MATERIAL Y MÉTODOS

El videojuego *Never Alone (Kisima Ingitchuma en iñupiaq)* fue creado en 2014 por la productora Upper One Games, una organización sin ánimo de lucro dependiente del Cook Inlet Tribal Council (CITC), el consejo tribal de los nativos de la región central del sur de Alaska. La decisión de crear este videojuego, junto con la productora educativa E-Line Media, fue tomada por los ancianos del consejo, que veían peligrar su legado cultural debido al distanciamiento de las generaciones más jóvenes a causa de las nuevas tecnologías. Así, “los ancianos presentaron un plan: iban a usar esas mismas tecnologías que se llevaban a nuestros niños para traerlos de vuelta” (Colleps, 2016, p. 140). El resultado de esta iniciativa, *Never Alone*, es un puzzle de plataformas atmosférico inspirado en una leyenda iñupiat en la que el pequeño Kununkaayuka viaja por la tundra para descubrir el origen de una tormenta que destruye su poblado. En la versión del videojuego, la protagonista de la acción es Nuna que, acompañada por un zorro ártico, viaja al corazón de la tormenta para detenerla.

Este juego ha suscitado bastante interés por parte de la crítica académica. Uno de los aspectos en que se ha hecho más hincapié es el hecho de que, dentro de una industria en la que predominan abrumadoramente los juegos protagonizados por personajes masculinos y

blancos, *Never Alone* cuestiona esos repertorios hegemónicos, en una apuesta por la autorrepresentación, la soberanía visual y la interseccionalidad (Gaertner, 2016; Lietz, 2017; Longboat, 2017; Murphy, 2017). En ese sentido, los valores del pueblo iñupiat forman parte intrínseca del diseño del producto, no solo en el nivel narrativo, sino también en las propias mecánicas de juego. Así, a medida que avanza la aventura, el jugador va aprendiendo la importancia de la responsabilidad hacia la comunidad y la tierra, del juicio y del control emocional (Meloche, 2017) o de la cooperación (Longboat, 2017). En cuanto a los efectos del videojuego sobre los usuarios, estos diferirán en función de su pertenencia o no a la comunidad: mientras que para los jugadores iñupiat el reconocimiento de escenarios, situaciones y valores puede suponer el refuerzo de su autoestima como colectivo y un incentivo para la revitalización lingüística (Lacho & Leon, 2017), para el jugador no iñupiat la experiencia de *Never Alone* posibilita el establecimiento de una relación ética con esta comunidad (Cariou, 2016), que podría incitar a la curiosidad cultural y, eventualmente, al compromiso político (Braith, 2017).

Aunque el potencial del juego para la ECG parece obvio, nunca se ha explorado desde este punto de vista, por lo que esta propuesta consiste en analizarlo para valorar su aplicabilidad en contextos educativos formales. En este sentido, el objetivo de esta investigación es doble: 1) desarrollar una herramienta de análisis que permita evaluar la aplicabilidad de un videojuego en el ámbito educativo y 2) probar dicha herramienta con el estudio de caso de *Never Alone*. La metodología de esta investigación se diseñó partiendo del objetivo de fusionar métodos propios del análisis de los videojuegos como medio (Nacke et al., 2009; Malliet, 2007; Pérez Latorre, 2015) con otros vinculados a la ECG.

En relación con la ECG, no existe consenso acerca de lo que deberían ser sus contenidos y objetivos de aprendizaje. Por una parte, porque el currículo escolar es competencia de los estados (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2017) y, por otra, porque hay un debate abierto sobre su definición, dominios y prácticas pedagógicas, protagonizado en los últimos años por las críticas a las visiones universalistas de la ECG desde una perspectiva postcolonial (Andreotti, 2010; 2014; 2015; Digón, 2019). Sin embargo, entre las publicaciones que han visto la luz en los últimos años, se cuentan algunas guías para introducir la ECG en la enseñanza formal y no formal: se trata de documentos sin voluntad normativa, creados por ONGD o entidades internacionales. De entre ellas se ha seleccionado la de Oxfam (2015), por su relevancia internacional y por la amplitud y flexibilidad de sus categorías.

De esta forma, se diseñó una ficha de análisis (véase Tabla 1) articulada a partir de dos ejes: uno horizontal, con tres grandes categorías (el personaje/jugador, el mundo del juego, y las reglas y mecánicas de juego), y otro vertical, en el que se situarían los elementos clave del currículo para la ECG, tal y como los formula Oxfam (2015). A partir de esta combinación de categorías de análisis, se aspira a comprender en qué medida las características y mecánicas de juego específicas de *Never Alone* tienen la potencialidad de vincularse a la ECG.

**Tabla 1**

Resumen de las categorías de análisis empleadas en el estudio de *Never Alone*

Características específicas del juego		Elementos clave del currículo para la ECG
Análisis del personaje/jugador	Estructura del personaje Normas de estado Normas inductoras de comportamientos	Conceptos K1. Justicia social y equidad K2. Identidad y diversidad K3. Globalización e interdependencia K4. Desarrollo sostenible K5. Paz y conflicto K6. Derechos humanos K7. Poder y gobernanza
Análisis del mundo del juego	Personajes no jugables Elementos naturales Elementos culturales	Habilidades S1. Pensamiento crítico y creativo S2. Empatía S3. Autoconsciencia y reflexión S4. Comunicación S5. Cooperación y resolución de conflictos S6. Capacidad para gestionar la complejidad y la incerteza S7. Acción informada y reflexiva
Análisis de las reglas y mecánicas de juego	Conexión entre acciones y objetivos Condiciones para ganar o perder	Valores y actitudes V1. Sentido de la identidad y autoestima V2. Compromiso con la justicia social y la equidad V3. Respeto por las personas y los derechos humanos V4. Diversidad de valores V5. Preocupación por el medio y compromiso con el desarrollo sostenible V6. Confianza en la capacidad transformadora de las personas V7. Modo cooperativo

Fuente: información sintetizada por las autoras a partir de Pérez Latorre (2015), Malliet (2007) y Oxfam (2015).

### 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

El juego está basado en Kunuuksaayuka, un relato oral iñupiat difundido por el narrador Robert Nasruk Cleveland y recogido en el volumen *Unipchaanich imagluktugmiut: Stories of the Black River People* (Gaertner, 2016). La historia tradicional narra la aventura de Kunuuksaayuka, un joven cazador que parte en busca de la solución a un problema: las constantes tormentas de nieve que le impiden a él y a su gente salir a cazar caribúes. Tras varios días de viaje, se da cuenta de que es un gigante quien origina las tormentas al retirar la nieve del camino con una azuela. Kunuuksaayuka consigue quitarle la herramienta y, con ello, las tormentas cesan.

Sobre este sencillo argumento, cercano al mito etiológico, el equipo de *Never Alone* construyó una narrativa más compleja, en la que se incorporaron de manera fluida una serie de elementos propios de la cultura iñupiat: seres míticos, creencias, objetos ligados a formas de vida tradicionales, valores comunitarios, etc. Se introdujeron asimismo otros cambios para adaptar la historia al tiempo presente, como el protagonismo femenino o las referencias a los efectos del cambio climático. La historia se narra a través de dos dispositivos habituales en los videojuegos: la voz en *off* y los textos intercalados. El relato oral está en lengua iñupiaq, y se subtitula a los idiomas en los que está disponible el juego, y los textos son citas literales del relato de Nasruk, que se intercalan como presentación de las distintas etapas del viaje de la protagonista.

### 3.1. ANÁLISIS DEL PERSONAJE/JUGADOR DE NEVER ALONE

El personaje principal es Nuna, una niña iñupiat que se presenta, desde el arranque del juego, como la protagonista que manejará el jugador. Este cambio con respecto a la historia tradicional responde, según los creadores de *Never Alone*, a un intento de compensar la infrarrepresentación de las mujeres en los videojuegos y ofrecer a las niñas un modelo de personaje “fuerte, ingenioso, inteligente y valiente” (Upper One Games, 2014) (V1). Además, para los jugadores de género masculino, el hecho de encarnar a este personaje podría contribuir al desarrollo de la empatía (S2). Pero enseguida aparecerá también un zorro ártico como segundo personaje que acompañará a Nuna. Al contrario de lo que suele ocurrir con los compañeros del héroe o heroína de los videojuegos, que le ayudan en determinados momentos y no realizan acciones determinantes, el zorro, una especie de animal totémico, como veremos al avanzar el juego, será imprescindible para que Nuna pueda no solo avanzar en su misión, sino directamente sobrevivir. Así, la relación entre ambos personajes por medio de las mecánicas de juego se convierte en un elemento esencial que refrenda, además, el título del juego, a su vez el resumen poético del modo de vida en el Ártico de la comunidad iñupiat (K2, S5, V4).

Las normas de estado de ambos personajes son simples, de manera que no se presentan acciones extra para mantenerlos en su estado original además de las que deben realizarse para avanzar en el juego. Esto significa que la salud de Nuna o su zorro no se ven alteradas a no ser que fracasen en su misión y uno de los dos muera. En este caso, el juego se reinicia en el último punto de control. Sin embargo, en lo que respecta a los estados de ánimo de

los personajes, *Never Alone* presenta una particularidad: cada vez que uno de los personajes muere, el otro se lamenta de forma ostensible. Se trata de una forma de empatía inusual en videojuegos (S2), en los que la acción suele continuar sin que se produzca reacción emocional alguna por parte de los personajes principales.

Así, en lo que respecta a las normas para inducir comportamientos, que sirven para que el personaje se comporte de determinada forma a medio o largo plazo (Pérez Latorre, 2015), hay juegos multijugador *online* como *World of Warcraft* (Krzywinska, 2007), que premian el comportamiento cooperativo. En *Never Alone* estas normas están basadas en un sistema de correspondencia y codependencia, que determinará el éxito o fracaso de sus acciones en el juego (S5, V7).

### 3.2. EL MUNDO DE NEVER ALONE

Siguiendo el modelo de análisis de Pérez Latorre (2015), el mundo del videojuego estaría constituido por los personajes no jugables, los objetos y los elementos naturales y culturales. La relación entre estos es especialmente fructífera para el análisis de *Never Alone*: en el juego se superponen un plano material, constituido por el entorno de la tundra de Alaska, sus habitantes (humanos y animales) y algunos objetos culturalmente relevantes, y un plano inmaterial, en el que se integran aspectos culturales como la lengua y la mitología iñupiat (K2, V4). Ambos planos se presentan como un todo indistinguible en la creación del ambiente del juego.

Los personajes no jugables de *Never Alone* responden, por un lado, al mundo sensible, y, por otro, al mundo mítico, y se muestran como enemigos o aliados en el avance de Nuna y el zorro hacia el origen de la tormenta. Así, estos serán perseguidos por un oso polar hambriento y se-

rán engullidos por una ballena, pero también se enfrentarán a personajes específicos de la cultura iñupiat, como la Gente Pequeña o el Hombre Terrible. Sin embargo, tal vez el aspecto más significativo en relación con los valores que transmite el juego sea la presencia constante de personajes que auxilian a los protagonistas en las dificultades que van encontrando a lo largo de su periplo (S5, V7). Desde el principio de la historia nos encontramos con los espíritus ayudantes, que se manifiestan bajo la forma de diferentes animales, como garzas y cardúmenes de peces, y que se activan gracias a la intervención del zorro. Se trata de múltiples representaciones de Sila, el espíritu que vive en los elementos naturales y en el que se resume una parte fundamental de la cosmovisión iñupiat: la conexión entre la espiritualidad (K2) y el respeto por la naturaleza (K4).

Otro personaje relevante es el del Hombre Búho, que introduce a Nuna y al zorro en su aventura y desempeña el rol de donante dentro del relato, esto es, el personaje que entrega un objeto mágico al protagonista si este es capaz de superar una determinada prueba (Propp, 1971). En este caso, la prueba consiste en conseguir un tambor ritual y la recompensa es una boleadora, arma tradicional del Ártico que ayudará a Nuna a completar su misión. Estos dos objetos, junto con la azuela que la protagonista arrebató al Gigante al final del juego, poseen una significación cultural singular (K2).

Además de los personajes y objetos, el propio entorno físico, entendido como paisaje natural y cultural, adquiere un protagonismo destacado en el juego. La tormenta de nieve no funciona solo como el enigma que Nuna debe resolver, sino que a la vez constituye un reto continuo en su progreso, ante el cual debe desarrollar habilidades de supervivencia. Tam-

bién la aurora boreal supondrá un obstáculo para los protagonistas, en este caso debido a la creencia iñupiat de que en ella se encuentran los espíritus de los niños muertos, que pueden atacar a las personas si no siguen el consejo de los ancianos (K2). Por último, otra dificultad derivada del medio es la aparición de una capa de hielo fina y frágil, sobre la que Nuna y el zorro deben mantenerse a flote, en una referencia a las consecuencias del cambio climático para la vida de las personas en el Ártico (K3, K4).

### **3.3. REGLAS Y MECÁNICAS DE NEVER ALONE**

Las reglas y mecánicas de un videojuego, de las que depende en buena medida su jugabilidad, implican realizar determinadas actividades para obtener un objetivo (Pérez Latorre, 2015). En este sentido, cada juego presenta una serie de patrones de comportamiento de los personajes para conseguir objetivos parciales, como ir superando determinadas fases, y un resultado final, que sería completar el juego. En *Never Alone* las acciones de los personajes han de ir encaminadas a descubrir el origen la tormenta, sin que se creen misiones paralelas excepto el ya mencionado rescate del tambor del Hombre Búho. De nuevo, el modo cooperativo es el elemento más relevante del juego (S5, V7). El jugador ha de ir alterando las acciones de Nuna y el zorro para poder salvar los obstáculos y resolver los puzzles que van planteándose a lo largo del juego. Cada vez que se selecciona uno u otro personaje, un halo blanco rodea sus cuerpos, para que el jugador pueda saber qué acciones debe realizar. Mientras que Nuna se relaciona con lo natural, el zorro activa los elementos sobrenaturales del juego, particularmente los espíritus que les permiten transitar entre plataformas (K2, V4).



Cuando los personajes logran salvar una pantalla, el jugador obtiene recompensas externas al propio desarrollo del relato. Un búho que vuela en segundo plano indica que se ha desbloqueado un vídeo de “relatos culturales”, una serie de pequeños documentales sobre distintos aspectos de la vida cultural iñupiat. Son, en concreto, 24 piezas que van mostrando el testimonio oral de ancianos y embajadores culturales de la comunidad alrededor de motivos y situaciones que van apareciendo en el relato del juego. Así, en lugar de recompensar a los personajes con nuevas habilidades o un aspecto diferente, el premio por haber superado un determinado obstáculo es para el jugador, que tendrá que detener el progreso del juego para poder disfrutar de la recompensa. Es en estos vídeos donde se muestran de un modo más explícito los aspectos vinculables a la ECG, pues en general el discurso de los entrevistados apunta en esa dirección. Los principales temas que se abordan son los siguientes:

- La relación con la naturaleza. Se pone en valor el modo de vida tradicional del pueblo iñupiat, sostenible y respetuoso con el medio (K4, V5). Por otra parte, se explica la especial incidencia del cambio climático sobre el entorno de Alaska y sus repercusiones para la población local (K3).
- El arte y la cultura (K2). Se describen diferentes formas del patrimonio cultural material e inmaterial iñupiat, como las tallas de marfil, el tambor, la narración oral y la mitología.
- Los valores comunitarios. Se retrata una sociedad caracterizada por el trabajo cooperativo (K7), articulado principalmente alrededor de la caza y la pesca. En ella el individuo no actúa en su propio beneficio, sino que contrae una responsabilidad con respecto al colectivo (V6).

- La espiritualidad (K2, V4). Este aspecto puede encontrarse transversalmente en muchos de los vídeos. La idea de Sila, el espíritu de la vida, muestra los vínculos sagrados del ser humano con el mundo natural. También se destaca la dimensión espiritual del arte e incluso de la caza.

En lo que respecta a las condiciones para ganar o perder, hay patrones estables de resolución de problemas en *Never Alone*: para terminar el juego es imprescindible avanzar y superar cada uno de los escenarios, entre los que se intercalan las cinemáticas y citas del narrador. En ellos, los elementos naturales de la tundra como el hielo, el viento ártico o los icebergs son los obstáculos o ventajas necesarias para que los protagonistas puedan seguir su aventura. En el progreso de la historia hay un estadio fijo por el que el jugador ha de pasar necesariamente y que marca el fin de la primera parte del juego: el Hombre Terrible mata al zorro que, en una cinemática especialmente emotiva, se transforma en el espíritu de un niño. Aunque puede entenderse como un error provocado por la impericia del jugador, la voz del narrador sugiere que es parte del relato: “El zorro renació en una nueva forma, ¿o había sido así siempre?”. Se trata, nuevamente, de una referencia cultural, pues en el pueblo iñupiat existe la creencia de que todos los animales poseen también una forma humana y que, al igual que las personas, están dotados de alma (K2, V4). A partir de este punto, los controles de juego de este personaje cambian, lo que obligará a un nuevo proceso de aprendizaje. En este aspecto, al igual que en la superación de la mayor parte de los obstáculos, se demanda del jugador la capacidad para buscar soluciones imaginativas (S1).

## 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los videojuegos se conforman como productos esenciales de la industria cultural que pueden servir, gracias a algunas de sus características específicas, a propósitos educativos. La interactividad de los relatos o la necesidad de movilizar habilidades como la inteligencia espacial, la capacidad de realizar varias tareas a un tiempo o el uso de la imaginación se han glosado en la literatura científica como valores que los videojuegos pueden aportar al currículo académico. En los últimos años, paralelamente a la expansión de la ECG en los sistemas educativos de diferentes países, también se está explorando su uso para el aprendizaje de contenidos o, más bien, para la experimentación de vivencias que pueden redundar en la construcción de una ciudadanía crítica y comprometida con los desafíos globales. Por su parte, la industria de los videojuegos ha comenzado a desarrollar programas en los que se toma conciencia de la importancia de sus productos más allá del mero entretenimiento, al entender los videojuegos como productos culturales y, en muchos casos, educativos. Así, la Asociación Española del Videojuego ha desarrollado *The Good Gamer*, una iniciativa que desde 2018 impulsa la colaboración entre administraciones, comunidades educativas y sanitarias, padres y madres, con el objetivo de fomentar el uso responsable de los videojuegos. En esa línea, este trabajo entronca con esa preocupación de crear una pedagogía de uso de los videojuegos y abre un camino para continuar investigando sobre los productos disponibles en el mercado y realizar estudios experimentales sobre sus aplicaciones educativas al proponer un modelo de análisis aplicable a otros videojuegos susceptibles de ser utilizados en las aulas.

En el estudio de caso aquí propuesto, el videojuego *Never Alone* se presenta como un ejemplo interesante de cómo una narrativa interactiva puede incorporar fluidamente aspectos vinculables a los contenidos de la ECG. Conforme avanza la aventura, el jugador realiza diferentes aprendizajes: se familiariza con el modo de vida iñupiat, su lengua, arte, creencias y valores; se percata de la necesidad de ser creativo y trabajar cooperativamente para resolver los problemas; siente la responsabilidad de actuar en beneficio del colectivo y vivencia las consecuencias desiguales del cambio climático a la vez que entra en contacto con estilos de vida más respetuosos con el medio ambiente. La experiencia inmersiva del juego permitiría, así, el desarrollo de lo que Bachen et al. (2012) denominan empatía global, una disposición necesaria para la ciudadanía global. Todos estos aspectos contienen una gran potencialidad educativa, pero solo con una adecuada mediación podrían provocar las reflexiones necesarias para transformar mentalidades e incitar a actuar para la construcción de un mundo más justo. Tal y como reza el título del videojuego analizado, “nunca solos”, los escolares deben conocer y jugar acompañados por sus docentes, en el ámbito escolar, y por sus padres o tutores en el doméstico. Para ello, y para un fructífero aprovechamiento de estas narrativas interactivas, es necesaria una inversión constante en conocimiento de universos que se han convertido en la principal fuente de ocio de la actualidad, además de conformarse como construcciones culturales, que no solo se crean desde propuestas meramente industriales, sino desde el arte independiente, como en el caso de *Never Alone*.

## REFERENCIAS

- aDeSe (2012). *Estudio Videojuegos, educación y Desarrollo infantil. Fase cualitativa*. ADeSe.
- AEVI (2020). *La industria del videojuego en España. Anuario 2018*. Asociación Española de Videojuegos. [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI\\_Anuario\\_2020.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI_Anuario_2020.pdf)
- AEVI (2021). *La industria del videojuego en España. Anuario 2020*. Asociación Española de Videojuegos. <https://bit.ly/3eCH4Vd>
- Aguado, G. (coord.). (2011). *Educación para el desarrollo y la ciudadanía global: guía para su integración en centros educativos*. Intered. <https://bit.ly/2ZkZhgZ>
- Andreotti, V. (2010). Postcolonial and post- critical 'global citizenship education'. En G. Elliott, Ch. Fourali, & S. Issler (Eds.). *Education and Social Change: Connecting Local and Global Perspectives* (pp. 233-245). Continuum International Publishing Group.
- Andreotti, V. (2014). Educação para a Cidadania Global – Soft versus Critical. *Sinergias – diálogos educativos para a transformação social, 1*, 57-66.
- Andreotti, V. (2015). Global citizenship education otherwise: pedagogical and theoretical insights. En A. Abdi, L. Shultz, & T. Pillay (Eds.), *Decolonizing Global Citizenship Education* (pp. 221-230). Sense Publishers.
- Bachen, C. M., Hernández-Ramos, P. F., & Raphael, C. (2012). Simulating REAL LIVES: Promoting Global Empathy and Interest in Learning Through Simulation Games. *Simulation & Gaming, 43*(4), 437-460. <https://doi.org/10.1177/1046878111432108>
- Blevins, B., LeCompte, K., & Wells, S. (2014). Citizenship education goes digital. *The Journal of Social Studies Research, 38*(1), 33-44. <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2013.12.003>
- Borges, S. S., Dunelli, V., Reis, H. M., & Isotani, S. (2014). A systematic mapping on gamification applied to education. *SAC '14 Proceedings of the 29th Annual ACM Symposium on Applied Computing* (pp. 216-222). ACM. <https://bit.ly/2ZsW9jz>
- Braith, M. (31 enero, 2017). Immersion through Self-Awareness: Never Alone and the Performance of Allyship. *Never Alone: Resources and Reflections*. <https://ilsaneveralone.wordpress.com/2017/01/31/immersion-through-self-awareness-never-alone-and-the-performance-of-allyship/>
- Caponetto, I., Earp, J., & Ott, M. (2014). Gamification and Education: a Literature Review. *Proceedings of the 8th European Conference on Games-Based Learning - ECGBL 2014* (pp. 50-58). Curran Associates.
- Cariou, W. (26 mayo, 2016). Performance, (Kin)aesthetic Memory, and Oral Traditions in *Never Alone*. <https://ilsaneveralone.wordpress.com/2016/05/26/performance-kinaesthetic-memory-and-oral-traditions-in-never-alone/>

- Checa-Romero, M. (2016). Developing skills in digital contexts: Video games and films as learning tools at primary school. *Games and Culture*, 11(5), 463-488. <https://doi.org/10.1177/1555412015569248>
- Chee, Y. S., Mehrotra, S., & Liu, Q. (2013). Effective Game Based Citizenship Education in the Age of new Media. *The Electronic Journal of e-Learning*, 11(1), 16-28.
- Colleps, D. K. (2016). Never Alone (Kisima Ingitchuna) [Review]. *Marvels & Tales: Journal of Fairy-Tale Studies*, 30(1), 140-142.
- Dicheva, D., Dichev, C., Agre, G., & Angelova, G. (2015). Gamification in education: a systematic mapping study. *Educational Technology & Society*, 18(3), 75-88.
- Digón, P. (2019). Avances y retrocesos en la educación para el desarrollo y la ciudadanía global en Inglaterra. En R. DePalma (coord.), *La educación para el desarrollo y la ciudadanía global. Una experiencia de investigación-acción participativa* (pp. 33-50). Graó.
- Egenfeldt-Nielsen, S. (2009). Los videojuegos como herramientas de aprendizaje. En D. Aranda; J. Sánchez-Navarro (eds.) *Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos* (pp. 185-210). UOCpress.
- Galván-Pérez, L., Ouariachi, T., Pozo-Llorente, M. T., & Gutiérrez-Pérez, J. (2018). Outstanding Videogames on Water: A Quality Assessment Review Based on Evidence of Narrative, Gameplay and Educational Criteria. *Water*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/w10101404>
- Gaertner, D. (21 mayo, 2016). How Should I Play These?: Media and Remediation in *Never Alone*. *Never Alone: Resources and Reflections*. <https://ilsaneveralone.wordpress.com/2016/05/21/how-should-i-play-these-media-and-remediation-in-never-alone/>
- Gee, J. P. (2004). Learning by design: Games as learning machines, *Interactive Educational Multimedia*, 8, 15-23.
- Gilbert, L. (2019). "Assassin's Creed reminds us that history is human experience": Students' senses of empathy while playing a narrative video game. *Theory and Research in Social Education*, 47(1), 108-137. <https://doi.org/10.1080/00933104.2018.1560713>
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2018). The impacts of live streaming and Twitch. tv on the video game industry. *Media, Culture & Society*, 41(5), 670-688. <https://doi.org/10.1177/1524400918818363>
- Krzywinska, T. (2007). Being a determined agent in (the) World of Warcraft: Text/play/identity. En B. Atkins y T. Krzywinska (Eds.), *Videogame, player, text* (pp. 101-119). Manchester University Press.
- Lacho, D. D., & Leon, A. (2017). "Please mom? Can you please download it at home?": Video Games as a Symbol of Linguistic Survivance. *Transmotion*, 3(1), 70-89. <https://doi.org/10.22024/UniKent/03/tm.248>

- Lietz, M. (2017, enero 26). Indigenous Worldviews and Representation in *Never Alone*. *Never Alone: Resources and Reflections*. <https://ilsaneveralone.wordpress.com/2017/01/26/indigenous-worldviews-and-representation-in-never-alone/>
- Longboat, M. (2017). Reset and Redefine: *Never Alone* (Kisima Ingitchuna) and the Rise of Indigenous Games. *Transmotion*, 3(1), 179-188. <https://doi.org/10.22024/UniKent/03/tm.245>
- Longueira, S. (2019). Introducción a la educación para el desarrollo, conceptos y evolución histórica. En R. DePalma (Coord.), *La educación para el desarrollo y la ciudadanía global. Una experiencia de investigación-acción participativa* (pp. 15-32). Graó.
- Lugo Rodríguez, N., & Melón Jareda, M. E. (2016). Juegos de realidad alternativa para la educación cívica. Elementos de diseño: narrativa, juego y discurso. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 5(2), 177-202. <https://doi.org/10.25267/COMMONS.2016.v5.i2.08>
- Malliet, S. (2007). Adapting the Principles of Ludology to the Method of Video Game Content Analysis. *Game Studies*, 7(1).
- Marín-Díaz, V., Sampedro-Requena, B. E., Muñoz-González, J. M., & Jiménez-Fanjul, N.N. (2020). The Possibilities of Gamifying the Mathematical Curriculum in the Early Childhood Education Stage. *Mathematics*, 8(12), 2215. <https://doi.org/10.3390/math8122215>
- Marino, M. T., & Hayes, M. T. (2012). Promoting inclusive education, civic scientific literacy, and global citizenship with videogames. *Cultural Studies of Science Education*, 7(4), 945-954. <https://doi.org/10.1007/s11422-012-9429-8>
- Meloche, K. (2017). Playing in the Digital Qargi: Iñupiat Gaming and Isuma in *Kisima Injitchuᅇa*. *Transmotion*, 3(1), 1-21. <https://doi.org/10.22024/UniKent/03/tm.246>
- Monteagudo-Fernández, J., Moreno-Vera, J. R., Rodríguez-Pérez, R. A., & Cózar-Gutiérrez, R. (2021). Motivation strategies for gamified flipped classrooms in Social Sciences education. En C. J. Gómez Carrasco, P. Miralles Martínez, & R. López Facal (eds.), *Handbook of Research on Teacher Education in History and Geography* (p. 391). Peter Lang.
- Moreno Cantano, A. C. (2019). ACNUR y la promoción de los derechos humanos a través de videojuegos: el caso de *Finding Home*. *Historia Actual Online*, 49(1), 21-32. <https://doi.org/10.36132/hao.vi49.1477>
- Murphy, M. A. (2017). The Importance of Gender in *Never Alone* as an Act of Visual and Indigenous Sovereignty. *Never Alone: Resources and Reflections*. <https://ilsaneveralone.wordpress.com/2017/05/14/the-importance-of-gender-in-never-alone-as-an-act-of-visual-and-indigenous-sovereignty/>
- Nacke, L. E., Drache, A., Kuikkaniemi, K., Niesenhaus, J., Korhonen, H. J., van den Hoogen, W. M., Poels, K., IJsselsteijn, W. A., & de Kort, Y. A. W. (2009). Playability and Player Experience Research. *Proceedings of DiGRA 2009*.

- Newzoo (2018). *2018 Global Games Market Report*. Newzoo. <https://bit.ly/34Nupa3>
- Newzoo (2021). *Global Games Market Report. The VR & Metaverse Edition*. Newzoo.
- Oxfam (2015). *Education for Global Citizenship. A Guide for Schools*. <https://bit.ly/3eCZdSI>
- Pereira, S., Pinto, M., & Pereira, L. (2012). Resources for Media Literacy: Mediating the Research on Children and Media. [Recursos para la alfabetización mediática: investigación y propuestas para niños]. *Comunicar*, 39, 91-99. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-09>
- Pérez Latorre, Ó. (2015). The Social Discourse of Video Games Analysis Model and Case Study: GTA IV. *Games and Culture*, 10(5), 415-437. <https://doi.org/10.1177%2F1555412014565639>
- Propp, V. (1971). *Morfología del cuento*. Fundamentos.
- Rojo, T., & Dudu, S. (2017). Los videojuegos en la implementación de políticas de mitigación del cambio climático. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 37, 1-25. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2017.i37.02>
- Shapiro, J. (2018). *Digital Play for Global Citizens*. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop. [https://joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2018/03/jgcc\\_digitalplayforglobalcitizens.pdf](https://joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2018/03/jgcc_digitalplayforglobalcitizens.pdf)
- Sousa, F., Rasmussen, I., & Pierroux, P. (2018). Zombies and ethical theories: Exploring transformational play as a framework for teaching with videogames. *Learning, Culture and Social Interaction*, 19, 40-50. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2018.04.011>
- Souza, B. C. de, Roazzi, A., Souza, J. R. de, & Paula, S. L. de (2019). Commercial videogames and their potential for higher education: a study with 347 Brazilian undergraduate business management students. *Acta Scientiae*, 21(1), 116-138. <https://doi.org/10.17648/acta.scientiae.v21is1id4936>
- Takeuchi, L. M., & Vaala, S. (2014). *Level up learning: A national survey on teaching with digital games*. New York: The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop. [https://www.joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2014/10/jgcc\\_leveluplearning\\_final.pdf](https://www.joanganzcooneycenter.org/wp-content/uploads/2014/10/jgcc_leveluplearning_final.pdf)
- Traver, V. J., Leiva, L. A., Martí-Centelles, V., & Rubio Magnieto, J. (2021). Educational Videogame to Learn the Periodic Table: Design Rationale and Lessons Learned. *Journal of Chemical Education*, 98(7), 2298-2306. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.1c00109>
- UNESCO (2017). *The Abcs of Global Citizenship Education*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248232>
- Upper One Games (12 agosto, 2014). *Why a girl?* <http://neveralonesgame.com/why-a-girl/>
- Wijman, T (2021). Foreword. *Global Games Market Report. The VR & Metaverse Edition* (pp. 4-5). Newzoo.

# "Lámame por mi nombre": análisis de las estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad en el videojuego

*"Call Me by My Name": Analysis of the Strategies of Bisexual Erasure and Stereotyping in Video Games*

*"Me chame pelo meu nome": análise das estratégias de erosão e estereótipo da bissexualidade no videogame*

# 2

ARTÍCULO



## Carlos Ramírez-Moreno

Universidad Loyola (España)

Técnico de investigación en el Departamento de Comunicación y Educación de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Loyola Andalucía.

crmoro@uloyola.es  
orcid.org/0000-0003-1048-6326

RECIBIDO: 28 de agosto de 2021 / ACEPTADO: 10 de enero de 2022

### Resumen

La bisexualidad sigue siendo una orientación invisibilizada, incluso dentro del colectivo LGBTQ. Su representación en el videojuego ha sido escasa y ambigua, mientras que en otros medios ha estado marcada por una serie de estereotipos habituales para el colectivo, fuera y dentro de la ficción. Mediante un análisis cualitativo de 98 registros de personajes bisexuales en los videojuegos, se propone una categorización de las principales estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad, con el fin de profundizar en la calidad de su representación y en las características que hacen del videojuego un medio singular para este propósito.

### PALABRAS CLAVE:

Bisexualidad, Representación, Videojuegos, Estereotipos, Sexualidad.

### Abstract

Bisexuality continues to be an invisible orientation, even within the LGBTQ collective. While its representation in video games has been scarce and ambiguous, other media has marked it by a series of stereotypes common for this collective, outside and inside fiction. Through a qualitative content analysis of 98 bisexual characters from video games, a categorization of the main strategies of erosion and stereotyping of

bisexuality is proposed, in order to deepen the quality of its representation and the characteristics that make video games a unique medium for this purpose.

#### **KEYWORDS**

Bisexuality, Representation, Video Games, Stereotypes, Sexuality.

#### **Resumo**

A bissexualidade continua a ser uma orientação invisível, mesmo dentro da comunidade LGBTQ. Sua representação no videogame tem sido escassa e ambígua, enquanto em outras mídias tem sido marcada por uma série de es-

tereótipos habituais para o coletivo, fora e dentro da ficção. Por meio de uma análise qualitativa de 98 registros de personagens bissexuais em videogames, propõe-se uma categorização das principais estratégias de erosão e estereotipagem da bissexualidade, a fim de aprofundar a qualidade de sua representação e as características que tornam o videogame um meio único para este fim.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Bissexualidade, Representação, Videogame, Estereótipo, Sexualidade.

## **1. INTRODUCCIÓN**

La bissexualidad ha sido reconocida como una orientación invisibilizada en diversas esferas, incluidos los medios de comunicación, el colectivo LGBTQ, la sexología, la psicología y la psicoterapia (Barker & Langdridge, 2008; Olvera Muñoz, 2017). Esta invisibilización ha sido vinculada además a un alto índice de trastornos mentales entre las personas identificadas como bissexuales en comparación con las orientaciones heterosexual y homosexual (De Barros, 2020; Nelson, 2020). Según Olvera Muñoz (2017), “dentro de las minorías sexuales, la bissexualidad es considerada como una minoría entre minorías [...], se le debe ocultar mediante diversos aparatos políticos, económicos o culturales con el objetivo de mantener el orden social de la sexualidad” (p. 36).

Este fenómeno ha sido analizado de forma exhaustiva por Yoshino (2000), quien, a raíz de un estudio sobre la cultura popular norteamericana, elabora la teoría de un “epistemic contract of bisexual erasure” aplicable tanto al marco de los medios

de comunicación como a las esferas de lo legal, lo político y lo cultural. Los cuatro puntos que conforman la teoría de Yoshino son: 1) que la bissexualidad sufre una mayor invisibilización que la homosexualidad, invisibilización que encuentra su raíz en un proceso de “erosión” social; 2) que dicha erosión ocurre debido al interés que comparten dos grupos dominantes —los identificados como heterosexuales y homosexuales, es decir, las personas monosexuales— por invisibilizar la bissexualidad; 3) que ambos grupos comparten intereses comunes por la estabilización de la orientación sexual, por mantener el sexo como medida dominante de diferenciación y por defender las normas de la monogamia, y 4) que dicho pacto de erosión afecta al proceso de aceptación de identidades bissexuales en las esferas de lo público y lo privado.

El punto de partida de Yoshino (2000) —que la bissexualidad es la identidad invisible de todo el espectro LGBTQ— ha sido compartido por diversos autores posteriores (Barker & Langdri-



dge, 2008; Erickson-Schroth & Mitchell, 2009; Domínguez Ruiz, 2017; Olvera Muñoz, 2017; Harman, 2019; Nelson, 2020). Todos ellos consideran que los bisexuales son invisibles con relación tanto a los heterosexuales como a los homosexuales. Para Erickson-Schroth y Mitchell (2009), "Bisexuality is fundamentally unsettling to the hegemonic institution of heterosexuality and its queer counterpoint, homosexuality, and is therefore ultimately ignored by both" (p. 298). Esta continua erosión simbólica se justifica por la presunción de que los bisexuales son minoría, a pesar de los estudios que sugieren que los plurisexuales representan el 50 % de los no heterosexuales (Madison, 2017).

La escasa representación de la bisexualidad en los medios guarda relación con la dificultad performativa de la propia orientación. Esta dificultad está vinculada a su vez a la naturaleza intersticial de la bisexualidad, explicada por la matriz heterosexual de Judith Butler (1990). En líneas generales, la matriz de Butler considera que todo el mundo es heterosexual hasta que se demuestra lo contrario, lo cual afecta de forma significativa a las identidades no monosexuales. Debido a la importancia social concedida al sexo y al género a la hora de determinar la sexualidad del individuo, la matriz de Butler explica, por ejemplo, que el supuesto de una mujer bisexual "femenina" atraída por un hombre "masculino" no pase de ser una mera entelequia, ya que ambos van a ser interpretados por defecto como heterosexuales tanto en los medios como en la vida pública.

**Tabla 1**

*Matriz heterosexual (Butler, 1990).*

Género →	Masculino	Femenino
Orientación sexual ↘		
Sexo ↓		
Hombre	Heterosexual	Homosexual
Mujer	Homosexual	Heterosexual

Como sugiere Harman (2019), "bisexuals regularly become defined based on who they've chosen as a partner instead of their overarching sexual identity, in turn creating more invisibility for the group" (p. 557). Este fenómeno provoca lo que Alarie y Gaudet (2013) acertadamente definen como la imposibilidad de alcanzar la "auténtica" bisexualidad. Para muchas personas, uno solo puede ser bisexual si siente *igual* atracción por ambos sexos, algo que en la práctica rara vez ocurre. Así pues, el bisexual es a menudo señalado como indeciso o confundido, y la sociedad espera que tarde o temprano acabe reconociendo su "verdadera" orientación monosexual.

## 1.1. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Al contrario que el videojuego, la literatura dedicada al estudio de la representación de la bisexualidad en la novela, el cine y la televisión goza ya de una larga tradición (White, 2001; Diamond, 2005; Alexander, 2007; Barker & Langdrige, 2008; Medina-Rivera, 2014; De Barros, 2020; Nelson, 2020). En el caso de la novela, se ha señalado que "hay una nueva generación de escritores que expresan la homosexualidad de una manera mucho más abierta, pero que a la misma vez condenan al bisexual como un ser indeciso o frustrado que no acaba de entender que en realidad es homosexual" (Medina-Rivera, 2014: pp. 149-150). En este sentido, la creencia de que los bisexuales (sobre todo varones) son en realidad protohomosexuales sigue estando extendida hoy en día (Alexander, 2007; Alarie & Gaudet, 2013). James (1996) lamenta la frecuencia con que algunos textos mediáticos en los que aparecen representados personajes bisexuales son apropiados desde las ópticas homosexual y *queer*, como reflejan los casos de la película de culto *Brokeback Mountain* (Ang Lee, 2005) (Alexander, 2007;

Barker & Langdrige, 2008) o la más reciente *Call Me by Your Name* (Luca Guadagnino, 2017).

Diamond (2005) apunta a una representación cada vez mayor de la libertad sexual y las relaciones homosexuales en las ficciones cinematográfica y televisiva norteamericanas. A su vez, Meyer (2010) sugiere que “queer visibility on television has increased, including representations of bisexual identities” (p. 367). Por contra, se ha señalado que los plurisexuales son a menudo caracterizados de manera pobre y mediante estereotipos dañinos (Nelson, 2020) y que la representación bi- en los medios de comunicación ha sido a menudo “sensationalized, brief, uneven, and unexamined” (Hutchins, 2007 citado en Alexander, 2007: p. 116).

En cuanto a los videojuegos, algunos estudios cuantitativos han demostrado que la presencia explícita de personajes LGBTQ es aún escasa, y que la mayoría de estos aparecen representados como PNJ (personajes no jugador) cuya sexualidad solo es conocida si el usuario juega varias veces y en unas condiciones específicas (Shaw & Friesem, 2016; Utsch *et al.*, 2017). Esto ha propiciado que gran parte de la investigación sobre representaciones LGBTQ se haya concentrado en las mecánicas y poco en la narrativa, debido a la escasez de personajes diseñados desde una óptica genuinamente LGBTQ (Utsch *et al.*, 2017). Volviendo a Shaw y Friesem (2016), “Although games with same-sex romance options allow for players to make their avatars homosexual or bisexual, the backstories of these characters rarely suggest they are” (p. 3883).

El extenso análisis cuantitativo llevado a cabo por Utsch *et al.* (2017) revela que los personajes gays son los más frecuentes (38 %), seguidos de lesbianas (21 %) y bisexuales (20 %). Además, la presencia de bisexuales se ha mantenido baja hasta los años noventa, fecha en que la

visibilidad comenzó a crecer hasta alcanzar su pico a finales de la primera década del presente siglo. En general, los personajes gays lideran la representación en todos los géneros, si bien el estudio apunta a un equilibrio entre las tres principales orientaciones en los juegos de rol y de disparos (Figura 1).

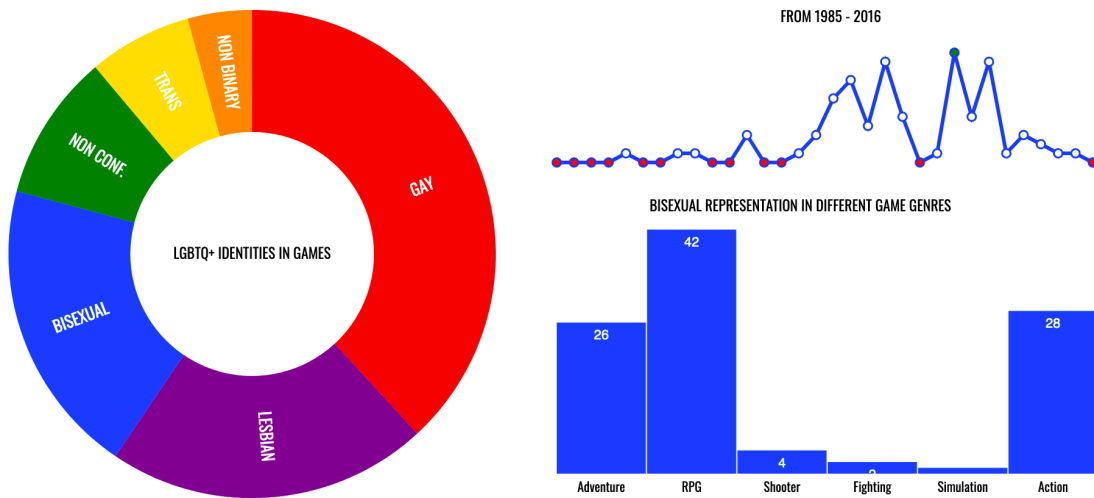
Así, vemos como la historia de la bisexualidad en el videojuego está íntimamente ligada a la historia de la representación LGBTQ, aunque también conserva sus propias peculiaridades. En líneas generales, la ausencia de personajes de este colectivo sigue siendo muy pronunciada. Según un reciente estudio del Geena Davis Institute on Gender in Media (2021), solo el 0,03 % de una muestra de 27.564 personajes de videojuegos fueron identificados como LGBTQ. Además, los personajes bisexuales presentan una serie de desafíos añadidos que se reproducen tanto en otros medios como en el día a día del colectivo no monosexual. La labor *bisibilizadora* del videojuego nos ha dejado momentos muy positivos, pero también enfrenta aún una serie de retos importantes ligados a las necesidades y demandas de una parte del colectivo bisexual.

## 1.2. HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La presente literatura nos invita a plantear dos supuestos en relación con el aún limitado conocimiento sobre la representación de la bisexualidad en el videojuego. En primer lugar, consideramos que la bisexualidad es una orientación doblemente invisibilizada, debido no solo a la falta de representación que ya soporta este colectivo fuera del videojuego, sino, además, a la complejidad de incluir significantes explícitos en un medio donde el control de la narración recae a menudo sobre el jugador. Esto hace que la bisexualidad quede cada vez más relegada a lecturas *queer* que pueden no

Figura 1

Representación de la bisexualidad en el videojuego (Utsch et al., 2017).



satisfacer las necesidades de un colectivo que ha expresado su deseo de mayor reconocimiento explícito dentro del medio (Nix, 2018; Bevan, 2021).

En segundo lugar, cuando la bisexualidad aparece explícitamente representada en el videojuego, son habituales una serie de rasgos, heredados de otros medios, cuya categorización ha supuesto el objetivo de este estudio. Estos dos fenómenos, interrelacionados, deben ser abordados para que la orientación bisexual logre mayor reconocimiento fuera y dentro del videojuego.

El primer supuesto ha sido abordado ya de forma significativa por Shaw y Friesem (2016) y Utsch et al. (2017). Estos estudios han puesto en práctica metodologías cuantitativas para extraer conclusiones sobre el volumen de representación de la bisexualidad en el videojuego. Los resultados han sido publicados en una base de datos de extraordinaria utilidad: LGBTQ Video Game Archive (<https://lgbtqgamearchive.com/>). Menos se ha escrito sobre la calidad de esta representación. ¿En qué grado la bisexualidad en el videojuego reproduce los mismos estereotipos y rasgos presentes en

medios como la novela, el cine o la televisión? ¿Cómo afecta la naturaleza del videojuego a la construcción de la bisexualidad? ¿Por qué se repiten unos patrones y no otros? La importancia de estas cuestiones ha sido adelantada por Shaw y Friesem (2016), cuando señalan que "Quantitative research could complement qualitative research in analyzing patterns in representation and how they have or have not changed over time" (p. 3886).

## 2. METODOLOGÍA

Como argumenta Castelló (2008), toda metodología de análisis de procesos de construcción identitaria debe incluir una teorización previa sobre el referente objeto de estudio. En nuestro caso, supone hallar una respuesta lo más clara posible a la pregunta: ¿cómo identificamos la bisexualidad en el videojuego? Esta cuestión, como ya han adelantado Alarie y Gaudet (2013), Harman (2019) y Nelson (2020), entre otros, no tiene fácil solución. El razonamiento exige detenerse, acaso de forma breve, en la dificultad que encuentra la bisexualidad para ser representada fuera y dentro de la fic-

ción. Las personas que se ubican en el llamado “paraguas bisexual” a menudo carecen de los significantes no verbales apropiados para expresar su orientación ante desconocidos (Hayfield *et al.*, 2013). La necesidad del bisexual de identificarse verbalmente es un mecanismo que surge en respuesta a la ausencia de un “bisexual display” (Hartman, 2013) estable.

La noción de *bisexual display* se refiere a cómo una identidad plurisexual puede ser evidente más allá de la actividad o el comportamiento sexuales. Según Hartman (2013), “A bisexual display involves using the accoutrements of gender, as well as more direct visual and verbal cues, to project a bisexual identity through interactions with others under current societal norms and expectations” (p. 43). Sin embargo, no hay significantes claros de la bisexualidad/plurisexualidad, y los que hay pueden ser difíciles de articular (Harman, 2019; Nelson, 2020). En este sentido, Meyer (2010) comenta que los personajes bisexuales en la ficción rara vez “salen del armario”. En lugar de apostar por significantes claros, su sexualidad es introducida de forma casual y ambigua, lo que no hace sino reforzar discursos hegemónicos sobre la heterosexualidad y la homosexualidad “as valid, nondebatable identities” (Meyer, 2010, p. 380).

Esta problemática ya fue evidenciada por Shaw y Friesem (2016): “In many cases games do not explicitly define these characters’ sexualities, and the process of untangling implied sexuality is a contentious one” (p. 3880). Utsch *et al.* (2017) señalan que existe una diferencia fundamental entre representaciones explícitas e implícitas de la orientación sexual. Mientras que la primera deja poco o ningún margen a la interpretación del personaje, la segunda recae exclusivamente en la lectura que se haga del texto. Un caso destacado es el personaje de Ellie de la saga *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013-2020), cuya orientación homosexual/bi-

sexual ha sido objeto de análisis y discusión por parte de los fans desde el lanzamiento de *The Last of Us: Left Behind* (Fandom, 2014; GameFAQs, 2014).

Teniendo en cuenta estas consideraciones, hemos optado por una definición de la bisexualidad lo más acotada posible, pero sin olvidar la “volatilidad de los significados” a la que apunta Castelló (2008: 189) cuando se diseña un análisis de contenido de carácter identitario. Entendemos por tanto la bisexualidad como el interés sexual o romántico, o la capacidad para tener interés sexual o romántico, hacia personas de más de un sexo y/o género. Esta definición trata de conciliar las propuestas de Gagnon *et al.* (1999) y Flanders *et al.* (2017), incluyendo las nociones tanto de sexo biológico como de identidad de género. Esto no significa que dicha inclinación deba representarse en idéntico grado en el texto, pero sí que deba haber indicios suficientes como para interpretar que el personaje sigue o ha seguido en algún momento esta conducta.

Habiendo detectado los obstáculos de la investigación, y alcanzada una definición del objeto de análisis, hemos dado paso al diseño de la metodología de trabajo. Para ello recurrimos a Flick (2015), que propone tres perspectivas de investigación cualitativa, cada una con sus propias posiciones teóricas y técnicas de recogida e interpretación de datos (Tabla 2). Los objetivos propuestos nos han llevado a acogernos a la segunda perspectiva, caracterizada por el construccionismo como posición teórica fundamental, un método de recogida de datos basado en la recolección de documentos (videojuegos con presencia de personajes bisexuales) y un método de interpretación basado en el análisis de contenido cualitativo (Tabla 2).

Este análisis de contenido de tipo cualitativo se ha realizado adoptando lo que Flick (2015) de-

**Tabla 2**

*Perspectivas de investigación en la investigación cualitativa (Flick, 2015).*

	<b>Enfoques dirigidos a puntos de vista subjetivos</b>	<b>Descripción de la creación de situaciones sociales</b>	<b>Análisis hermenéutico de las estructuras subyacentes</b>
Posiciones teóricas	Interaccionismo simbólico Fenomenología	Etnometodología Construccionismo	Psicoanálisis Estructuralismo genético
Métodos de recogida de datos	Entrevistas semiestructuradas Entrevistas narrativas	Grupos de discusión Etnografía Observación participante Registro de interacciones Recogida de documentos	Registro de interacciones Fotografía Películas
Métodos de interpretación	Codificación teórica Análisis de contenido Análisis narrativo Métodos hermenéuticos	Análisis de conversación Análisis de discurso Análisis de documentos	Hermenéutica objetiva Hermenéutica profunda

nomina una “teoría de la representación social” (p. 42). Así, hemos partido de los conceptos teóricos (lo general) hacia los textos mediáticos (lo particular) para alcanzar unas conclusiones, siguiendo una lógica deductiva. Debido a los limitados recursos (tanto logísticos como de extensión) disponibles para este trabajo, que en todo caso debe verse como una primera aproximación a un campo de estudio aún en ciernes, hemos trabajado directamente sobre la base de datos LGBTQ Video Game Archive, en concreto sobre la categoría de personajes bisexuales. Esta categoría, compuesta por 98

entradas ( $N = 98$ ), ha supuesto la muestra de nuestro análisis.

Aunque la base de datos es un trabajo incompleto y no incluye aún todos los personajes identificados como bisexuales, sí recopila información sobre la inmensa mayoría, por lo que ha supuesto una labor documental de extrema utilidad para arrancar con nuestra investigación. Partiendo de una categorización propia de los principales mecanismos de erosión y estereotipación de la bisexualidad (Tabla 3), hemos analizado la muestra extraída del LGBTQ Video Game Archive, con el objeto de averiguar en qué medida el videojuego promueve o se aleja de dichos rasgos.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. LA BISEXUALIDAD COMO FASE/CONFUSIÓN

La primera de las imágenes que se han identificado refleja la bisexualidad no como una identidad estable, sino como una etapa de la que tarde o temprano emergerá una identidad monosexual (Barker & Langdrige, 2008). Debido a que a menudo se interpreta a las personas plurisexuales como mitad heterosexuales / mitad homosexuales, en lugar de como una orientación independiente, pervive la creencia de que la bisexualidad es temporal e ilusoria (Alarie & Gaudet, 2013; Nelson, 2020). En este sentido, el bisexual es acusado de ser, o bien un heterosexual confundido (imagen comúnmente más asociada a las mujeres), o bien un homosexual reprimido (imagen comúnmente más asociada a los hombres). Este rasgo está ligado a la concepción del ser bisexual como alguien en permanente estado de confusión en relación con sus sentimientos.

Si bien este estereotipo ha aparecido de forma frecuente en otros medios, sobre todo en personajes adolescentes como Ramona Flowers de *Scott Pilgrim contra el mundo*, Willow Rosenberg de *Buffy, cazavampiros*, o Blaine Anderson de *Glee*, no hemos encontrado ejemplos explícitos en los videojuegos analizados. Son los propios jugadores quienes, mediante mecánicas de emparejamiento presentes en muchos juegos de rol, a menudo construyen sus propias historias e interpretan sus propias partidas en clave bisexual. Y son ellos quienes, en última instancia, tienen la autoridad para decidir la orientación sexual de su personaje.

### 3.2. LA BISEXUALIDAD COMO AMBIGÜEDAD/DIVERSIÓN

Algo más frecuente es la imagen del bisexual como un individuo que juega intencionadamente con la ambigüedad y se divierte cruzando los límites, sin definirse en ningún momento ni dejar que la sociedad lo defina. Varios autores han destacado en este sentido la importancia mediática del llamado *bisexual chic* (Gagnon *et al.*, 1999; Klesse, 2018; Stechschulte, 2020), una tendencia popular entre algunos artistas de los años setenta y que continúa hoy en día como una forma de medir la fluidez sexual, especialmente entre la gente joven (Gagnon *et al.*, 1999). La representación de esta fluidez ha cultivado una imagen de la bisexualidad como una decisión que puede tomarse en cualquier momento, en lugar de como una identidad estable. Este rasgo conlleva además la consolidación de una serie de adjetivos comúnmente asociados a los bisexuales, en la ficción y fuera de ella: ambiguos, indescifrables, frívolos...; personas que, en definitiva, se “divierten” jugando con su orientación. Este comportamiento, a priori beneficioso para la libertad sexual, continúa en última instancia ligado a la heteronormatividad, “because the individual eventually

defers to powerful heterosexual norms, their ‘openness’ serving as evidence that bisexuality is a fictitious concept rather than a valid identity category” (Meyer, 2010, p. 371).

Este rasgo se puede apreciar con notable asiduidad en los videojuegos japoneses, donde la bisexualidad rara vez se hace explícita y en su lugar se juega con la indefinición de los personajes, a veces como un alivio cómico para la acción. Pensemos en el personaje de Bartz Klauser en *Final Fantasy V* (Square, 1992), que se siente atraído por su compañero Faris poco antes de descubrir que en realidad se trata de una mujer disfrazada. Aun así, mantiene su interés hacia ella a lo largo de la aventura, lo que ha sido motivo para interpretar al héroe como implícitamente bisexual. También es frecuente que los videojuegos japoneses asocien la homosexualidad/bisexualidad en los hombres a la feminidad. Los rasgos amanerados de Bartz Klauser en *Dissidia: Final Fantasy* (Square Enix, 2009) parecen indicar, de nuevo, la intención de los desarrolladores de marcar su orientación. Otros personajes que han caído en este estereotipo son Zelos, de *Tales of Symphonia* (Namco, 2003), Yusuke Kitagawa, de *Persona 5* (Atlus, 2017) y *Persona 5: Dancing in Starlight* (P Studio, 2018), o Vamp, de *Metal Gear Solid 2: Sons of Liberty* (Konami, 2001). Asimismo, la introducción de personajes transgénero y cuirgénero, como Excellus y Libra, de *Fire Emblem: Awakening* (Intelligent Systems, 2013), ha sido otra de las estrategias de los videojuegos japoneses para presentar la bisexualidad de forma soterrada. Si bien esta representación es un signo positivo de fluidez sexual, también conlleva la asociación negativa entre orientación sexual e identidad de género, algo que afecta particularmente al colectivo bisexual.

### 3.3. LA BISEXUALIDAD COMO INFIDELIDAD/PROMISCUIDAD

Diversos autores han coincidido en señalar el estigma que rodea a los bisexuales como personas promiscuas, irresponsables y de poca confianza (Alarie & Gaudet, 2013). Como explica Yoshino (2000), la amenaza que simboliza el bisexual no es solo cuantitativa —“puede dejarte por el doble de personas”— sino, muy especialmente, cualitativa —“puede dejarte por alguien con quien no puedes competir”—. Esto, asegura el autor, genera una ansiedad constante en la pareja del bisexual:

It is not that one's bisexual partner can leave you for twice as many people, but that she can leave you for a different *kind* of person. The anxiety is aroused not by rivals who might also offer what you possess, but by rivals who might offer what you do *not* possess. (Yoshino, 2000, p. 421)

Esta promiscuidad aparece, a su vez, unida a la confusión y falta de madurez con que se tiende a asociar a las personas bisexuales (Diamond, 2005), incapaces de atarse a una relación monógama. Aunque con menor frecuencia que en otros medios, también el videojuego ha recurrido a este rasgo para caracterizar a personajes bisexuales. Uno de los casos paradigmáticos es el de Reaver, antagonista y villano de *Fable II* (Lionhead Studios, 2008) y *Fable III* (Lionhead Studios, 2010). Se trata de un personaje aparentemente inmortal que ha amasado una fortuna, primero con la piratería y más tarde, en *Fable III*, mediante la Revolución Industrial. La bisexualidad, lejos de ser significativa para la trama, es empleada para acentuar los rasgos amorales y libertinos del personaje, que parece diseñado a imagen y semejanza del icónico Lord Byron. A través de sus diarios personales y de algunas escenas, averiguamos que Rea-

ver es aficionado a tener múltiples encuentros sexuales, en ocasiones de forma simultánea, con hombres y mujeres por igual. A esta promiscuidad se suma una falta total de empatía hacia las personas, a las que es capaz de ejecutar a sangre fría sin que le tiemble el pulso, por lo que también encaja con los dos rasgos que veremos a continuación: la perversión y la sociopatía.

Otros personajes bisexuales, si bien no son representados explícitamente como promiscuos, permiten una lectura en este sentido. Un caso interesante es el de Rachel Amber, de *Life Is Strange: Before the Storm* (Deck Nine, 2017). La coprotagonista de la precuela de *Life Is Strange* es a ratos insinuada y a ratos retratada como una persona reservada, enigmática y, hasta cierto punto, manipuladora. Por un lado, Rachel mantiene una relación romántica con Chloe Price, por quien parece sentir algo sincero. Pero conforme la trama avanza, descubrimos que Rachel lleva una doble vida en la que hay involucradas, al menos, dos personas más: Frank Bowers, un joven traficante de drogas, y Mark Jefferson, el principal perpetrador de los crímenes del juego. El mayor conflicto entre Chloe y Rachel surge del engaño al que esta somete a Chloe, ocultándole su relación íntima con Frank. Las razones, sin embargo, no quedan del todo claras, pudiendo tratarse de una manipulación de Rachel hacia Frank con la intención de hacerse con su dinero y fugarse de Arcadia Bay con Chloe. Estas circunstancias, además de otras señales presentes en el juego, como los rumores y los grafitis que apuntan a la promiscuidad de Rachel, han dibujado a un personaje bisexual enigmático, confundido y engañoso, que en ocasiones recuerda a la inescrutable Laura Palmer de *Twin Peaks*, serie con la que *Life Is Strange* mantiene una evidente relación de transtextualidad.

### 3.4. LA BISEXUALIDAD COMO PERVERSIÓN/ HIPERSEXUALIDAD

La hipersexualidad ha sido reconocida como otro de los estereotipos habituales de las personas bisexuales (Madison, 2017; Klesse, 2018; Nelson, 2020). Esto ha generado una imagen canónica del bisexual como un individuo que disfruta del sexo por el sexo y que pone en práctica toda clase de fetichismos. Como sugiere Yoshino (2000, p. 420), “Bisexual desire is seen not as a completion, but rather as an excess”. La insaciabilidad del bisexual ha sido asociada a la idea de tener relaciones sexuales con más de una pareja a la vez. En este sentido, la mirada masculina ha resignificado gran parte de la representación bisexual de un modo atractivo para el público “cishetero”, esto es, privilegiando la bisexualidad entre mujeres para que el hombre pueda participar preservando su orientación heterosexual. Madison (2017) pone el ejemplo de un artículo publicado en *The Guardian* (Browne, 2014) titulado *Make up your mind! The science behind bisexuality* (¡Decídetes! La ciencia detrás de la bisexualidad). La imagen principal del artículo propone a un chico joven posando en la cama con un cigarrillo y rodeado de dos chicas durmiendo, una a cada lado, en una clara actitud poscoital que invita a cuestionarnos: ¿quién es realmente el bisexual en la imagen? Siguiendo a De Barros (2020), “bisexual women tend to be depicted using their same-gender attraction as a ‘tool’ to get what they want, or the depiction is done in an oversexualized manner meant to draw male attention” (p. 106).

Esta mirada masculina sobre el objeto de deseo bisexual, habitual en cine y televisión, ha permeado en alguna ocasión en el videojuego. En *Fear Effect 2: Retro Helix* (Kronos Digital Entertainment, 2001), la mercenaria Hana Tsu-Va-

Figura 2

Hana y Rain, de *Fear Effect 2: Retro Helix* (LGBTQ Video Game Archive, 2015).



chel, que en la primera parte de la saga establece una relación con el mercenario Glas Royce, aparece vinculada a la *hacker* Rain Qin, dando a entender su bisexualidad. Si bien la relación no llegaba a mostrarse de forma explícita en el juego, la publicidad dejó poco margen a la interpretación (Figura 2), al caer en la fetichización e hipersexualización de la conducta de las protagonistas. La pareja reaparecería, esta vez sí confirmando su relación, en la tercera parte de la saga: *Fear Effect Sedna* (Sushee, 2018) (Figura 2).

De manera más amplia, el tema de la perversión ha abarcado a personajes bisexuales masculinos y femeninos por igual. La imagen hipersexualizada de Zagreus, protagonista de *Hades* (Supergiant Games, 2018), y de su círculo de dioses rescatados de la mitología griega vuelve a incidir en la celebración de la bisexualidad como una orientación desinhibida e insaciable. Tampoco falta en la obra de Supergiant Games el recurso del triángulo amoroso entre el héroe griego y sus compañeros Megera y Tánatos, figura recurrente que perpetúa la promiscuidad como un rasgo distintivo de los bisexuales.

En ocasiones, la perversión ha acabado desembocando en sadismo, sobre todo en antagonistas y villanos. Al insaciable Reaver se añaden



personajes como Volgin de *Metal Gear Solid 3: Snake Eater* (Konami, 2004), Peter Dreyfuss de *Grand Theft Auto V* (Rockstar North, 2013), Mileena de *Mortal Kombat 11* (NetherRealm Studios, 2019), Tharja de *Fire Emblem: Awakening* (Intelligent Systems, 2013) o Morinth de *Mass Effect 2* (BioWare, 2010). En todos ellos, la bisexualidad implícita o explícita es utilizada para resaltar la amoralidad, la perversión y la hipersexualidad de dichos personajes.

### 3.5. LA BISEXUALIDAD COMO TRASTORNO MENTAL

Llevando un paso más allá los dos rasgos anteriores, la bisexualidad también ha servido para remarcar el carácter siniestro, desviado y perverso de ciertos personajes. Los trabajos de White (2001) y Alexander (2007) han abordado los casos de Frank Booth en *Terciopelo azul* (David Lynch, 1986), Mike en *El asesinato de Mike* (James Bridges, 1984) o los criminales de *El último comando* (Bobby A. Suarez, 1985) como ejemplos paradigmáticos de este rasgo, muy habitual en el Hollywood de los ochenta. “[D] rug kingpin, serial killer, SM practitioner, sex deviant, and gender outlaw. This iconography of human evil has the effect of eliciting [...] biphobia” (White, 2001, p. 43). Hablamos de un rasgo que eleva la promiscuidad y la perversión antes vista para adentrarse en el terreno de la sociopatía; un estereotipo que, sorprendentemente, es más habitual de lo que parece en el videojuego.

Empezamos por varios personajes de la saga *GTA*. Por un lado, Eddie Low, de *Grand Theft Auto IV* (Rockstar North, 2008), es un PNJ que aparece en encuentros aleatorios y que es descrito como violador y asesino en serie que sufrió abusos sexuales de pequeño. Después de que el protagonista, Niko Bellic, haga varios encargos para él, Eddie trata de asesinarlo. El jugador puede entonces acabar con su vida y poner fin a los crímenes, a pesar de que Niko

había ignorado los múltiples indicios sobre la psicopatía de Eddie, cuando le ayudaba a deshacerse de los cuerpos de sus víctimas. La bisexualidad reaparece en *Grand Theft Auto V* (Rockstar North, 2013) por partida doble. Al ya mencionado Peter Dreyfuss se une el coprotagonista de la aventura Trevor Philips, un sociópata víctima, de nuevo, de abusos que encuentra el placer en cualquier práctica sexual, sin importar el género de la otra persona. Si bien Trevor huye de la etiqueta bi- en todo momento, lo que lo posicionaría como un homosexual reprimido en un mundo donde la testosterona es necesaria para sobrevivir, su conducta, sus comentarios lascivos y la información que tenemos sobre su trasfondo sugieren una bisexualidad/pansexualidad corrompida, muy propia de la compañía Rockstar.

Otro videojuego de éxito de la desarrolladora, *Red Dead Redemption* (Rockstar San Diego, 2010), insiste en este patrón a través del villano Vicente de Santa. De Santa es capitán del ejército mexicano y trabaja a las órdenes del coronel Agustín Allende para sofocar la revolución liderada por Abraham Reyes. De Santa es retratado como un hombre cruel, abusivo y sádico que flirtea con mujeres y con hombres, sintiendo una inclinación especial por los muchachos jóvenes como Quique Montemayor, un chico afeminado que hace de sirviente del capitán. Después de la muerte de De Santa, Abraham Reyes comenta que “muchos chicos podrán al final dormir tranquilos en sus camas”.

La perversión asociada a la bisexualidad se ha abierto camino también a través del videojuego histórico, con la aparición del infame Marqués de Sade en *Assassin's Creed: Unity* (Ubisoft, 2014). Las parafilias con que se tiende a asociar a los bisexuales aparecen vinculadas a un perjuicio psicológico característico de esta clase de personajes. Uno de los ejemplos más tempranos de protagonista bisexual, Curtis,

de *Phantasmagoria: A Puzzle of Flesh* (Sierra Entertainment, 1996), es un caso paradigmático de la frecuencia con que la ficción ha tratado a los bisexuales como personas con pasados traumáticos que los han desviado del buen camino de la monosexualidad. En *Phantasmagoria*, Curtis es retratado como un joven que acaba de salir de un centro psiquiátrico tras recibir terapia por electrochoque debido a una infancia atroz. Aunque mantiene una relación no monógama con Jocilyn, se acaba relacionando con Therese quien, a cambio, lo introduce en la escena BDSM local. Finalmente, se siente atraído por su amigo Trevor, quien muere poco después de que Curtis intente besarlo.

Recientemente, algunos videojuegos han abordado la bisexualidad como un factor vinculado a algún tipo de trastorno psicológico desde un punto de vista más afectivo. *What Remains of Edith Finch* (Giant Sparrow, 2017) y *Night in the Woods* (Infinite Fall, 2017) han tratado con sensibilidad el hecho de que los bisexuales muestren mayores signos de depresión, ansiedad, conducta suicida, delincuencia y consumo de drogas que otros miembros del colectivo LGBTQ (Kaestle & Ivory, 2012). En el primero, Lewis, el mayor de los hermanos Finch, es retratado como un joven con problemas de salud mental y consumo de drogas que acaba quitándose la vida en la fábrica de conservas donde trabaja. A pesar de los estereotipos empleados, la obra de Giant Sparrow invita a la reflexión sobre las circunstancias de la muerte de Lewis y qué habríamos podido hacer para evitarla. Por su parte, Mae Borowski, la protagonista de *Night in the Woods*, es una gata antropomórfica que regresa a su ciudad natal de Possum Springs. Durante la aventura, queda claro que Mae, de orientación pansexual, sufre de depresión y ansiedad, y lucha por resurgir de un trastorno disociativo que le hace sentir que su vida care-

ce de sentido. Los problemas de salud mental están por todas partes en *Night in the Woods*, pero de un modo natural y no necesariamente dramático que ayuda a normalizar la diversidad, en lugar de servirse de ella para captar el interés del jugador.

### 3.6. LA BISEXUALIDAD COMO PRÁCTICA DE RIESGO

Por último, el colectivo no monosexual ha sido visto a menudo como un peligroso “puente” capaz de transportar infecciones de transmisión sexual (ITS) entre los “mundos” heterosexual y homosexual. A través de un estudio del tratamiento de la bisexualidad en la literatura médica a lo largo de dos décadas, Kaestle y Ivory (2012) hallaron que más del 20 % de las publicaciones empleaban la metáfora del puente, con lo que asociaban la bisexualidad a la promiscuidad. White (2001, p. 43) ha observado que el auge del “bisexual male killer” en el cine de Hollywood encuentra sus raíces en la asociación de la bisexualidad con la enfermedad del sida en los discursos sociales y políticos dominantes de los años ochenta. De nuevo, este rasgo no actúa por separado, sino en relación con otros estereotipos, como la poligamia y la promiscuidad, conductas que, combinadas, aumentan la sensación de amenaza y, por tanto, los mecanismos de erosión de la bisexualidad. Este rasgo no ha sido detectado de forma explícita en el videojuego, si bien es posible leer a ciertos personajes como Trevor Philips y Eddie Low desde la óptica del “bisexual male killer” propuesta por White (2001) (Tabla 3).

**Tabla 3**

*Estrategias de erosión y estereotipación de la bisexualidad.*

Rasgo	Características	Casos representativos
Bisexualidad como fase/confusión	Negación de la bisexualidad como identidad estable Bisexualidad como temporal e ilusoria Confusión en relación con los sentimientos	
Bisexualidad como ambigüedad/diversión	Bisexualidad como "apariencia" Personalidad ambigua, indescifrable y frívola Asociación con feminidad	Bartz Klauser ( <i>Final Fantasy V</i> , <i>Dissidia: Final Fantasy</i> ) Zelos ( <i>Tales of Symphonia</i> ) Yusuke Kitagawa ( <i>Persona 5: Dancing in Starlight</i> ) Vamp ( <i>Metal Gear Solid 2: Sons of Liberty</i> ).
Bisexualidad como infidelidad/promiscuidad	Generación de desconfianza Confusión y falta de madurez Irresponsabilidad y falta de compromiso en las relaciones	Reaver ( <i>Fable II</i> , <i>Fable III</i> ) Rachel Amber ( <i>Life Is Strange: Before the Storm</i> )
Bisexualidad como perversión/hipersexualidad	Bisexualidad como una fuente de deseo insaciable Mirada masculina que erotiza la bisexualidad entre mujeres	Zagreus ( <i>Hades</i> ) Hana ( <i>Fear Effect 2: Retro Helix</i> ) Volgin ( <i>Metal Gear Solid 3: Snake Eater</i> ) Morinth ( <i>Mass Effect 2</i> )
Bisexualidad como trastorno mental	Estereotipo del "bisexual male killer" Bisexualidad como síntoma de un trauma emocional Asociación entre bisexualidad y depresión	Eddie Low ( <i>GTA IV</i> ) Curtis ( <i>Phantasmagoria: A Puzzle of Flesh</i> ) Lewis ( <i>What Remains of Edith Finch</i> ) Mae Borowski ( <i>Night in the Woods</i> )
Bisexualidad como práctica de riesgo	Bisexualidad como "puente" entre los mundos hetero- y homosexual	Trevor Philips ( <i>Grand Theft Auto V</i> )

## 4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El análisis de contenido realizado nos permite extraer una serie de conclusiones, así como plantear nuevos interrogantes para futuras investigaciones. En primer lugar, vemos una traslación irregular de los estereotipos más habituales de la bisexualidad al videojuego. De los seis rasgos propuestos, dos apenas han tenido representación: la bisexualidad como fase o confusión y la bisexualidad como práctica de riesgo. De los cuatro rasgos restantes, notamos una presencia significativa de la bisexualidad como ambigüedad entre los juegos japoneses, mientras que los otros tres, muy vinculados entre sí, se reparten más entre los títulos de orígenes norteamericano y europeo. En este sentido, podemos concluir que la bisexualidad tiende a ser más implícita en el videojuego japonés y más explícita en el occidental. La bisexualidad desde el punto de vista japonés aparece más vinculada a otros rasgos como la feminidad y el travestismo, y sirve a menudo como alivio cómico de la trama. Por contra, la bisexualidad es tratada con mayor seriedad en los videojuegos norteamericanos y europeos, lo cual conduce a estereotipaciones tanto negativas (Eddie Low, Rachel Amber, Trevor Philips...) como positivas (Lewis Finch, Mae Borowski).

En general, el análisis nos ha permitido ver que la bisexualidad no está tan sometida a prejuicios como en otros medios, especialmente el cine y la televisión, donde no faltan numerosos ejemplos de los rasgos enumerados. Esto, si bien nos anima a pensar que el videojuego, dada su corta trayectoria, ha sido consciente más rápido de las demandas del colectivo LGBTQ, no suprime uno de los principales problemas señalados por numerosos autores: la invisibilidad generalizada de la diversidad sexual

en el medio. Se trata entonces de una cuestión de relatividad. La presencia de estereotipos asociados a los bisexuales no es tan significativa como en otros medios porque la cantidad de personajes explícitamente LGBTQ en el videojuego aún es mínima (Geena Davis Institute on Gender in Media, 2021). Habrá que esperar, pues, a que la bisexualidad esté más presente de forma explícita para extraer mejores resultados.

Debemos insistir en la cuestión de la explicitud. Hemos comprobado como en muchos de los casos registrados por el LGBTQ Video Game Archive la bisexualidad se confunde con la libertad, por no decir la indiferencia, que muestran los jugadores para entablar relaciones románticas y/o sexuales con PNJ de cualquier género, pero sin que la bisexualidad forme parte en ningún momento de la narrativa de dichos personajes. Esta forma de representación, denominada "playersexualidad" (Tierney, 2020), se ha convertido en un atajo para introducir la bisexualidad sin tomar partido por ella. Esta libertad, si bien favorece la percepción de una sexualidad fluida y controlada por el jugador, erosiona simultáneamente la estabilidad de identidades discutidas, como la bisexualidad, que se beneficiarían de una mayor representación inequívoca y libre de interpretaciones.

Con estas conclusiones, queremos comprometernos a seguir desarrollando la cuestión de la bisexualidad en el videojuego a través de nuevos enfoques. Urge ampliar el foco del análisis del texto al contexto y trabajar desde el punto de vista de la recepción, entablando conversación con los jugadores para entender mejor el significado que estas representaciones tienen para ellos. Solo así podremos dotar al análisis de los contenidos LGBTQ de los instrumentos necesarios para responder a cuestiones que a menudo se obvian cuando estudiamos la representación: ¿para quién es importante la representación? ¿Cómo se recibe y en qué contexto? Estas son algunas de las cuestiones que queremos abordar en futuros trabajos.

## REFERENCIAS

- Alarie, M., & Gaudet, S. (2013). "I Don't Know If She Is Bisexual or If She Just Wants to Get Attention": Analyzing the Various Mechanisms Through Which Emerging Adults Invisibilize Bisexuality. *Journal of Bisexuality*, 13(2), 191-214. <https://doi.org/10.1080/15299716.2013.780004>
- Alexander, J. (2007). Bisexuality in the Media. *Journal of Bisexuality*, 7(1-2), 113-124. [https://doi.org/10.1300/J159v07n01\\_07](https://doi.org/10.1300/J159v07n01_07)
- Barker, M., & Langdrige, D. (2008). II. Bisexuality: Working with a Silenced Sexuality. *Feminism & Psychology*, 18(3), 389-394. <https://doi.org/10.1177%2F0959353508092093>
- Bevan, R. (2021). The History of Bisexuality in Gaming. *TechRaptor*. (Recuperado el 4 de agosto de 2021 en <https://techraptor.net/gaming/features/history-of-bisexuality-in-gaming>)
- Browne, T. (2014). Make up your mind! The science behind bisexuality. *The Guardian*. (Recuperado el 12 de agosto de 2021 en <https://bit.ly/3j-bEc49>)
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Castelló, E. (2008). *Identidades mediáticas. Introducción a las teorías, métodos y casos*. Editorial UOC.
- De Barros, A. C. (2020). "Gay Now": Bisexual Erasure in Supernatural Media from 1983 to 2003. *Journal of Bisexuality*, 20(1), 104-117. <https://doi.org/10.1080/15299716.2020.1732258>
- Diamond, L. M. (2005). 'I'm Straight, but I Kissed a Girl': The Trouble with American Media Representations of Female-Female Sexuality. *Feminism & Psychology*, 15(1), 104-110. <https://doi.org/10.1177%2F0959353505049712>
- Domínguez Ruiz, I. E. (2017). *Bifobia: Etnografía de la bisexualidad en el activismo LGTB*. Egales.
- Erickson-Schroth, L., & Mitchell, J. (2009). Queering Queer Theory, or Why Bisexuality Matters. *Journal of Bisexuality*, 9(3-4), 297-315. <https://doi.org/10.1080/15299710903316596>
- Flanders, C. E., LeBreton, M. E., Robinson, M., Bian, J., & Caravaca-Morera, J. A. (2017). Defining Bisexuality: Young Bisexual and Pansexual People's Voices. *Journal of Bisexuality*, 17(1), 39-57. <https://doi.org/10.1080/15299716.2016.1227016>
- Fandom (2014). *Lesbian or Bisexual?*. (Recuperado el 26 de julio de 2021 en <https://thelastofus.fandom.com/f/p/2197332984594692614>)

- Flick, U. (2015). *El diseño de la Investigación Cualitativa*. Morata.
- Gagnon, J., Greenblat, C. S., & Kimmel, M. (1999). Bisexuality: A Sociological Perspective. En E. J. Haeberle y R. Gindorf (Eds.), *Bisexualities: The Ideology and Practice of Sexual Contact With Both Men and Women* (pp. 81-106). Continuum International Publishing Group.
- GameFAQs (2014). *To put the speculation to rest, creator Neil Druckmann says Ellie is.. \*spoilers*. (Recuperado el 26 de julio de 2021 en <https://gamefaqs.gamespot.com/boards/652686-the-last-of-us/68629823>)
- Geena Davis Institute on Gender in Media (2021). *The Double-Edged Sword of Online Gaming: An Analysis of Masculinity in Video Games and the Gaming Community*. (Recuperado el 14 de agosto de 2021 en <https://bit.ly/3j-bLwNi>)
- Harman, K. (2019). "Bad at Love": Halsey's Bisexual Display. *Journal of Bisexuality*, 19(4), 554-577. <https://doi.org/10.1080/15299716.2019.1695036>
- Hartman, J. E. (2013). Creating a Bisexual Display: Making Bisexuality Visible. *Journal of Bisexuality*, 13(1), 39-62. <https://doi.org/10.1080/15299716.2013.755727>
- Hayfield, N., Clarke, V., Halliwell, E., & Malson, H. (2013). Visible lesbians and invisible bisexuals: Appearance and visual identities among bisexual women. *Women's Studies International Forum*, 40, 172-182. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2013.07.015>
- James, C. (1996). Denying Complexity: the dismissal and appropriation of bisexuality in queer, lesbian and gay theory. En B. Beemyn y M. Eliason (Eds.), *Queer studies: a lesbian, gay, bisexual & transgender anthology* (pp. 217-226). New York University Press.
- Kaestle, C. E., & Ivory A. H. (2012). A Forgotten Sexuality: Content Analysis of Bisexuality in the Medical Literature over Two Decades. *Journal of Bisexuality*, 12(1), 35-48. <https://doi.org/10.1080/15299716.2012.645701>
- Klesse, C. (2018). Dancing on the waves or being washed away? Representations of bisexualities in *Liquid Modernity*. *Sexualities*, 21(8), 1360-1367. <https://doi.org/10.1177%2F1363460718781540>
- Madison, N. (2017). The Bisexual Seen: Countering Media Misrepresentation. *M/C Journal*, 20(4). <https://doi.org/10.5204/mcj.1271>
- Medina-Rivera, A. (2014). Posmodernidad y bisexualidad en la obra de Bayly. *Chasqui: Revista de literatura latinoamericana*, 43(1), 147-157.
- Meyer, M. D. E. (2010). Representing Bisexuality on Television: The Case for Intersectional Hybrids. *Journal of Bisexuality*, 10(4), 366-387. <https://doi.org/10.1080/15299716.2010.521040>

- Nelson, R. (2020). 'What do bisexuals look like? I don't know!' Visibility, gender, and safety among plurisexuals. *Journal of Sociology*, 56(4), 591-607. <https://doi.org/10.1177%2F1440783320911455>
- Nix (2018). ¿Y qué pasa con la bisexualidad en los videojuegos? *Todas Gamers*. (Recuperado el 5 de agosto de 2021 en <https://todasgamers.com/2018/05/19/y-que-pasa-con-la-bisexualidad-en-los-videojuegos/>)
- Olvera Muñoz, O. A. (2017). La vivencia del rechazo social a la bisexualidad y su impacto en el sufrimiento psicológico. *Pensamiento Crítico*, 4(6), 35-44.
- Shaw, A., & Friesem, E. (2016). Where is the Queerness in Games?: Types of Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Content in Digital Games. *International Journal of Communication*, 10(2016), 3877-3889.
- Stechschulte, S. (2020). Through Rainbow-Colored Glasses: Overcoming Bisexual Oppression through LGBTQ+ Press. *Historical Perspectives: Santa Clara University Undergraduate Journal of History*, 25, 85-95.
- Tierney, P. (2020). The Problem With Playersexual Romance. *TheGamer*. (Recuperado el 14 de agosto de 2021 en <https://www.thegamer.com/playersexual-romance-bad/>)
- Utsch, S., Bragança, L. C., Ramos, P., Caldeira, P., & Tenorio J. (2017). *Queer Identities in Video Games: Data Visualization for a Quantitative Analysis of Representation* [Full Paper]. 2017 SBGames. Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital. Curitiba, Brasil. <https://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175360.pdf>
- White, J. D. (2001). Bisexuals Who Kill: Hollywood's Bisexual Crimewave, 1985-1998. *Journal of Bisexuality*, 2(1), 39-54. [https://doi.org/10.1300/J159v02n01\\_04](https://doi.org/10.1300/J159v02n01_04)
- Yoshino, K. (2000). The epistemic contract of bisexual erasure. *Stanford Law Review*, 52(2), 353-461.

# OBRA DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay



# Características democráticas en videojuegos de simulación de gobierno

*Democratic Characteristics in Government Simulation Video Games*

*Características Democráticas em Videogames de Simulação de Governo*

# 3

ARTÍCULO



## Carlos Moreno Azqueta

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

Investigador predoctoral en formación, especialización en *game studies*.

carlos.moreno.azqueta@gmail.com

orcid.org/0000-0001-5771-3069

RECIBIDO: 01 de octubre de 2021 / ACEPTADO: 11 de enero de 2022

### Resumen

Este artículo analiza nueve videojuegos de gestión de una comunidad política, estudiando las características democráticas presentes en la relación entre el jugador y los ciudadanos virtuales. Las comunidades políticas de los juegos se presentan en ocasiones como homogéneas y estructuradas en torno al líder, y en otras, como plurales y contestatarias. Los juegos muestran diversos mecanismos de contrapoder ciudadano informal, pero el conflicto puede presentarse como político y legítimo, o enmarcarse en un problema de productividad o criminalidad. Finalmente, se observan importantes déficits en las dimensiones de deliberación y participación en la toma de decisiones, para lo cual se proponen algunas mecánicas alternativas.

### PALABRAS CLAVE

Videojuegos, Democracia, Simuladores de gobierno.

### Abstract

This paper analyses nine videogames centered on managing a political community by studying the democratic characteristics present in the relationship between the player and the virtual citizens. The political communities of the games are sometimes presented as homogeneous and structured around the leader. In other cases, they appear as plural and unsubmissive. The games show diverse mechanisms of informal citizen counterpower, but the conflict may be presented as political and legitimate, or as a productivity or crime problem. Finally, we note

important deficits on the dimensions of deliberation and decision-making participation. Based on these, some alternative mechanics are proposed.

### **KEYWORDS**

Videogames, Democracy, Government simulators.

### **Resumo**

Este artigo analisa nove videogames de gestão de uma comunidade política, estudando as características democráticas presentes na relação entre o jogador e os cidadãos virtuais. As comunidades políticas dos jogos se apresen-

tam ora como homogêneas e estruturadas em torno do líder, ora como plurais e rebeldes. Os jogos mostram diversos mecanismos de contrapoder do cidadão informal, mas o conflito pode ser apresentado como político e legítimo, ou enquadrado em um problema de produtividade ou criminalidade. Por fim, observam-se déficits significativos nas dimensões de deliberação e participação na tomada de decisões, para os quais se propõem algumas mecânicas alternativas.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Videogames, Democracia, Simuladores de governo.

---

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la introducción a su tesis doctoral dedicada al análisis videolúdico, Pérez Latorre (2010) recurre al planteamiento de Brian McHale (1987) en el que defiende que la ciencia ficción es el género fundamental de la postmodernidad. Lo es, argumenta, porque la ciencia ficción se centra en la exploración de un nuevo mundo, con entidades y reglas propias, más que en el seguimiento de las aventuras de los personajes. Al igual que la ciencia ficción, los videojuegos contienen esa doble dimensión narrativa, en la que la comprensión del mundo videolúdico representa una parte fundamental de la experiencia de juego. Estos mundos, al mismo tiempo, son impresionantes conglomerados de contenido ideológico, que nos hablan de nuestra realidad y la moldean a través de realidades ficcionales.

Los simuladores de gobierno son videojuegos en los cuáles los jugadores toman el control de una comunidad política y gestionan su desarrollo, tomando habitualmente decisiones políti-

cas de relevancia. Al igual que la ciencia ficción, presentan “mundos posibles” (Planells, 2015), y simulan sistemas políticos complejos, que en ocasiones buscan asemejarse a nuestros sistemas contemporáneos —como en *Democracy 3* (Positech Games, 2013)— y en otras se sitúan en escenarios de fantasía o ciencia ficción, llegando a manejar comunidades políticas no humanas —como sociedades de pacíficos dragones, entre otras, en *Endless Legend* (Amplitude Studios, 2014)—. En unos u otros casos, ofrecen representaciones particulares de la política y el papel de los ciudadanos en la comunidad, y pueden ofrecer imaginarios alternativos respecto a cómo deberíamos organizarnos y vivir. Jugar a estos juegos es una práctica democrática, en el sentido de un ensayo, un aprendizaje político particular que debe tener en cuenta tanto el contenido diseñado del juego como la interacción y las emociones e ideas suscitadas en los jugadores.

En este artículo realizaremos un análisis de contenido de nueve videojuegos de simulación de gobierno con el objetivo de explorar las re-

presentaciones que estos ofrecen sobre sus sistemas políticos virtuales, y estudiar qué relación guardan estas con conceptos que tradicionalmente se han asociado a la democracia.

Nuestra idea de democracia proviene de una larga tradición histórica de conceptos, instituciones y regímenes políticos, un conglomerado de ideas en muchas ocasiones contradictorias entre sí, pero que circulan unidas en nuestro imaginario popular. Se trata de uno de esos “significantes flotantes” (Laclau, 2016), que diversos actores buscan apropiarse. Lo hacen, por otra parte, porque la idea de democracia aporta legitimidad: en España, en 2021, casi el 80 % de los españoles consideraba que la democracia era “preferible a cualquier otra forma de gobierno” (Centro de investigaciones sociológicas, 2021); en ese sentido, afirmar que algo es, o no es, democrático, es un argumento poderoso.

Al mismo tiempo, nuestras sociedades contemporáneas viven una cierta crisis, o degradación, de sus instituciones democrática. La idea de la “desafección política”, una pérdida de confianza hacia las instituciones y en particular hacia los partidos, lleva presente décadas (Mair, 2015), pero puede verse acrecentada con nuevas dinámicas preocupantes, como el surgimiento de movimientos y partidos autoritarios o la creciente difusión de noticias falsas (estas últimas contribuyen a construir visiones del mundo radicalmente distintas, en las que no hay verdades comunes sobre las que debatir, lo cual nos lleva a conflictos irresolubles).

Esta situación invita a una reflexión colectiva sobre nuestras instituciones, de la cual los videojuegos pueden formar parte y este artículo busca ser una modesta contribución. Como veremos, muchos de los videojuegos analizados no buscan representar sistemas políticos democráticos, pero pueden incorporar

elementos presentes y característicos de una democracia. Partimos entonces de una noción de democracia no como régimen político puro, sino como conglomerado de características que pueden estar presentes en diversos regímenes. En las páginas siguientes plantearemos algunas características de lo que a lo largo de la historia se ha considerado democracia y que buscaremos en los sistemas políticos presentes en los videojuegos analizados. Antes, sin embargo, presentaremos las inspiraciones teóricas de este trabajo desde la perspectiva de los *game studies*.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 GAME STUDIES Y SIMULADORES DE GOBIERNO

Las investigaciones sobre el contenido político de los videojuegos adquieren sentido al asumir que estos tienen un efecto sobre las ideas y cosmovisiones de sus jugadores. La sociología ha trabajado desde hace tiempo sobre la idea de que los productos culturales contribuyen a formar nuestra representación del mundo, y los *game studies* han señalado algunas particularidades de los videojuegos (como la interacción o la capacidad de construir mundos con sus propias reglas) que potencialmente refuerzan su impacto social y político (Bogost, 2007). Algunos estudios (Imhoff et al., 2021; Barthel, 2013) han querido evaluar con mediciones concretas los aprendizajes políticos de los jugadores después de jugar a determinados videojuegos, a través de estudios experimentales o de encuestas, con resultados modestos pero positivos. Se registraban determinados aprendizajes con niveles de validez estadística suficientes, pero es probable que muchos de esos aprendizajes no sean claramente conscientes, o se desarrollen más a través del juego conti-

nado que en un estudio experimental temporalmente limitado. El análisis sociocultural, del que los videojuegos forman parte, se mueve en un terreno pantanoso, con indicadores claros de su importancia y de los efectos políticos de la cultura, pero una dificultad evidente para medirlos con claridad en una sociedad donde el consumo cultural es extremadamente variado y plural.

Aunque los estudios de contenido de videojuegos se han centrado, en general, en la crítica política (Pobłocki, 2002; Zamaróczy, 2017, entre otros), más recientemente los *game studies* han empezado a prestar atención a los videojuegos como instrumentos de promoción de valores cívicos y éticos. La literatura sobre ética y videojuegos ha desmentido algunos mitos sobre jugadores sádicos, mostrando que estos ponen en juego habitualmente comportamientos morales (Schrier, 2016), y señalando componentes que el diseño de un juego puede tener en cuenta para generar reflexiones éticas (Schrier, 2015, Zagal, 2011, Simkins, 2008). Otros han señalado como algunos videojuegos pueden ayudar a promocionar valores cívicos (Dishon & Kafai, 2019) o reflexionar sobre la administración pública (Exmeyer & Boden, 2020). En una línea más crítica, la revista *gamevironments* publicó un número en 2020 centrado en las relaciones entre democracia y videojuegos. Esto nos lleva a pensar que la forma en la que los simuladores de gobierno involucran a los jugadores en la gestión de un Estado y en la interacción con los ciudadanos virtuales podría tanto reforzar ideas autoritarias sobre la realidad social como incentivar comportamientos cívicos y prodemocráticos, dentro y fuera del videojuego.

Por otra parte, aunque los simuladores de gobierno raramente se tratan como género, existen múltiples análisis comparativos o de juegos individuales que resaltan y critican sus características políticas (por ejemplo: McNeil, 2016, Pobłocki, 2002; Shields, 2009). Los temas concretos que los autores resaltan son variados: imperialismo y colonialismo (Douglas, 2002, Ford, 2016, Oliva et al., 2009), desarrollismo ecocida (Evans-Thirlwell, 2021) o relaciones internacionales (Zamaróczy, 2017), entre otros. Unos pocos, sin embargo, se centran en características relacionadas directamente con la organización del sistema político y las interacciones entre la ciudadanía y el poder de Estado. Planells (2015), por ejemplo, sugiere que *Tropico* es una interesante representación del pluralismo político, en tanto que los ciudadanos se organizan en grupos ideológicos (ecologistas, capitalistas...) con intereses y "mundos ideales" distintos; de esa forma se pone de relieve tanto la homogeneidad o pluralismo de la comunidad política representada como la capacidad de los ciudadanos de apostar por determinadas políticas públicas. Respecto al mismo juego, Shields (2009) habla de la organización de un cierto "contrato social" entre jugador y ciudadanos que surge de la capacidad de estos últimos de boicotear su gobierno. Por su parte, Dolkemeyer (2020) presenta un análisis más estético para *Frostpunk*, en el que sugiere que existen mecanismos, no presentes en otros juegos, por los cuáles el jugador se siente dentro de la comunidad política, con lo que maximiza potencialmente el componente empático.

## 2.2 CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS DE LA DEMOCRACIA

Nuestra concepción de la democracia es producto de milenios de experimentación política, instituciones y conceptos. Más que hablar de “democracia”, tiene sentido hablar de “características de la democracia”, aspectos que en un momento u otro han formado parte de su historia política. Estas características serán los elementos que buscaremos en los juegos, con lo que explicaremos brevemente cómo han operado a lo largo de la historia.

### • Participación en la toma de decisiones

Tradicionalmente, se considera la Atenas clásica como la primera democracia (aunque existan experiencias anteriores). Para Josiah Ober (2018, pp. 57-76), el elemento fundamental de la democracia ateniense se encontraba en el acceso de los ciudadanos corrientes a las posiciones de poder y a la toma de decisiones, ya fuera a través de la asamblea (abierta a todo ciudadano) o las instituciones escogidas por sorteo (como los tribunales populares o la *boulé*). La toma de decisiones por parte del pueblo era el elemento constitutivo de la democracia griega, pero ha desaparecido mayormente en otros regímenes considerados democráticos, dónde se ha impuesto la selección popular de líderes para que sean estos quienes tomen las decisiones.

### • Deliberación pública e intereses colectivos

Otro aspecto significativo de la Atenas clásica era la importancia dada a la deliberación, un mecanismo que ponía en juego y entrenaba la virtud cívica, presente en todos los ciudadanos (Platón, 2013). La deliberación ha encontrado

su espacio en todos los regímenes políticos democráticos, pero con enfoques distintos: si bien en Atenas, o en lo que se ha venido a llamar la tradición republicana, la deliberación tenía que ver con la virtud cívica y los intereses colectivos, para los liberales tiene que ver con la negociación entre intereses distintos en búsqueda de una solución que satisfaga a la mayoría. La deliberación ha perdido peso político desde las primeras experiencias democráticas, pero en las últimas décadas la corriente de la democracia deliberativa, defendida particularmente por Habermas (1998), ha defendido recuperarla, normalmente unida a una mayor participación popular en la toma de decisiones. Se han puesto en marcha algunas experiencias de democracia deliberativa a través de la selección de un número reducido de ciudadanos por sorteo para la elaboración de propuestas complejas (como una nueva legislación electoral en Canadá), con resultados alentadores (Lang, 2007)

### • Representación y selección de líderes

Aunque la representación ya estaba presente en Atenas (a través de unos pocos puestos electivos, pero sobre todo del sorteo y la idea de la asamblea como “pueblo reunido”), ha sido la piedra angular de las democracias liberales, que rechazaron el sorteo en favor de la elección por dos motivos fundamentales: seleccionar a líderes considerados “mejores” que sus representados (en lugar de “iguales”), y entender la legitimidad política no como un producto de la participación en la toma de decisiones, sino como un producto del consentimiento (Manin, 1998, pp. 103-118). Así pues, nuestras democracias representativas se basan en la selección de representantes y líderes políticos, en lo que Schumpeter (1971) calificó como un proceso de selección de élites competitivas.

### • **Contrapoder y división de poderes**

Por otra parte, tanto en el liberalismo como en la tradición republicana se han privilegiado mecanismos de contrapoder para evitar la tiranía. En su mayor parte estos mecanismos han sido institucionales, como la división de poderes o las limitaciones legales, pero a lo largo de la historia se han desarrollado también, en todo tipo de regímenes, contrapoderes ciudadanos no institucionalizados (protestas, boicots, huelgas...).

Por último, algunas otras características formarán parte de nuestro análisis. Varios autores han defendido un cierto nivel de igualdad económica como un atributo propio de la democracia, en tanto que asegura derechos ciudadanos y una mejor distribución del poder en la sociedad (Tusell Collado, 2015, pp. 183-184). Por otra parte, la teoría política ha discutido mucho respecto a las características que debería tener una comunidad política en términos de homogeneidad social o pluralismo; los liberales siempre han defendido su idea de comunidad como una asociación de individuos, mientras que autores como Schmidt han apostado por articulaciones menos instrumentales (Schmidt, 1998).

## **3. METODOLOGÍA Y SELECCIÓN DE MUESTRA**

La muestra está compuesta por nueve de simuladores de gobierno: *Faraón* (1999), *Imperivm Civitas III* (2009), *Civilization V* (2010), *Tropico 4* (2011), *Democracy 3* (2013) *Endless Legend* (2014), *Frostpunk* (2018), *Surviving Mars* (2018)

y *Surviving The Aftermath* (2020)<sup>1</sup>. Estos son simuladores relativamente populares, con importantes números de ventas en comparación con otros juegos del mismo género y con una distribución temporal que, privilegiando los juegos más modernos, incluye algunas obras antiguas. Al mismo tiempo, la mayor parte de estos son juegos de construcción de ciudades, pero dos de ellos (*Civilization* y *Endless Legend*) son considerados 4X (acrónimo de *Explore, Expand, Exploit, Exterminate*; juegos de construcción de imperios y búsqueda de la supremacía). Finalmente, *Democracy* simula la toma de decisiones sobre políticas públicas en un Estado nación moderno.

Desde una perspectiva metodológica, múltiples modelos de análisis se han propuesto a la hora de estudiar los videojuegos, considerando sus particularidades respecto a otros objetos culturales (Pérez Latorre, 2010; Navarro, 2016), y nos apoyamos en ellos. Nuestra comprensión del jugador que ocupa la posición del Estado se nutre de una perspectiva semiótica, similar a la propuesta por Pérez Latorre (2010), pero el conjunto de nuestro análisis se enmarca en lo que podríamos definir como análisis "sistémico" o "ludológico". Esto se debe a que queremos centrarnos en el funcionamiento interno del sistema político, entendido como un conjunto diseñado de instituciones, actores y reglas de juego (institucionales y no institucionales). Queremos conocer quién toma las decisiones, cómo y mediante qué procesos, para lo cual ese acercamiento parece el más adecuado. Los aspectos narrativos son fundamentales para comprender cómo se presentan esas reglas e intuir la visión que los jugadores podrían

---

<sup>1</sup> A continuación, estos juegos se citarán sin detallar el año ni la entrega particular (*Imperivm Civitas* en lugar de *Imperivm Civitas III*), para facilitar la lectura y porque las conclusiones son normalmente aplicables a la saga en su conjunto.

tener de ellas, pero ese análisis se reservará para otra ocasión.

Más concretamente, nuestro análisis del sistema político se centra en cuatro ejes:

- Las competencias de actuación de los ciudadanos y sus reglas de activación (Pérez Latorre, 2010, p. 120), véase, lo que estos pueden hacer, y cómo y por qué lo hacen (en representación del poder de los ciudadanos y sus repertorios de acción colectiva).
- Las competencias de actuación del jugador (que en este caso representa el poder del gobernante-Estado).
- Las características de la comunidad política, como la composición social de los ciudadanos o la distribución de recursos.
- Los objetivos del juego.

El análisis de estos elementos videolúdicos, a su vez, se organizará en tres apartados desde el punto de vista de la teoría política: las características de la comunidad política, los sistemas de contrapoder ciudadano, y las dimensiones de deliberación y participación directa en la toma de decisiones.

## 4. ANÁLISIS DE JUEGOS

### 4.1 CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES DE LA COMUNIDAD POLÍTICA

Las comunidades políticas virtuales de los juegos analizados presentan un conjunto de características relativas a su configuración política básica, lo que podríamos llamar su carácter. Estas parecen moverse en una línea con dos tipos ideales en los extremos: por una parte,

nos encontramos con comunidades orgánicas, con fuerte homogeneidad social, un líder natural y una suerte de destino manifiesto expresado en los objetivos de la partida (como *Endless Legend*). Por otra, con comunidades heterogéneas, en las que los ciudadanos presentan intereses diversos y el liderazgo se pone en duda más habitualmente. En términos generales, los juegos que presentan comunidades totalmente ficticias se asemejan más al primer modelo, mientras que aquellas que proponen representaciones históricas supuestamente fidedignas (*Imperivm Civitas*) o relativamente modernas se acercan más al segundo.

A pesar de que la selección popular de líderes ha sido considerada un elemento fundamental de las democracias modernas, en los simuladores de gobierno la partida empieza con el jugador ya en la posición de líder-Estado. Sin embargo, el tipo de liderazgo que se presenta es variable. En *Civilization*, por ejemplo, el líder se presenta como personificación del carácter de la comunidad, de forma que ambos se confunden; es, además, un líder inmortal, eterno, presente durante los aproximadamente 6000 años de partida, una ficción videolúdica que nos presenta un modelo de comunidad política de tintes schmittianos (Schmitt, 1998). En casos menos radicales, el líder es el fundador de la comunidad (como en *Surviving The Aftermath*) lo que le otorga un cierto “destino manifiesto” en ocasiones relacionado con la supervivencia en un mundo peligroso. En otras, el líder dirige la comunidad, pero la usa con cierta lógica patrimonial, como en *Imperivm Civitas*, donde la fundación de ciudades tiene como objetivo el crecimiento de la influencia de la familia. Finalmente, *Tropico* y *Democracy* destacan porque sus liderazgos son los más disputados: deben presentarse a elecciones competitivas, y perderán la partida de no ganarlas.

Esa línea entre la organicidad y la pluralidad parece representarse también en los objetivos. En *Endless Legend*, por ejemplo, existen misiones “de facción”, relacionadas con el carácter cultural de cada una de las razas de fantasía jugables, mientras que en *Civilization* se asume una cierta voluntad natural en la humanidad de llevar a su pueblo “a la gloria” (que normalmente viene a significar la supremacía). Al otro extremo se encuentran, de nuevo, *Tropico* y *Democracy*, donde los objetivos de las jugadoras se encuentran en gran medida indeterminados (aunque hay objetivos formales, se puede optar por políticas públicas muy distintas con impacto en la comunidad) y donde además los ciudadanos tienen objetivos propios y diferentes entre sí. Ambos juegos se basan en sistemas de facciones, donde los ciudadanos pertenecen a determinados grupos ideológicos y desean políticas y formas de sociedad diferentes (Planells, 2015).

Ese elemento convierte a *Tropico* y *Democracy* en los juegos con mayor nivel de heterogeneidad social. Cabría tal vez citar también a *Imperivm Civitas*, donde la comunidad se encuentra necesariamente dividida en clases sociales, que tienen intereses distintos respecto al tipo de bienes y servicios que desean. Estos tres juegos son también los que presentan mayores niveles de diferencias económicas, aunque en los dos primeros una política de redistribución puede reducirlas. En los demás, los intereses y planteamientos ideológicos de los miembros de la comunidad son muy similares o, como mínimo, la sociedad se expresa siempre como un todo unificado y orgánico. Esto último es interesante, por ejemplo, en *Frostpunk*, donde el juego presenta discusiones entre los ciudadanos respecto a la política del jugador, pero en última instancia la opinión pública se ve reflejada y unificada en los indicadores de descon-

tento y esperanza de la comunidad, y cuando el jugador se ve expulsado nunca se presenta un conflicto civil, sino un acto de la comunidad en su conjunto. Incluso si pensamos que es una decisión de la mayoría, la comunidad se presenta como un todo unificado a través de esa decisión.

Por otra parte, existen algunas divisiones sociales funcionalistas (como los especialistas en *Civilization*, o los biólogos o geólogos en *Surviving Mars*), pero estas raramente incluyen diferencias ideológicas ni tampoco diferencias en la redistribución de recursos (en *Endless Legend* o *Civilization*, por ejemplo, nunca encontramos ningún tipo de acaparamiento de recursos, y en *Faraón* el acceso a estos no depende de si los ciudadanos pueden pagarlos, si no de si su vivienda se encuentra en una zona de provisión; los ciudadanos, de hecho, nunca emplean su dinero para nada que no sea pagar impuestos, pero se van de la ciudad si estos son demasiado altos).

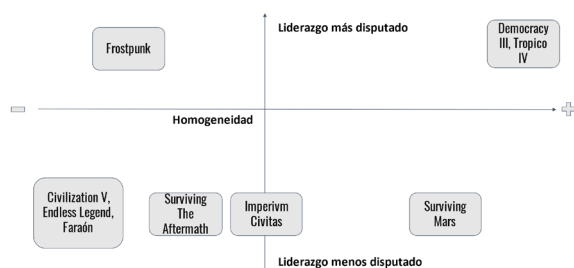
Así, pues, un primer acercamiento al tipo de comunidades políticas nos ofrece diversos modelos. Nos encontramos con comunidades fuertemente estructuradas, con líderes naturales y un carácter colectivo reflejado en sus objetivos; también con comunidades instrumentales, fundadas por los líderes pero que estos emplean de acuerdo con sus objetivos propios, y en las que habitualmente los ciudadanos llegan o abandonan la ciudad en función de su atractivo y las condiciones de vida que ofrezca, como si se tratara de un intercambio monetario. Y, por último, existen también algunas comunidades plurales, heterogéneas, más similares a nuestra visión moderna de la sociedad. Aunque cada juego suele acercarse más a una u otra, estos son tipos ideales, y es posible que cada juego contenga características de otros.



El siguiente diagrama busca mostrar visualmente las características de los juegos analizados en base a dos de las dimensiones planteadas, la de homogeneidad social (que se refiere a la similitud de las ciudadanas entre sí en términos de intereses y actuación, y que normalmente viene acompañada de una similar distribución de recursos) y el nivel en el que el liderazgo del jugador se ve disputado. Cabe destacar que, dado que cada juego presenta características únicas y difícilmente equiparables entre sí, las posiciones de los juegos no deben tomarse de forma estricta, si no más bien indicativa de tendencias generales.

**Figura 1**

*Diagrama de distribución de los juegos por homogeneidad social y liderazgo disputado*



## 4.2 CONTROL Y CONTRAPODER

Todos los sistemas políticos históricos que se han considerado democracias han incorporado una dimensión legal e institucional, un conjunto de reglas de juego que definían lo que podía hacerse y cómo. Los procedimientos legales, de hecho, han sido considerados muchas veces contrapoderes frente a las pretensiones de actores poderosos, con capacidad fáctica para hacer cosas que las leyes no les permiten.

Los simuladores de gobierno, sin embargo, apenas incorporan mecanismos legales que regulen el funcionamiento de la vida política.

Es cierto que los juegos presentan “leyes” propias que regulan su mundo, pero estas, incluso cuando son sociales, se parecen más a las físicas: definen lo que se puede o no se puede hacer de modo absoluto, y no únicamente formal. Los actores institucionales externos al jugador son extremadamente raros: no existen jueces ni parlamentos, sino solo figuras como los “consejeros” en *Civilization* (sin ningún poder real) o los ministros en *Democracy*, que nunca toman decisiones por su cuenta, sino que ponen su capital político al servicio de los jugadores. Solo en casos como *Tropico* pueden cometerse ilegalidades (como asesinar a un rival político), pero incluso allí no se encontrará con la oposición de actores institucionales, sino de los propios ciudadanos.

En un contexto de ausencia general de instituciones, reglas de juego y procesos de selección de líderes, la oposición ciudadana se convierte en el elemento fundamental de contrapoder en los juegos analizados, y este es a su vez el componente democrático más desarrollado de entre los estudiados.

Al igual que para los liberales, que entendían el control popular más como un sistema de incentivos que de obligaciones (Manin, 1998, pp. 201-206), en los simuladores de gobierno abundan los mecanismos por los cuales el descontento popular tiene implicaciones negativas para el jugador, pero raramente le obliga a tomar determinadas decisiones. Los juegos varían en cuanto al poder de control de los ciudadanos: en algunos casos pueden expulsar al jugador del poder y hacerle perder el juego (*Democracy, Frostpunk...*), mientras que en otros el efecto del descontento es menor, como el hecho de que algunos ciudadanos abandonen la ciudad (*Faraón*). La intensidad del control suele venir de la mano de otra diferencia rele-

vante, relativa a la concepción del conflicto que se presenta. En ese sentido, se presentan cinco formas de concebir los efectos del descontento:

- **El descontento como problema de productividad.** En estos casos, el descontento ciudadano no genera ninguna respuesta política propiamente dicha, pero tiene efectos perniciosos sobre la comunidad política y representa un obstáculo a la victoria del jugador por generar un problema de ineficiencia. En el constructor de ciudades *Faraón* parte de la población abandonará la ciudad si pierden el acceso a bienes o servicios, lo cual dificulta el crecimiento y el desarrollo de las economías de escala. En *Civilization* la infelicidad de la población disminuye su crecimiento y provoca que los soldados luchen peor, y en *Endless Legend* se ve afectada la productividad.
- **El descontento como problema de delincuencia.** En algunos juegos, como *Surviving The Aftermath* o *Imperivm Civitas*, el descontento provoca que algunos ciudadanos se vuelvan delincuentes y roben comida o incendien edificios, respectivamente.
- **El descontento como problema de gestión empresarial.** Este enmarcado no tiene la presencia y consistencia de los otros cuatro, pero encuentra cierta expresión en *Surviving Mars*, un juego de construcción de una colonia en Marte. Antes que bienestar, a los habitantes de la colonia se les proporciona "comfort" a través de la provisión de servicios. Al mismo tiempo, los turistas visitan habitualmente la colonia y puntúan su satisfacción con la experiencia al volver a la Tierra. Se adopta de esta forma una gestión empresarial del descontento, donde los incentivos

políticos adquieren el vocabulario y la lógica de la gestión privada de los servicios, y los ciudadanos se convierten en clientes.

- **El descontento como ira política.** En este caso, el descontento genera un malestar propiamente político contra el gobierno y sus políticas, y se expresa en la voluntad de expulsarlo del poder, pero no se construye sobre propuestas políticas alternativas concretas; es el caso de *Frostpunk*.
- **El descontento como alternativa política.** Tanto en *Tropico* como en *Democracy 3*, los ciudadanos que expresan su descontento tienen preferencias políticas claras alternativas a las del jugador (como, por ejemplo, una menor o mayor defensa del medio ambiente o la inversión en políticas sociales). Al contrario que en los casos anteriores, el descontento no surge solo de malas condiciones de vida, sino también de un desacuerdo político.

Estos son tipos ideales, por lo que cada juego puede combinar diversas perspectivas, aunque no suelen hacerlo. En los dos últimos tipos el descontento se plantea como un problema político, y no meramente técnico, pero es el quinto el que claramente aporta mayor agencia a la ciudadanía, cuyas preferencias se acercan al mismo nivel cognoscitivo que las del jugador. Los tres primeros, por el contrario, se acercan más a la idea de la política como tecnocracia, donde la eficiencia en la persecución de los objetivos del juego sustituye a la política propiamente dicha.

El siguiente diagrama resume la posición aproximada de los juegos basándose en tres dimensiones: el poder de los ciudadanos para marcar la agenda política del jugador (en la línea horizontal), la institucionalización del conflicto político, a través por ejemplo de elecciones reguladas (en la línea vertical) y el enmarcado del conflicto, que puede observarse en los colores de cada juego: productividad, en verde; delincuencia, en negro; gestión empresarial, en azul; descontento como ira política, en rojo y descontento como alternativa política, en morado. Como comentábamos, podemos observar correlaciones entre el enmarcado del conflicto y el poder de los ciudadanos, así como entre la institucionalización y el poder ciudadano.

**Figura 2**

*Diagrama de distribución de los juegos por capacidad de actuación de los ciudadanos, institucionalización del conflicto político y enmarcado del conflicto político*



## 4.1 DELIBERACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES

La deliberación ha sido un aspecto fundamental para el proceso de toma de decisiones entre diversas tradiciones democráticas, ya sea entendida como un proceso de entrenamiento y puesta en práctica de la virtud cívica para alcanzar una sabiduría colectiva, o como un proceso de negociación entre facciones que

permite alcanzar la solución satisfactoria para la mayoría (este último es el caso para los liberales (Manin, 1998). Si bien la deliberación hoy parece más bien formal a nivel parlamentario, esta ocupa un papel relevante en la toma de decisiones y, sobre todo, en la formación de la llamada “opinión pública”. En nuestras democracias complejas, la deliberación y la formación de la opinión pública se da a través de la mediación de una multitud de actores con distintas funciones y poderes, desde individuos y personajes públicos a movimientos sociales, organizaciones y partidos, y medios de comunicación. Como resultado, encontramos una sociedad con una opinión pública dinámica, en la que diversos temas entran y salen de la agenda pública y las percepciones sobre estos de los ciudadanos y otros actores cambian con el tiempo. También ofrece el que es, a priori, el principal aliciente para la actividad política, que es la capacidad de presentar ideas y proyectos de sociedad y convencer a los actores necesarios para ponerlos en marcha. La deliberación funciona también como mecanismo de contrapoder, motivo por el cual los regímenes autoritarios suelen querer limitarla.

La deliberación es, sin embargo, una ausencia fundamental de los simuladores de gobierno. En los juegos, los ciudadanos reaccionan a las situaciones en las que se encuentran ellos o la comunidad (por ejemplo, su felicidad en *Civilization* o la economía en *Democracy*), o a las decisiones tomadas por el jugador (de forma unánime o heterogénea), pero esas reacciones se encuentran prefijadas y programadas, nunca se debaten ni cambian por ser convencidos de algo.

En ocasiones la deliberación se presenta brevemente de forma narrativa, como en *Frostpunk*, cuando después de aprobar una ley aparecen opiniones variadas de los ciudadanos respecto a ella, pero sin ningún efecto mecánico, o como el discurso en *Tropico*, en el que a través de promesas el jugador logra votos para las elecciones, pero no convence a nadie de cambiar su postura ideológica. Al mismo tiempo, en *Democracy* los ciudadanos pueden cambiar de opinión con respecto a un tema concreto si cambia su situación social (por ejemplo, si un conductor deja de conducir, pasará a no tener problemas con las subidas de impuestos al combustible), pero nunca como efecto de un proceso deliberativo, sino como consecuencia de un cambio de intereses objetivo. De esa forma, la ausencia de deliberación supone una ausencia de dinamismo social y una aproximación a la democracia y a los ciudadanos como electores/consumidores racionales, cuyas decisiones se toman de acuerdo con la evaluación de sus intereses y preferencias. La democracia se representa de forma similar a como la imaginaban los teóricos de la democracia económica, basada en la teoría de la elección racional (Downs, 1957).

Uno de los potenciales efectos de esta representación de la democracia tiene que ver con la promoción de reacciones autoritarias en el juego. Ante la imposibilidad de convencer a los ciudadanos de una política determinada, la única forma de llevarla a cabo es ejercer unilateralmente el poder para ponerla en marcha y, en algunos casos, como en *Frostpunk*, despojar a los ciudadanos de sus herramientas de contrapoder para evitar que lo impidan. Esta dinámica puede reforzarse en el caso de que el jugador tenga la seguridad de que lo que pretende hacer es objetivamente mejor que lo

que proponen los ciudadanos, lo que nos lleva a plantearnos la cuestión de la idea de sabiduría colectiva y la infantilización de la ciudadanía en los simuladores de gobierno.

Como hemos comprobado anteriormente, solo en dos de los juegos los ciudadanos proponen políticas alternativas a las de los jugadores, mientras que en los demás estos reaccionan a las circunstancias, pero carecen de programa. Al mismo tiempo, los juegos pueden presentar circunstancias críticas para la supervivencia (como en los escenarios postapocalípticos de *Frostpunk* y *Surviving The Aftermath*) u objetivos del juego que el jugador conoce, pero no queda claro si los ciudadanos comparten (como la supremacía en *Civilization*). En ambos casos, los ciudadanos pueden aparecer como poco colaborativos, poco comprensivos hacia el jugador, e incluso caprichosos en sus demandas. Del mismo modo, el jugador dispone de un conjunto de informaciones técnicas a las que los ciudadanos no pueden acceder: desde datos estadísticos de productividad y condiciones de vida, desarrollos futuros de tecnología y sus requisitos actuales, o potenciales desastres naturales o cambios meteorológicos graves. Esta información le permite elaborar una estrategia a largo plazo (frente a las necesidades a corto plazo de los ciudadanos), lo que, unido a la falta de iniciativa política de estos últimos, contribuye a ese proceso de infantilización en el que los jugadores aparecen como los actores ideales para la toma de “buenas” decisiones.

Algo similar ocurre con la idea de sabiduría colectiva. Los defensores de la deliberación han planteado que es un proceso adecuado para la toma de buenas decisiones, ya que, entre otras cosas, involucra más perspectivas sobre la cuestión que debatir que la del autócrata.

El problema, de nuevo, es que no existe una asamblea donde los ciudadanos pongan en común esas perspectivas, sino que el único actor con posibilidad de conocerlas (en la medida en que el juego se lo permita) e incorporarlas en la decisión final es el propio jugador (por ejemplo, leyendo las reivindicaciones de cada facción en *Tropico*).

Así, pues, la ausencia de mecanismos deliberativos, acompañada de una representación de los ciudadanos como consumidores racionales y sujetos infantiles al mismo tiempo, y la concentración de la información en manos del jugador promueven la aceptación de una relación autoritaria como la fórmula más eficaz y adecuada para la toma de decisiones en el juego. Los propios juegos dan entonces una justificación ideológica al hecho de que no exista un solo mecanismo de participación directa de los ciudadanos en la toma de decisiones. Los edificios que se construyen, las leyes que se firman, las relaciones internacionales, la tecnología que se investiga y cualquier otra decisión pública, que pone en juego los recursos comunes de la comunidad, es tomada exclusivamente por el jugador-Estado.

Aunque existen claras dificultades mecánicas y técnicas para la simulación de la deliberación y la participación en el juego, estas podrían dar lugar no solo a juegos muy innovadores, sino también a juegos con capacidad de enseñar valores prodemocráticos. En la expansión de *Frostpunk* "el último otoño" aparece una mecánica teóricamente muy interesante: al enfrentarse a las reclamaciones laborales de los obreros, el jugador puede crear un sindicato, que reduce el riesgo de huelga, pero en el cual los trabajadores se reúnen y toman algunas decisiones para la comunidad de forma autónoma e inde-

pendiente<sup>2</sup>. Otros juegos podrían incorporar mecánicas significativas en las cuales los jugadores cedieran parte de su poder de decisión y obtuvieran, a cambio, mayor colaboración ciudadana, promoviendo la negociación y cesión por encima de la aplicación de la autoridad.

## 5. CONCLUSIONES

En términos generales, los simuladores de gobierno analizados no presentan sistemas democráticos. Con una ausencia total de participación directa de la población en la toma de decisiones, las comunidades políticas virtuales se construyen sobre el consentimiento de la autoridad de sus líderes, sean estos escogidos o naturales, y sujetos a mayor o menor confrontación. Ese consentimiento se ve atenuado por una dimensión de contrapoder relativamente desarrollada, pero que en muchas ocasiones se enmarca como un problema técnico y dota de poca agencia (o directamente infantiliza) a los ciudadanos. Incluso en los juegos que buscan una representación más acertada (como *Democracy*), la actuación de los ciudadanos se construye sobre las bases de la teoría de la elección racional, lo que excluye cualquier tipo de aspecto deliberativo. Es complicado asociar los modelos de los simuladores de gobierno a experiencias democráticas reales. Si bien la importancia del consentimiento frente a la participación o la lógica del contrapoder nos acercaría más a planteamientos liberales que a, por ejemplo, el modelo de la Atenas clásica (Manin, 1998), estamos muy lejos de los primeros, dada la ausencia casi total de instituciones o la ten-

---

<sup>2</sup> Las consecuencias de las decisiones de los obreros aparecen como eventos con efectos positivos o negativos para el objetivo del juego, según el caso. Sin embargo, el jugador pronto tiene una opción para firmar una ley que limita esa capacidad de actuación de los trabajadores y permite sólo decisiones con efectos positivos, lo que limita la importancia general de esa dinámica en el juego.

dencia a presentar comunidades homogéneas. Aunque las propuestas de los simuladores beben de distintas fuentes, sus sistemas políticos son únicos y responden a las particularidades del videojuego y del género.

Este escenario es problemático en términos de valores transmitidos, dado que existen mecanismos ideológicos de justificación de la autocracia, pero existe espacio para mecánicas alternativas que refuercen valores prodemocráticos.

Este trabajo puede extenderse de distintas formas. Por una parte, requiere un análisis en mayor profundidad, que incorpore una dimensión narrativa y que también tenga en cuenta las percepciones de los jugadores. Otra línea de investigación podría encontrarse en el nivel del diseño, para intentar comprender cómo y por qué se han tomado las decisiones que han llevado a este tipo de representaciones (y que probablemente no sean consciente-

mente ideológicas, sino que se expliquen por cosmovisiones subconscientes, principios del género y aproximaciones en términos de jugabilidad, mecánicas y desafíos). Pero la más interesante, sabiendo que existen representaciones problemáticas de la democracia en los videojuegos, probablemente sea proponer diseños alternativos, que nos lleven a pensar en los simuladores de gobierno de otra forma. Mecánicas relacionadas con ceder poder, dialogar, convencer o ser convencido, y escuchar y comprender podrían complementar la racionalización de los recursos de acuerdo con un objetivo y oponerse a la comprensión de los ciudadanos como recursos y oponentes, así como a la fantasía de poder que típicamente exhiben los videojuegos. Si los juegos pueden funcionar como escuelas de ciudadanía, tal vez puedan contribuir a replantear lo que significa la democracia, también para repensar nuestras propias sociedades.

## REFERENCIAS

- Barthel, M. (2013). President for a day. *Information, Communication & Society*, 16(1), 28-42, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.627176>
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5334.001.0001>
- Centro de Investigaciones sociológicas (2021). Barómetro de febrero de 2021, estudio 3309.
- Dishon, G., & Kafai, Y. (2019): Connected civic gaming: rethinking the role of video games in civic education. *Interactive Learning Environments*, <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1704791>
- Dolkemeyer, L. (2020). Autocracy for the People. Modes of response-able Action and the Management of Demise in *Frostpunk*. *Gamevironments*, 13. <https://media.suub.uni-bremen.de/handle/elib/4605>
- Douglas, C. (2002). "You Have Unleashed a Horde of Barbarians!": Fighting Indians, Playing Games, Forming Disciplines. *Postmodern culture*, 13(1). <https://doi.org/10.1353/pmc.2002.0029>
- Downs, A. (1957). *An economic theory of democracy*. Harper.
- Evans-Thirlwell, E. (14 de agosto de 2021). SimCity wasn't built for the climate crisis. These games are. *Wired*. <https://www.wired.co.uk/article/climate-crisis-city-building-games>
- Exmeyer, P., & Boden, D. (2020). The 8-Bit Bureaucrat: Can Video Games Teach Us About Administrative Ethics? *Public Integrity*, 22(5), 1-16. <https://doi.org/10.1080/10999922.2020.1731056>
- Ford, D. (2016). "eXplore, eXpand, eXploit, eXterminate": Affective Writing of Postcolonial History and Education in Civilization V. *Game Studies*, 16(2).
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Trotta.
- Imhoff, D., Godoy, J., Cena, M., & Ferreira, P. (2021). Videojuegos y socialización política: evaluación del potencial de los videojuegos para promover aprendizajes sociopolíticos. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 130, 151-168.
- Laclau, E. (2016). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica
- Lang, A. (2007). But is it for real? The British Columbia Citizens' Assembly as a model of state-sponsored citizen empowerment. *Politics & Society*, 35(1), 35-70.
- Mair, P. (2015). *Gobernando el vacío: la banalización de la democracia occidental*. Alianza Editorial.
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Alianza Editorial.

- McHale, B. (1987): *Postmodernist Fiction*. Routledge.
- McNeil, E. (2016). Ludic Spolia in Sid Meier's Civilization: Beyond Earth. *Journal of games criticism*. 3(1A).
- Navarro Remesal, V. (2016). *Libertad dirigida: una gramática del análisis y diseño de videojuegos*. Shangrila.
- Ober, J. (2018). *Demópolis. La democracia antes del liberalismo: teoría y práctica*. Casus-Belli.
- Oliva, M., Besalú, R., & Ciaurriz, F. (2009): Más grande, más rápido, mejor: la representación de la Historia universal en Civilization IV. *Comunicación*, 7(1), 62-79.
- Pérez Latorre, O. (2010). *Análisis de la significación del videojuego. Fundamentos teóricos del juego, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discurso*. [tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra].
- Pfister, E., Winnerling, T., & Zimmermann, F. (Eds). Democracy Dies Playfully. (Anti)Democratic Ideas in and Around Video Games. *Gamevironments* (2020, número especial).
- Planells, A. (2015). Mundos posibles, grupos de presión y opinión pública en el videojuego Tropic 4. *Trípodos*, 37, 167-181.
- Platón (2013). Ciudadanos políticamente competentes. En R. Aguila, F. Vallespín, A. Rivero, E. García, & J. A. Pérez (Eds.) *La democracia en sus textos*, 38-42. Alianza Editorial.
- Pobłocki, K. (2002). Becoming-state. Bio-cultural Imperialism of Sid Meier's Civilization. *European Journal of Anthropology*, 39, 163-177.
- Schmitt, C. (1998). *El concepto de lo político: texto de 1932 con un prólogo y tres corolarios*. Alianza.
- Schrier, K. (2016). Designing role-playing video games for ethical thinking. *Educational Technology Research and Development*, 65, 831-868.
- Schrier, K. (2015). EPIC: a framework for using video games in ethics education. *Journal of Moral Education*, 44(4), 393-424, <https://doi.org/10.1080/03057240.2015.1095168>
- Schumpeter, J. (1971). *Capitalismo, Socialismo y democracia*. Aguilar.
- Shields, M. (2009). *A Pentadic Analysis of Tropic: Dramatism and Digital Games*. [Tesis para el Master of Arts In Interdisciplinary Studies, Oregon State University]. <https://tinyurl.com/exvjd6n>
- Simkins, D. (2008). Critical Ethical Reasoning and Role-Play. *Games and Culture*, 3(3), 333-355.



Tusell Collado, A. (2015): La calidad de la democracia y sus factores determinantes. Un análisis comparado de 60 países. *Política y Sociedad*, 52(1),179-204.

Zagal, J. P. (2011). Ethical reasoning and reflection as supported by single-player videogames. En K. Schrier, & D. Gibson (Eds.), *Designing Games for Ethics: Models, Techniques and Frameworks* (pp. 19–35). IGI Global.

Zamaróczy, N. (2017). Are We What We Play? Global Politics in Historical Strategy Computer Games. *International Studies Perspectives*, 18(2), 155–174, <https://doi.org/10.1093/isp/ekv010>

## LUDOGRAFÍA (PC):

*Democracy 3* (2013). Positech Games, Positech Games

*Endless Legend* (2014). Amplitude Studios, SEGA

*Faraón* (1999). Impressions Games, Sierra Entertainment

*Frostpunk* (2018). 11 bit studios, 11 bit studios

*Imperivm Civitas III* (2009). Haemimont Games, FX Interactive

*Sid Meier's Civilization V* (2010). Firaxis Games, 2K Games

*Surviving Mars* (2018). Haemimont Games, Paradox Interactive

*Surviving The Aftermath* (2020). Iceflake Studios, Paradox Interactive

*Tropico IV* (2011). Haemimont Games, Kalypso Media

# OBRA DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay

# Techno-nationalism and reconstruction of the past in China through video games

*Tecnacionalismo y reconstrucción del pasado en China a través de videojuegos*

*Tecnacionalismo e reconstrução do passado na China através de videogames*

# 4

ARTÍCULO



## Antonio César Moreno Cantano

Complutense University of Madrid (Spain)

Profesor asociado en el Departamento de Relaciones Internacionales e Historia Global de la UCM. Miembro del grupo de investigación Seguridad, Desarrollo y Comunicación en la Sociedad Internacional, de la UCM (UCM-971010-GR96/20).

antmor03@ucm.es  
orcid.org/0000-0003-1008-2831

RECIBIDO: 6 de junio de 2021 / ACEPTADO: 20 de enero de 2022

### Resumen

En el presente texto vamos a analizar cómo los diferentes organismos educativos y culturales del país asiático, especialmente desde la campaña de Educación Patriótica de Jiang Zeming, han utilizado el formato de los videojuegos para favorecer el nacionalismo y reescribir el pasado de China a través del *tecnacionalismo digital cultural*. Todo ello bajo un prisma metodológico holístico que combina el periodismo cultural, la sociología, las relaciones internacionales y la comunicación audiovisual. Como resultado preliminar podemos avanzar la importancia del medio videolúdico chino para favorecer la ideología estatal y cohesionar a la sociedad alrededor de una serie de mitos y temas históricos.

### PALABRAS CLAVE

Nacionalismo digital, Historia, Videojuegos, Ideología, Control estatal, China, Jiang Zeming.

### Abstract

This article analyzed how the different educational and cultural organizations in China, especially since Jiang Zeming's Patriotic Education campaign, have used the video game format to favor nationalism and rewrite the country's past through cultural digital techno-nationalism. A holistic methodological analysis was carried out that combines cultural journalism, sociology, international relations, and audiovisual communication. As a preliminary result, we can note that the importance of the Chinese video

game medium to promote state ideology and unite society around a series of myths and historical themes.

### KEYWORDS

Digital nationalism, History, Video games, Ideology, State control, China, Jian Zeming.

### Resumo

Neste texto vamos analisar como as diferentes organizações educacionais e culturais do país asiático, especialmente desde a campanha de Educação Patriótica de Jian Zeming, utilizaram o formato dos videogames para promover o nacionalismo e reescrever o passado da China

através do tecnacionalismo digital cultural. Tudo isso sob um prisma metodológico holístico que combina o Jornalismo Cultural, a Sociologia, as Relações Internacionais e a Comunicação Audiovisual. Como resultado preliminar, podemos adiantar a importância do meio de videogame chinês para favorecer a ideologia estatal e unir a sociedade em torno de uma série de mitos e temas históricos.

### PALAVRAS-CHAVE

Nacionalismo digital, História, Videogames, Ideologia, Controle estatal, China, Jian Zeming.

## 1. INTRODUCCIÓN

En cada nación la gente cuenta historias de cómo han llegado hasta su configuración actual, desde las formas más básicas de organización social (núcleo familiar, tribu, grupo, colectividad) hasta las más complejas. Un elemento central de la creación de estas narrativas es conocer aquellos episodios que se seleccionan para recordar y aquellos otros que se prefieren olvidar. Es la manera en la que los estados construyen su identidad nacional (Wang, 2014, p. 20). Desde hace décadas, diferentes países y agentes internacionales se sirven del formato videolúdico para difundir dentro de sus fronteras su particular reinterpretación del pasado y defender su posicionamiento presente en las estrategias de la geopolítica internacional. Como han analizado con interés diferentes estudios, tales como *Observant States: Geopolitics and Visual Culture* (Macdonald et al., 2010), una gran parte de la población comprende la política internacional y los principales conflictos bélicos que de la misma se derivan a través de imágenes. Si las mismas se acompañan de sonido, video y texto, el efecto es aún mucho mayor; de

esta combinación destaca el poder de la empatía para homogenizar todos estos elementos e impactar en el espectador (Schrier & Farber, 2021). Existen numerosos ejemplos que constatan el papel relevante que desempeñan los videojuegos como mecanismo de transmisión y ampliación de los ideales de una nación, internos y externos, en la India, Pakistán, Bangladesh, Corea del Sur, Turquía y un largo etcétera (Venegas & Moreno, 2021; Moreno & Venegas, 2020).

Centrando nuestra atención en China, como destacaba el periodista Minxin Pei (2001), “las experiencias nacionales y la memoria colectiva constituyen una poderosa fuerza en la toma de decisiones en cuestiones no solo internas sino también de política exterior”. Para la forja de este pasado identitario, con la intención de cohesionar la mente de la población en una serie de principios capitales, con capacidad de proyectar a su vez el futuro del país en un contexto hegemónico y de reafirmación internacional, la educación y la cultura —en todas sus manifestaciones y formatos— han tenido un papel preponderante. Las campañas de *Educación patriótica* —que analizaremos a

partir de los trabajos de Zheng Wang (2008 y 2014) —orquestadas por el Partido Comunista Chino desde la época de Jiang Zeming hasta la configuración de una nueva identidad cultural (Liu, 2012) a través los medios digitales (Schneider, 2018) y propagandísticos (Brady & Juntao, 2009) serán objeto de este epígrafe, con el propósito final de poner el foco en los videojuegos, un elemento de gran valía —como reconoce el propio Partido Comunista Chino— para esta tarea de actualización histórica y de difusión exterior de la cultura china.

El profesor de la Universidad de Nebraska Parks M. Coble (2010) se cuestionaba, a la hora de referirse a China, “¿puede el pasado servir al presente?”. La respuesta, como iremos desgranando a lo largo de las siguientes páginas, es rotundamente afirmativa. Las grandes efemérides pretéritas han sido reactualizadas a través de los nuevos formatos y canales tecnológicos de las últimas décadas del siglo xx y principios del xxi, como es el mundo de los videojuegos, y han dado lugar a lo que Schneider (2018) ha definido como *nacionalismo digital*, que

describe un proceso en el que los algoritmos reproducen e imponen el tipo de sesgos que llevan a la gente a ver la nación como un elemento importante de su identidad personal y como el *locus* principal de la acción política. Los sesgos en sí mismos son mucho más antiguos que la tecnología digital. Podemos encontrarlos en todo tipo de redes sociales, que frecuentemente transmiten los símbolos del nacionalismo a sus audiencias. El nacionalismo digital es especial porque estos sesgos existentes se fortalecen aún más y se hacen parecer naturales en virtud de los procesos de personalización generalizados, los filtros de preferencia y las burbujas grupales que han llegado

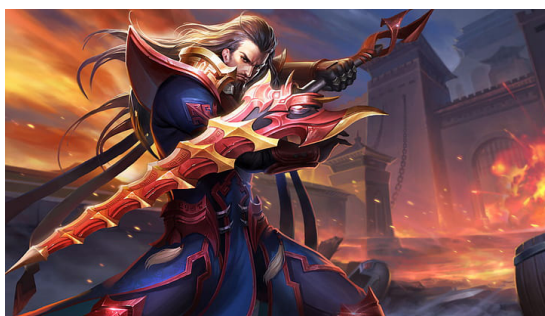
a definir la comunicación en la era de internet. (p. 18)

Algunos modelos de esta plasmación de símbolo y acervos culturales tradicionales los podemos localizar en el enorme éxito de varios títulos videolúdicos chinos de reciente aparición, que siguen esa dinámica así como en la recuperación de antiguos juegos analógicos y costumbres de varias centurias de antigüedad. En la confluencia entre ambos es donde radica uno de los paradigmas de este nuevo nacionalismo, no exento de un fuerte carácter ideológico y propagandístico. En febrero de 2011, la Asamblea Popular Nacional de China aprobó la primera ley del país sobre la protección del patrimonio cultural del país (Observatorio de la Política China, 2011), que tenía como fin mejorar la preservación de su legado histórico, literario, artístico y científico. Dentro de este patrimonio se cuentan casi 900.000 elementos diferentes. Los grandes conglomerados tecnológicos chinos, encabezados por Tencent, han puesto al servicio de esta medida el enorme potencial de sus creaciones. Uno de los casos más llamativos es el del videojuego *King of Glory*, también conocido como *Honour of Kings* (2015), que en solo dos años alcanzó más de 80 millones de descargas y en mayo de 2017 se convirtió en el título para móviles más rentable del mundo (BBC MUNDO, 2017). Se trata de un videojuego multijugador *online* en el que el usuario encontrará representado a algunos de los grandes héroes y heroínas del país, muchos de ellos del periodo de los Tres Reinos (desde el 220 al 280 d. C.), como el señor de la guerra Lü Bu; Cao Cao, último primer ministro de la antigua dinastía Han y líder del reino Wei; Liu Bei, emperador de Shu; Diao Chan, una de las cuatro grandes bellezas de la antigua China; o el gran general Han Xin. Además de aproximar estas narrativas a millones de personas, dentro y fuera del país, ha participado en la promoción

del patrimonio cultural inmaterial promoviendo eventos de esta índole o participando en los mismos a través de sus avatares más representativos. De esta manera, en abril de 2020 y en colaboración con el Instituto de Investigación de Arte de Shandong, provincia en la que se encuentra la ciudad de Weifang, la capital mundial de las cometas (un objeto muy presente en las habilidades de algunos de los personajes de este videojuego), *King of Glory* se unió a este organismo para “despertar” el recuerdo de las fiestas tradicionales, pese a las críticas que años atrás había recibido del diario oficial del Partido Comunista, el *People's Daily* (Chow, 2017). Un ejemplo más de la difícil y compleja relación entre ideología y economía dentro del país, la oscilación entre “tecno-socialismo y capitalismo de Estado” (González, 2021, p. 21). De la mano del artista local Guo Hongli se elaboraron numerosos modelos de cometas de papel inspirados en la temática de este título. Como resaltó Guo Xuendong, responsable del Instituto de Shandong, “el patrimonio cultural inmaterial primero debe ser conocido por el público para que este se perpetúe entre las nuevas generaciones”. Por esa razón, Tencent también colaboró en el impulso del proyecto de protección del conocimiento de Los Ocho Inmortales (*Shandong Business Daily*, 2020), un grupo de deidades nacionales de especial veneración, que según las creencias tradicionales existieron terrenalmente durante las dinastías Tang o Song, tiempo en el cual practicaron la alquimia y aplicaron métodos para conseguir la inmortalidad.

**Figura 1**

*Captura de pantalla de Cao Cao en King of Glory*



Existe una corriente oficial de reinterpretación del pasado acorde a los planteamientos actuales de la política china, que —entre otros medios— está apoyándose en las creaciones digitales interactivas para su difusión y divulgación. Se contabilizan multitud de referencias dentro de esta dinámica. Una de ellas es *The Han Dynasty Imperial Mausoleums Museum*<sup>1</sup> (Pai Jia Digital Creative Technology Co, 2017), que utiliza la realidad virtual para, a través de diferentes pistas y puzles relacionados con la historia china, visionar con todo tipo de detalles el lugar de descanso de los grandes emperadores de la dinastía Han, incluyéndose los famosos guerreros de terracota. Una muestra más de la contribución que la cultura, en formato lúdico —ya sea con un origen analógico o directamente digital—, puede alcanzar dentro del nuevo nacionalismo del gigante asiático.

---

<sup>1</sup> Acceso desde la plataforma digital STEAM: [https://store.steampowered.com/app/568330/VR\\_The\\_Han\\_Dynasty\\_Imperial\\_Mausoleums/](https://store.steampowered.com/app/568330/VR_The_Han_Dynasty_Imperial_Mausoleums/)

## 2. EL VIDEOJUEGO HISTÓRICO AL SERVICIO DEL NACIONALISMO

La sociedad china está experimentando en la actualidad una doble confrontación identitaria cultural entre dos paradigmas: modernidad y tradición, que se vinculan a la vez en la antítesis entre el otro y el yo (Wu, 2014). Este choque es especialmente visible en la generación nacida en los años ochenta de la pasada centuria. Son los grandes beneficiarios en términos de prosperidad material y económica del espectacular avance del país en las últimas décadas. La mayoría de estos jóvenes se caracterizan por una cultura del consumo de masas de signo global (léase, occidental), en la que Internet y la electrónica son algunos de sus rasgos más característicos. Expresan un deseo de pertenencia cultural distinto al de sus progenitores, nacidos en el idealismo revolucionario de la era Mao. Su identidad y su visión histórica está profundamente ligada con los medios de comunicación contemporáneos. La historia se “libera” de los libros de texto tradicionales y se integra en la vida cotidiana a través de la cultura mediática popular: películas, dramas televisivos, videojuegos... La historia se asocia a la nostalgia, al entretenimiento, a un producto cultural de consumo. Para esta generación, como destaca Liu Kang (2012, pp. 17-19), la historia presente china tiene poca relevancia o implicación práctica para su vida actual. Ello no significa, ni mucho menos, que no sientan un gran patriotismo hacia episodios pretéritos o ante cualquier “agresión” contra la identidad política, cultural y social de la nación. En este sentido, tras los disturbios de abril de 2008 en el Tíbet o las protestas internacionales por la celebración de los Juegos Olímpicos en Pekín, miles de estudiantes chinos en el extranjero se movilizaron en las redes sociales contra la “distorsión y demonización” de China en los

medios occidentales. Igualmente, durante el terremoto de Sichuan de ese año, se produjo una enorme participación de los sectores más jóvenes de la población en acciones de ayuda y asistencia. Aunque complacientes participantes de la sociedad de consumo global, a la par son cada vez más conscientes de que el recurso a la historia común del país es la mejor manera de identificarse frente a los demás. El progreso solo podrá desarrollarse a través del recuerdo y el mantenimiento de la tradición histórica. Estos “millennials”, calificados como *xiao fenhong* (“pequeñas rosas”), son cada vez más nacionalistas y combaten activamente en cualquier medio digital a quienes no se someten al régimen oficial (Li, 2017). La proliferación de videojuegos históricos o la presencia de elementos referentes al patrimonio cultural y políticos del país en estas creaciones digitales no hace más que responder a esta demanda y al deseo de difundir la cultura china por todo el orbe.

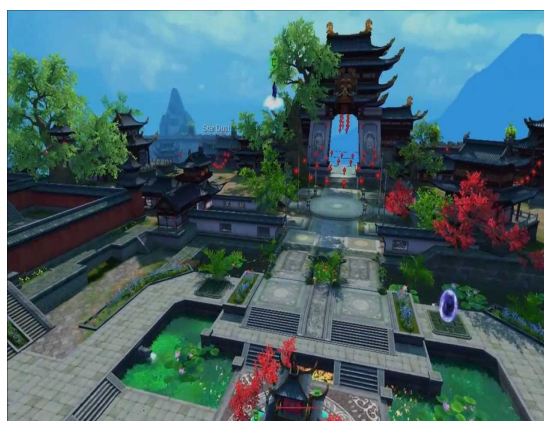
Este contexto determina la naturaleza de la mayoría de los videojuegos de temática histórica y ambientados en China desde el año 2001 (fecha de salida al mercado de *Three Kingdoms: Fate of the Dragon*, Object Software) hasta la más reciente actualidad. Los videojuegos de estilo chino (*Zhong Guo Feng*), basados en historias de la China imperial, mitos, leyendas, folclore y literatura, adoptan el confucianismo, el budismo o el taoísmo, además de otros componentes filosóficos y religiosos, para construir sus narrativas y reglas del juego. Con un fuerte tono nostálgico, este género de producciones está diseñado para “provocar la simpatía cultural, el anhelo por las propias raíces y la búsqueda de la identidad” (Li, 2020). La mayoría de los títulos se mueven en dos géneros de ficción: el *wuxia* y el *xinxia*, ambientados en el mundo del *jianghu*. *Wuxia* significa literalmente ‘héroes de las artes marciales’ y dentro de sus componentes es-

tán el misticismo y las leyendas, normalmente exageradas en las narrativas, en un ambiente que promueve la exploración del mundo y la libertad de los personajes que lo transitan. En su esencia se presenta un gran contraste entre la sencillez de la vida en la antigua China, con grandes aventuras que trascienden la vida de los simples humanos. Con un componente de "alta fantasía" se sitúa el género *xinxia*, en el que aparecen héroes con poderes naturales que se enfrentan a todo tipo de demonios o criaturas maléficas en universos divididos en diferentes reinos. Todo ello en una ambientación arquitectónica y material con elementos de dinastías chinas pretéritas. En definitiva, sociedades regidas por códigos marciales de honor y valentía, en paisajes idílicos, de ríos y lagos, en una lucha sempiterna entre el Bien y el Mal, el *jianghu* (Yuen, 2012). En el ámbito videolúdico una de las primeras referencias obligadas es *The Legend of Sword and Fairy* (Softstar Entertainment, 1995), cuya excelente recepción ha provocado que esta serie haya prolongado sus creaciones hasta el presente. Es el paradigma de videojuego que conjuga todos los aspectos nombrados del *wuxia*, *xinxia* y *jianghu*, en un contexto histórico real. Aparecen dioses, demonios, hadas, humanos y fantasmas, en un periodo que se extiende desde los orígenes del universo, con la aparición de la diosa madre Nüwa y Pangu, creador de la Tierra, hasta la época de la dinastía Song del Norte (siglos X-XIII d. C.). Con el paso de los años, y acorde a las mejoras tecnológicas, este tipo de videojuegos han ganado en detalles y espectacularidad visual y sonora. También se ha experimentado un mayor interés por incorporar diferentes contenidos cada vez más asociados a las señas culturales del país, tanto en las narrativas como en los objetos, prácticas y decoración que aparecen en ellos. En *Jade Dynasty* (Perfect World Games, 2009-actualidad), un juego *online* gratuito, sus responsables trabajaron con varios académi-

cos y conservadores para mostrar de la manera más fiel y detallada entre las armas de sus personajes las tradicionales espadas Lonquan, con más de dos milenios de antigüedad. Además, se han incorporado en los escenarios las pinturas murales de Dunhuang (datados en la dinastía Tang, siglos VII-X d.C.) y el templo de Confucio en Nanking. En la actualidad, esta pléyade cultural no sirve únicamente como trasfondo para el juego, sino para lograr una experiencia más profunda a través de su riqueza de detalles y matices artísticos. Lu Xiaoyin, director ejecutivo de esta compañía, defiende que estos juegos tienen también la capacidad de promocionar en el extranjero la cultura nacional a través de reglas y mecánicas que son comunes para cualquier creación interactiva (Ru, 2019).

**Figura 2**

Captura de pantalla de *Jade Dynasty* donde se resalta un pasado bucólico



Dentro de los videojuegos históricos chinos la temática dominante se relaciona con el periodo de los Tres Reinos (siglos II-III d. C.), una época convulsa de confrontaciones entre diferentes territorios pero que condujo finalmente a la unificación de China. La relevancia de este acontecimiento, uno de los hitos constitutivos del nacionalismo del país, ha tenido un amplio reflejo en el campo digital. La ingente cantidad de títulos que versan sobre el mismo dan fe de ello y no hacen más que responder a la creciente demanda de la población por revivir es-



tos acontecimientos. Además de proyectar en el presente el contexto pretérito, este formato sirve para dar a conocer, a través de esas historias, escenas de la vida cotidiana, desde los juegos de dados a los exigentes exámenes que debían superar aquellos ciudadanos que querían incorporarse al funcionariado imperial, como se constata en *Wu Confucian Painting Volume - Apocalypse* (Wuru Xiaosheng, 2020) o *Call Me Emperor* (Clicktouch Co., 2020). En STEAM, una de las principales plataformas digitales de descarga de videojuegos, se pueden localizar una treintena de ellos introduciendo la palabra “Three Kingdoms” y en *Google Play*, casi un centenar, unas cifras sin lugar a dudas sorprendentes aún teniendo en cuenta su gigantesca población.

### **3. PROPAGANDA POLÍTICA E IDEOLOGÍA EN LOS VIDEOJUEGOS**

La memoria histórica es uno de los rasgos fundamentales en la formación de la identidad de los grupos. Autores como Anthony D. Smith (1999) inciden en que la etnia, la nación o la religión son la base de los mitos históricos que definen quién pertenece a un grupo, qué significa ser miembro del mismo y quiénes son sus enemigos. Estos mitos normalmente tienen una base real, pero que se selecciona o exagera en su representación histórica. La identidad grupal se basa en gran parte, además, en el recuerdo de determinadas confrontaciones a lo largo de su existencia. Y el recurso a estos episodios pasados puede diversificarse en dos vías: “las glorias escogidas” o “los traumas escogidos” (Wang, 2014, p. 20). Ya sea una u otra opción se transmiten de generación en generación, bien desde el ámbito familiar, bien desde el educativo o político, a través de la participación en rituales ceremoniales de exaltación

(alegría) o dolor (traumas, como la masacre de Nanking o la guerra sino-japonesa de 1937). Ambos elementos sirven de unión atemporal entre la colectividad de una determinada nación; se emplea el recuerdo —para bien o para mal— como nexo de unión.

Este vínculo entre memoria e historia es particularmente poderoso con la participación del sistema educativo. Las escuelas son las instituciones sociales básicas para transmitir las narrativas nacionales sobre el pasado. Tras los sucesos de la Plaza de Tiananmén en 1989 — un auténtico ejercicio de contestación y desafío al todopoderoso Partido Comunista Chino por parte de la ciudadanía—, el político Deng Xiaoping concluyó que este grave incidente demostraba el “descuido” por parte de las autoridades por la “educación ideológica” de la población. De esa manera, en 1991 el líder del Partido, Jiang Zeming, impulsó la campaña de educación patriótica:

Los objetivos de la campaña de educación patriótica son impulsar el espíritu de la nación, aumentar la cohesión, fomentar la autoestima y el orgullo nacionales, consolidar y desarrollar un frente unido patriótico lo más amplio posible, y dirigir y aglutinar las pasiones patrióticas de las masas hacia la gran causa de la construcción del socialismo con características chinas. (Wang, 2008, p. 788)

Orgullo nacional y patriotismo unido a la reivindicación ideológica del Partido Comunista, pero determinado por la historia del país. El comunismo debía combinarse con la cultura tradicional. Usar el pasado para servir al presente. Sin embargo, en esta ocasión la lucha de clases no era útil para amoldarse a sus intereses patrióticos. Una década después, y ante los cambios tecnológicos experimentados a nivel

mundial, el vicedirector del Departamento de Propaganda del Partido Comunista Chino presentó un informe en el que apelaba a los medios de comunicación y a los nuevos formatos interactivos para potenciar la ideología estatal (Nie, 2013). En 2005, el secretario general del Partido, Hu Jintao, en la Cumbre del 60 aniversario de las Naciones Unidas, apeló a la cultura tradicional china para lograr un mundo armonioso. Desde el Ministerio de Asuntos Exteriores y el ámbito académico se potenciaron las investigaciones entre las teorías diplomáticas antiguas (de época imperial) y las estrategias diplomáticas contemporáneas (Yu, 2014).

Esta resignificación del pasado, acorde a los intereses estatales y aplicado al mundo de los videojuegos, alcanzó su punto álgido en 2005. De la mano de Shanda Interactive, el mayor operador de juegos online del país, la Administración General de Prensa y Publicaciones (en adelante, AGPP), el Departamento de Propaganda del Comité Central de Partido, la Oficina Central de Civilización y la Liga de la Juventud Comunista impulsaron el proyecto Héroes Chinos (Zhong Hua Ying Xiong Pu). El objetivo era desarrollar juegos basados en hechos históricos que “removiesen” las conciencias de la población (Li, 2020, p. 2). Esta iniciativa, a la vez, pretendía —además de impulsar la industria digital nacional— mantener el control gubernamental de un medio con una gran influencia ideológica sobre los jóvenes. Por esa razón, en septiembre de ese mismo año se lanzó en China un “sistema anti-adicción” en los juegos en línea “para proteger la salud física y mental de los jugadores”, una muestra más de la ambivalencia entre intereses políticos, ideológicos y económicos. Entre estas medidas, se contemplan la aparición de mensajes en la pantalla recordándoles “que superaron el tiempo recomendado y que su permanencia frente al ordenador es nociva” (Dickie, 2005). Y, lo

más importante, sustituir el tiempo dedicado a videojuegos de fantasía de origen extranjero (sobre todo japoneses y surcoreanos) a otros tendientes a reforzar la ética, la moral y el conocimiento de las glorias nacionales en forma de determinadas figuras históricas “ejemplares” (Jiang & Fung, 2019). Dentro de la primera fase de este proyecto (que tenía la pretenciosa meta de “revivir” a 100 figuras históricas) se incluyeron cinco nombres. En primer lugar, Lei Feng, icónico soldado del Ejército Popular de Liberación, modelo de la era maoísta conocido por su abnegación y ética intachable. En *Aprenda de Lei Feng —Xue Lei Feng—* (Shanda, 2006), distribuido sobre todo entre los estudiantes, las mecánicas del juego impulsaban a realizar “actos colaborativos” tales como coser y zurcir calcetines para ganar experiencia y poder progresar. La meta final era —imitando la vida de este personaje— poder conocer al líder supremo, Mao Tse Tung. Un alumno de sexto grado en el distrito de Yuexiu, Jin Jao, resumió perfectamente la finalidad de esta creación “memorística”:

Siempre que mi experiencia, reputación, habilidad y lealtad satisfagan los criterios del juego, ganaré y conoceré al presidente Mao. Todavía tengo varias tareas que realizar. Trabajaré duro y me esforzaré por obtener el autógrafo del presidente tan pronto como pueda. (China.org, 2006)

Otro de los “héroes” escogidos para su lanzamiento digital fue Zheng He, marinero y explorador chino musulmán del siglo xv (si bien su adscripción religiosa no se resaltaba), famoso por sus siete expediciones a lo largo del océano Indico. Estaba ideado para recordar a los niños la importancia del intercambio cultural entre China y otros países. Acompañando a Lei Feng y Zheng He, estaría también Zheng Chenggong, señor de la guerra de la dinastía

Ming, que reclamó la victoria sobre la guarnición holandesa en Taiwán. También se incluía a Bao Zheng, símbolo de la justicia que destacó por su intransigencia contra la corrupción. Finalmente, aparecía Yue Fei, gran guerrero de la dinastía Song (siglo XII), que según la leyenda derrotó a cien mil soldados de la dinastía Jin (Jurchen) con apenas quinientos hombres (Davies, 2005).

Resulta difícil distinguir en estas creaciones lo que es adoctrinamiento o propósitos educativos, más aún cuando estos “héroes” se trasladan a la actualidad y deben relacionarse con las fuerzas armadas del país. Los reclutadores del ejército se quejan de que en las nuevas generaciones predominan “los mocosos mimados ocupados únicamente con sus aparatos tecnológicos, como la PlayStation Portátil (PSP)”. Este comentario revela la exasperación del personal militar con el sistema de valores de los jóvenes (Naftali, 2014, p. 4). Por esta razón, el Departamento de Propaganda del Ejército de Liberación Popular ha impulsado en los últimos tiempos creaciones digitales culturales para mejorar su imagen y aumentar su atractivo entre dicho nicho poblacional. Dentro de la Campaña de Educación apuntada en páginas anteriores, en 1994 se incluyó dentro de la misma una *Guía para la implementación de la Educación Patriótica* para fortalecer la unidad cívico-militar dentro de la sociedad china así como concienciar a la juventud de la importancia de “proteger la integridad territorial, la soberanía nacional y la independencia de la patria”. Para transmitir mejor estas ideas, la campaña aboga por el uso del entretenimiento como medio de educación, y emplea para ello “the use of entertainment as a medium of education, and employs a broad range of media channels for this purpose, including art exhibitions, books, newspapers, television shows, video and audio products, films, computer games,

and the Internet.” (Naftali, 2014, p. 6). Un tema recurrente ha sido la “experiencia traumática y humillante frente a las incursiones occidentales y japonesas” (Nie, 2013). Ello ha llevado a la participación directa del estamento militar en la creación de estos productos digitales lúdicos. Al igual que otras industrias, como el cine o la música, la ideología estatal ha hecho acto de presencia, cada vez más acentuadamente, en este medio. A diferencia de las producciones norteamericanas, las películas y videojuegos chinos centran su argumentación en el sacrificio por la nación como razón suprema. Un claro ejemplo de ello es el título *Glorious Mission* (Giant Interactive Group, 2013), en el que el jugador deberá asumir como propios objetivos de la política internacional china, tales como el control de las islas del mar de China, en disputa con Japón. La verdadera intencionalidad de este género de videojuegos, y atendiendo a la demanda que exponían algunas autoridades militares, era aumentar el reclutamiento y glorificar la guerra. No en vano, como han destacado algunos estudios analizados por el doctor Alberto Venegas en su obra *Pasado Interactivo* (2020), existe una relación entre los videojuegos bélicos y la mejora de la reputación militar entre sus jugadores. Ello implica, además, que cualquier representación —máxime si procede del extranjero— en disonancia con los planteamientos estatales, en esta industria videolúdica o cualquier otra, rápidamente se encontrará con el pesado telón de la censura (Holmes, 2021). Uno de los más actuales ejemplos de esta problemática se encuentra en el bloqueo del tráiler (ya ni directamente el producto final) de *Call of Duty: Black Ops Cold War* (Activision, 2020) por la inclusión de una imagen (que ocupaban solo un segundo del total) de las protestas de la Plaza de Tiananmen de 1989 contra el Gobierno comunista. Ante las quejas chinas, Activision decidió eliminar esta escena ante la posibilidad de perder los miles de millones

que genera este mercado asiático. Hay algo que también es determinante: el conglomerado tecnológico chino Tencent posee el 5 % de Activision (Batchelor, 2020). Este título es muy significativo en la capacidad propagandística que puede tener el mundo del videojuego, capaz de poner en la palestra acontecimientos históricos y de generar debate sobre los mismos. No solo ha molestado a China, sino que también se ha ganado la animadversión rusa al iniciar su video de presentación con fotografías de Yuri Bezmenov, desertor de la KGB y que en los años ochenta alcanzó gran fama al explicar ante los medios la guerra psicológica que Moscú estaba llevando a cabo contra EE. UU. (Egorov, 2020).

**Figura 3**

*Escena censurada en Call of Duty: Black Ops Cold War (Fuente: AFP)*



## 4. DISCUSIÓN

El videojuego se ha convertido en una de las principales industrias culturales estatales para la promoción del nacionalismo y la exportación de una imagen positiva de China al exterior. El videojuego no solo fomenta esta corriente identitaria no solo a través de sus contenidos y discursos, sino también mediante las leyes y políticas que lo rodean y que revelan también su importancia económica. Uno de los rasgos del nombrado nacionalismo neotecnológico es proteger y promover las industrias nacionales y mantener “impoluto” el discurso oficial del país respecto a su propio pasado. De los 989 títulos aprobados en 2018, solo 30 fueron extranjeros, una clara constatación de estas políticas restrictivas (Niko Partners, 2019). Ello implica que el Estado se ha convertido en un poderoso subsidiario para el desarrollo de las empresas digitales nacionales (tales como Shanda o Tencent), que se benefician de estas medidas pero a la vez quedan condicionadas por la naturaleza ideológica de sus creaciones. Estas limitaciones suponen un lastre importante en el proceso de aprovechamiento de los videojuegos como parte del *soft power* cultural del país. Según el Índice de Marcas de Naciones Anholt-GfK Roper Nations, que mide anualmente la imagen de cincuenta países, China se situaba en un destacado tercer lugar debido a su “cultura y patrimonio”, pero descendía a las peores posiciones al referirse a gobernanza y

esfera política. Como señalan diversos análisis internacionales, “la gente ya sabe que China tiene una cultura antigua y rica; hacer más hincapié en ese punto hace poco para fomentar nuevas visiones del país”. Como apunta el investigador Nicholas Dynon (2014), el lema de la diplomacia pública china, “todo cultura, nada de política” tendrá poco éxito —da igual el medio que escoja para su promoción (como en este caso los productos digitales interactivos videolúdicos)— si no hay un cambio en la estructura política. Por esa razón consideramos, en la línea de trabajos como los de Halter (2006) y en coincidencia con estas argumentaciones, que este género de videojuegos esbozados tendrá principalmente un componente nacionalista, de puertas hacia dentro, de finalidad propagandística y educativa.

Desde un prisma cultural, y con claras referencias nacionalistas, las creaciones digitales interactivas chinas forman parte de la estrategia de reforzamiento de la identidad del país a través de la proyección de un pasado que se ensalza entre las nuevas generaciones. Este deseo de recuperar antiguos héroes, tradiciones y valores, como el periodo de los Tres Reinos (existe más de un centenar de videojuegos centrados en esta época), de destacar el valor de la cultura e historia nacional, no solo entre sus ciudadanos sino más allá de la Gran Muralla, se inserta en el amplio debate en el que transita y oscila el país, es decir, escoger el camino de la tradición o de la modernidad. Este *naciona-*

*lismo tecnológico*, siguiendo las definiciones de Schneider, fomenta una corriente identitaria mediante contenidos y narrativas en todo tipo de formatos, entre los que tiene especial relevancia la industria del juego digital. Además, en las políticas y normativas que lo rodean se trasluce, igualmente, la importancia económica que representa esta industria para el Estado chino: usar el pasado para servir al presente; enlazar las glorias pretéritas, las contribuciones del pueblo chino a la cultura universal, como ejemplo del posicionamiento presente que el país quiere alcanzar de la mano del Partido Comunista chino y sus actuales dirigentes, como Xi Jinping.

## REFERENCIAS

- Batchelor, J. (2020, agosto 25). *Call of Duty Black Ops Cold War trailer blocked in China*. Games Industry.biz. Recuperado el 15 de junio de 2021 en <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-08-25-call-of-duty-black-ops-cold-war-trailer-blocked-in-china>
- BBC MUNDO (2017, agosto 31). *Honour of Kings, el adictivo videojuego para celular que el Gobierno de China considera "veneno" pero ya tiene 80 millones de usuarios*. Recuperado el 9 de enero de 2021 en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41109223>
- Brady, A., & Juntao, W. (2009). China's Strengthened New Order and the Role of Propaganda. *Journal of Contemporary China*, 18(62), 767-788. <https://doi.org/10.1080/10670560903172832>
- China.org (2006, marzo 15). *Lei Feng Becomes Online Hero Game*. Recuperado el 13 de junio de 2021 en <http://www.china.org.cn/english/Life/161833.htm>
- Chow, V. (2017). *Tencent Loses \$14Billion After Criticism From Chinese Media*. Recuperado el 12 de enero de 2021 en <https://variety.com/2017/biz/news/tencent-loses-14-billion-hong-kong-stock-exchange-criticism-chinese-media-1202487199/>
- Coble, P. (2010). The Legacy of China's Wartime Reporting: 1937-1945: Can the Past Serve the Present?. *Modern China*, 36(4), 435-460. <https://doi.org/10.1177/0097700410369816>
- Davies, E. (2005). Chinese heroes are resurrected for computed age. *Independent.ie*. <https://www.independent.ie/world-news/asia-pacific/chinese-heroes-are-resurrected-for-computer-age-25966261.html>
- Dickie, M. (2005, septiembre 5). Online gaming in China: Virtual world where the net is double-edged sword. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/15609718-1e22-11da-a470-00000e2511c8>
- Dynon, N. (2014, enero 11). China and Nation Branding. *The Diplomat*. <https://thediplomat.com/2014/01/china-and-nation-branding/>
- Egorov, B. (2020, septiembre 10). ¿Quién es el desertor del KGB que aparece en el nuevo tráiler de *Call of Duty*? *Russia Beyond*. Recuperado el 15 de junio de 2021 en <https://es.rbth.com/estilo-de-vida/85915-desertor-kgb-aparece-nuevo-trailer-call-duty>
- González, C. (2021). *El gran sueño de China. Tecno-socialismo y capitalismo de Estado*. Tecnos.
- Halter, E. (2006). *From Sun Tzu to Xbox: War and Video Games*. Thunder's Mouth Press.

- Holmes, O. (2021). No cults, no politics, no ghouls: how China censors the video game world. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/news/2021/jul/15/china-video-game-censorship-tencent-netease-blizzard>
- Jiang, Q., & Fung, A. (2019). Games With a Continuum: Globalization, Regionalization, and the Nation-State in the Development of China's Online Game Industry. *Games and Culture*, 14(7-8), 801-824. <https://doi.org/10.1177/1555412017737636>
- Li, A. (2017, abril 27). Why China's millennials are high on ultra-nationalism. *Today Online*. Recuperado el 13 de junio de 2021 en <https://www.todayonline.com/china/china/why-chinas-millennials-are-high-ultra-nationalism>
- Li, N. (2020). Playing the past: Historical video games as participatory public history in China. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(3), 746-767. <https://doi.org/10.1177/1354856520967606>
- Liu, K. (2012). Searching for a New Cultural Identity: China's soft power and media culture today. *Journal of Contemporary China*, 21(78), 915-931. <http://dx.doi.org/10.1080/10670564.2012.701032>
- MacDonald, F., Hughes, R., & Dodds, K. (Eds.) (2010). *Observant States. Geopolitics and Visual Culture*. I. B. Tauris.
- Moreno, A. C., & Venegas, A. (2020). *Videojuegos y conflictos internacionales. Héroes de Papel*.
- Observatorio de la Política China (2011, febrero 26). China adopta la primera ley de protección de patrimonio cultural inmaterial. Recuperado el 9 de junio de 2021 en <https://politica-china.org/areas/legislacion/china-adopta-primer-ley-de-proteccion-de-patrimonio-cultural-inmaterial>
- Naftali, O. (2014). Marketing war and the military to children and youth in China: Little Red Soldiers in the digital age. *China Information*, 28(1), 3-25. <https://doi.org/10.1177/0920203X13513101>
- Nie, H. (2013). Gaming, Nationalism, and Ideological Works in Contemporary China: online games based on the War of Resistance against Japan. *Journal of Contemporary China*, 22(81), 499-517. <https://doi.org/10.1080/10670564.2012.748968>
- Niko Partners (2019). Nearly 1,000 games have received a license since the restart of game approvals in China. Recuperado el 12 de enero de 2022 en <https://nikopartners.com/nearly-1000-games-have-received-a-license-since-the-restart-of-game-approvals-in-china/>
- Pei, M, (2001). China's Fragile Mindset. *Christian Science Monitor*. Recuperado el 13 de junio de 2021 en <https://carnegieendowment.org/2001/04/09/china-s-fragile-mindset-pub-663>

- Ru, W. (2019, julio 2). Chinese gamers learn about culture and heritage thanks to efforts of this China startup. *China Daily / Asia News Networks*. Recuperado el 14 de junio de 2021 en <https://www.asiaone.com/digital/chinese-gamers-learn-about-culture-and-heritage-thanks-efforts-china-startup>
- Schneider, F. (2018). *China's Digital Nationalism*. Oxford University Press.
- Schrier, K., & Farber, M. (2021). A systematic literature review of empathy and games. *Journal of Gaming & Virtual Worlds* 13(2), 195-214. [https://doi.org/10.1386/jgvw\\_00036\\_1](https://doi.org/10.1386/jgvw_00036_1)
- Shangdong Business Daily* (2020, abril 29). Decodificando la cultura tradicional con juegos (traducción del chino). Recuperado el 9 de junio de 2021 en [http://readmeok.com/2020-4/29\\_92933.html](http://readmeok.com/2020-4/29_92933.html)
- Smith, A. (1999). *Myths and Memories of Nation*. Oxford University Press.
- Venegas, A. (2020). *Pasado Interactivo. Memoria e historia en el videojuego*. Sans Soleil Ediciones.
- Venegas, A., & Moreno, A. C. (2021). *Protestas interactivas. El videojuego como medio de reivindicación política y social*. Shangrila Textos Aparte.
- Wu, Y. (2014). Modern Chinese National-Cultural Identity in the Context of Globalization. *Transtext(e)s Transcultures*, 7. <https://doi.org/10.4000/transtexts.456>
- Wang, Z. (2008). National Humiliation, History Education, and the Politics of Historical Memory: Patriotic Education Campaign in China. *International Studies Quarterly*, 52(4), 783-808. <https://www.jstor.org/stable/29734264>
- Wang, Z. (2014). *Never Forget National Humiliation. Historical Memory in Chinese Politics and Foreign Relations*. Columbia University Press.
- Yu, H. (2014). Glorious Memories of Imperial China and the Rise of Chinese Populist Nationalism. *Journal of Contemporary China*, 23(90), 1174-1187. <https://doi.org/10.1080/10670564.2014.898907>
- Yuen, H. (2012). Recorrido por ríos y lagos: una mirada al *jianghu* intraducible a las literaturas chinas. *Revista electrónica de teoría de la literatura y literatura comparada*, 7, 58-72.



# Empoderamiento en la representación de los personajes femeninos de videojuegos. Sensibilización ante problemas sociales con *The Last of Us* Parte II

**Empowerment in the representation of female characters in video games. Raising awareness of social problems with *The Last of Us* Part II**

**Empoderamento na representação de personagens femininos de videogames. Conscientização de problemas sociais com *The Last of Us* Part II**

# 5

ARTÍCULO



## Guillermo Paredes-Otero

Universidad de Sevilla (España)

Periodista e investigador especializado en videojuegos. Doctorando de la Universidad de Sevilla dentro del programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación en la línea de Periodismo. Graduado en Periodismo (CEADE) y máster en Comunicación y Cultura en la Universidad de Sevilla. Miembro de LADECOM (Laboratorio de Estudios en Comunicación). Su línea de investigación está centrada en los videojuegos como fenómeno cultural y herramienta periodística.

guillermoparedes87@gmail.com  
orcid.org/0000-0002-9732-521X

RECIBIDO: 28 de junio de 2021 / ACEPTADO: 21 de enero de 2022

### Resumen

Entendiendo el videojuego como un medio de representación capaz de fomentar el pensamiento crítico y el cambio social, esta investigación estudia el caso de *The Last of Us Parte II* (Naughty Dog, 2020), una aventura ambientada en un futuro apocalíptico con la sociedad diezmada por una pandemia y donde convergen diferentes personajes femeninos. Como objetivo se analizará el empoderamiento de estas mujeres y cómo a través de ellas se manifiestan problemas sociales de la sociedad contemporánea como la homofobia o el extremismo ideológico. Las conclusiones muestran que

este juego ofrece una imagen realista de la mujer alejada del sexismo y los estereotipos para abordar estos temas.

### PALABRAS CLAVE

Empoderamiento, Representación, Personajes femeninos, *The Last of Us Parte II*, Videojuegos.

### Abstract

This research studies the case of *The Last of Us Part II* (Naughty Dog, 2020), understanding the video game as a means of representation capable of promoting critical thinking and social change. This is an adventure set in an apocalyptic future with society decimated by a pande-

mic, where different female characters converge. As an objective, the empowerment of these women will be analyzed and how, through them, social problems of contemporary society such as homophobia or ideological extremism are manifested. The conclusions show that this game offers a realistic image of women away from sexism and stereotypes to address these issues.

### **KEYWORDS**

Empowerment, Representation, Female characters, *The Last of Us Part II*, Video games.

### **Resumo**

Entendendo o videogame como um meio de representação capaz de promover o pensamento crítico e a mudança social, esta pes-

quisa estuda o caso de *The Last of Us Part II* (Naughty Dog, 2020), uma aventura ambientada em um futuro apocalíptico com a sociedade dizimada por uma pandemia e onde convergem diferentes personagens femininos. Como objetivo, será analisado o empoderamento dessas mulheres e como os problemas sociais da sociedade contemporânea como a homofobia ou o extremismo ideológico se manifestam através delas. As conclusões mostram que este jogo oferece uma imagem realista das mulheres longe do sexismo e dos estereótipos para abordar essas questões.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Empoderamento, Representação, Personagens femininos, *The Last of Us Parte II*, Video games.

## **1. INTRODUCCIÓN. EL VIDEOJUEGO COMO FORMA DE REPRESENTACIÓN**

Los videojuegos son “una poderosa forma de representación que fomenta el pensamiento crítico, el empoderamiento personal y el cambio social” (Frasca, 2001, p. 114). Venegas y Moreno (2021) entienden que factores como la facilidad y gratuidad de acceso, las posibilidades de conexión a nivel mundial y su poder de atracción, gracias a la interactividad, la empatía o la simulación, hacen que el ocio interactivo pueda “trasladar problemas reales, de plena vigencia y actualidad, de significación política, social o económica al mundo virtual” (p. 11), con lo cual se crea debate alrededor de estos temas.

Molina (2020) resalta que el cambio en la sociedad implica necesariamente un uso de los medios de comunicación para expresar ideas diferentes. Si entendemos los videojuegos como un medio de comunicación masivo, estos deben presentarse como “alternativa a las lógicas

de mercado y comprometida con una visión de la sociedad con conciencia crítica” (Flores & Velasco, 2020, p. 17).

A la hora de denominar a este tipo de propuestas interactivas no existe consenso. Genvo (2021) las entiende como ‘juegos expresivos’ que “proponen ponerse en el lugar de otros para explorar cuestiones sociales, culturales, psicológicas, etc. al tiempo que permiten experimentar los dilemas, las elecciones y las consecuencias derivadas de esas situaciones” (p. 12); la jugabilidad queda en un segundo plano. Bogost (2007) opta por *persuasive games*, juegos que por su calidad persuasiva destacan por el deseo de convencer de un argumento; mientras que Paredes-Otero (2018b) califica como *games for social change* a aquellos “videojuegos que, mientras enseñan valores sociales y cívicos, buscan la sensibilización de los ciudadanos ante problemas de carácter social” (p. 308).

Independientemente de su denominación, estos “juegos serios” ofrecen mecanismos para lograr otros objetivos además de entretener

(Michael & Chen, 2005), como enseñar o difundir mensajes. Unas técnicas que, para su correcto uso, deben tener en cuenta características de los videojuegos como la multimodalidad, la interactividad, la narrativa y los modos multijugador (Klimmt, 2009). La situación del juego es capaz de reducir la resistencia al recibir mensajes relacionados con el cambio: interactuar con los elementos de la pantalla hace que crezca la probabilidad de conectar con los contenidos del juego y poder aplicar posteriormente el conocimiento adquirido. Incluso los modos multijugador facilitan la comunicación y permiten resolver dudas (pp. 254-265).

En juegos centrados en problemáticas sociales como la inmigración, la homofobia, la violencia de género (Paredes-Otero, 2018b) y las enfermedades mentales (Paredes-Otero, 2020), las técnicas de sensibilización predominantes son la inclusión de material didáctico y mensajes con datos reales sobre dichos temas, y hacer partícipe al usuario de los hechos con situaciones en las que el juego se dirige directamente al jugador o usar la perspectiva en primera persona.

La jugabilidad basada en la toma de decisiones también es empleada para trasladar al usuario situaciones reales. No obstante, Bogost (2007) subraya que la representación del problema simplemente no es suficiente para crear un cambio, sino que es necesario un elemento más: argumentos para la resolución de dichos conflictos dentro del juego.

Estos videojuegos que buscan el pensamiento crítico y la concienciación suelen ser relacionados exclusivamente con los estudios de desarrollo *indie*. Cerezo (2020) argumenta que en “estos equipos de desarrollo independientes ponemos la carga de hacer de los videojuegos ‘una industria madura’ y que ‘trate temas importantes’, mientras que a las empresas responsables de los llamados triple A les per-

mitimos hacer juegos sin aparente calado” (p. 155). Existe la creencia de que las grandes desarrolladoras se mueven únicamente por cuestiones económicas y el objetivo de entretener, mientras que otras finalidades son tarea de los títulos *indie*.

Sin embargo, como veremos en este estudio, los juegos triple A también pueden tratar temas sociales y concienciar. De ahí que el objetivo de este trabajo sea, por un lado, analizar el empoderamiento a la hora de representar a los personajes femeninos en el videojuego *The Last of Us Parte II* (Naughty Dog, 2020) y, al mismo tiempo, los problemas sociales que se manifiestan a lo largo de esta aventura interactiva y los mensajes que le llegan al usuario.

## 2. LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS VIDEOJUEGOS

Por empoderamiento femenino entendemos la capacidad de la mujer de poder controlar su propia vida, tener las mismas capacidades educativas y sanitarias que el hombre e igual acceso a los recursos y oportunidades (ONU, 2017). Para ello es necesario “concienciación, desarrollar autoestima, ampliar sus opciones, más acceso y control de los recursos, y acciones para transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación y la desigualdad de género” (p. 34).

En la lucha por la igualdad de las mujeres fue determinante la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en Pekín en 1995. El punto 35 insistía en la importancia del acceso de las mujeres en condiciones de igualdad a los recursos económicos, incluida la tecnología, la capacitación profesional y la información, como medio de promover el adelanto de las mujeres y las niñas y la potenciación de su papel (ONU, 1995).

Los avances técnicos deben ser usados para mejorar la situación de las mujeres, una idea que contempla la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Concretamente bajo la premisa “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas”, se pone de manifiesto la necesidad de “mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de la mujer” (ONU Mujeres 2015). Un objetivo al que se puede llegar con herramientas informativas y de comunicación como son los videojuegos.

La mujer ha estado siempre presente en el ocio interactivo desde prácticamente la concepción del videojuego. Ya fuera como programadora, fundadora de empresas de desarrollo o responsable del tratamiento artístico de los juegos (Marie, 2018). Sin embargo, su papel en la historia del videojuego ha sido silenciado, hasta el punto de invisibilizar la presencia femenina e incluso descontextualizar su trabajo (Gil, 2020)

En España, aunque de los 15,9 millones de jugadores que había en 2020, el 45,9 % eran mujeres (AEVI, 2021), en materia de desarrollo solamente son el 18,5 % (DEV, 2021). Para Garzón (2021), el contraste entre ambas cifras responde a que el videojuego bebe de “las estructuras opresoras que genera el heteropatriarcado” (p. 480). De ahí que durante muchos años haya existido la creencia de que el target de los videojuegos eran los hombres. Con títulos para hombres, creados por hombres, “se le hace saber [a la mujer] que este no es su lugar, no es un espacio de socialización que le pertenezca o en el que se vaya a sentir cómoda” (pp. 482-483).

Díez (2004) concluyó que los videojuegos “tenden a reproducir estereotipos sexuales contrarios a los valores que educativa y socialmente hemos establecido como principios básicos en

nuestra sociedad” (p. 329); mientras que Rodríguez (2016) resalta como “las mujeres suelen encarnar personajes pasivos o simplemente decorativos e hipersexualizados; mientras que los personajes masculinos se caracterizan por su fuerza, su papel protagonista y dominante, su capacidad resolutive, etc”. Siguiendo con la hipersexualidad, Downs y Smith (2009) destacaron que factores como la desnudez, las dimensiones desproporcionadas del cuerpo y la vestimenta inapropiada eran más propios de personajes femeninos que masculinos. En cuanto a actitudes, Ivory (2009) contabilizó roles activos en el 75 % de los personajes masculinos en los casos estudiados mientras que sus homólogas femeninas apenas llegaban al 33 %.

Profundizando en los roles, Curiel (2018) establece una clasificación de cinco tipos según la representación de los personajes femeninos en los videojuegos: la mujer como objeto, o damisela en apuros, es la forma más recurrente, donde el personaje masculino se pone en marcha para salvar a su homólogo femenino (Princesa Peach en los juegos de *Super Mario*); la mujer como destinadora, el sufrimiento que les cause el villano es el punto de partida para que el héroe inicie una historia de justicia o venganza (*Sombras de Mordor*, de Monolith Productions, 2014). La mujer como destinataria consiste en convertirla en “recompensa afectiva por haber hecho algo por una mujer” (p. 125), como rescatarla, con lo que el héroe recibe el conocido “beso de la victoria”, ya sea literal o metafóricamente (*Shadow of the Colossus*, Team ICO, 2005).

Títulos como *Final Fantasy VIII* (Squaresoft, 1999) o *Resident Evil Village* (Capcom, 2021) presentan a la mujer como oponente, quien usa su condición de mujer para obstaculizar al protagonista, generalmente masculino, explotando “su sexualidad para engañar, embaucar y traicionar” (Curiel, 2018, p. 127). Muy diferente a la

mujer como ayudante, cuyo papel se reduce a ser acompañante del protagonista masculino, suponiendo una dificultad añadida debido a su indefensión (*BioShock Infinite*, de Irrational Games, 2013).

Finalmente, existe el rol de mujer como sujeto o protagonista controlable. Sin embargo, poder adoptar el rol de una mujer en un juego correspondía sobre todo a una estrategia de marketing para atraer la atención de un mercado dominado por hombres (Atrio, 2019), como ocurrió con Lara Croft y *Tomb Raider* (Core Design, 1996) hasta el reinicio de la saga en 2013.

A esto hay que añadir los denominados, “juegos rosas” como *Imagina ser mamá* (Visual Impact, 2007) en los que la mujer es mostrada de forma estereotipada y se perpetua la discriminación al recordar “a las infantas que se acercan a la tecnología cuál es su lugar en la sociedad, qué tipo de entretenimiento es el propio de ellas, y estableciendo una clara línea divisoria entre ocio para niñas y ocio para niños” (Garzón, 2021, p. 476).

El año 2013 fue un punto de inflexión al comercializar algunas compañías juegos protagonizados por mujeres con personalidad fuerte (Atrio, 2019). Las desarrolladoras “están empezando a darse cuenta de que lo que pedimos ahora son cosas bien distintas, al menos en el trato que se le da a la mujer” (p. 491). De ahí que haya personajes femeninos que “desean, temen y luchan por lo que creen. El jugador puede optar por ignorarlos o apoyarlos, pero independientemente de cómo decida configurar su experiencia lúdica, las representaciones femeninas muestran, cada vez más, una complejidad psicológica que supera los tradicionales prejuicios” (Planells, 2012, p. 14). Personajes como Max en *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2016), Aloy en *Horizon: Zero Dawn* (Guerrilla Games, 2017) o, como veremos, Ellie en *The Last*

*of Us Parte II* (Naughty Dog, 2020), demuestran que este cambio de representación no es algo exclusivamente de los estudios independientes. Paredes-Otero (2018a) señala cómo desde las propias carátulas de los juegos los personajes femeninos ya no están hipersexualizados y usan vestimenta alejada del erotismo, con lo que se deja a un lado el rol de la mujer como objeto sexual.

No obstante, Garzón (2021) habla del miedo que tienen las compañías por crear estos personajes diferentes en las grandes desarrolladoras, un proceso más lento en comparación con “el escenario independiente, que funciona bajo sus propias reglas, pero que tiene un impacto limitado” (p.497). En esta línea, Cabañes (2020) menciona el rechazo hacia quienes no pertenecen al *target* universal “por parte de la comunidad del juego, que insulta, desprecia e incluso acosa o amenaza a quienes pertenecen a otros colectivos” (p. 212). Esto no solamente ocurre con comentarios despectivos hacia las periodistas especializadas (Manzano-Zambruno & Paredes-Otero, 2020), jugadoras de eSports (Díaz, 2018) o las desarrolladoras, sino incluso hacia los personajes que se apartan de la representación universal. Fue el caso de Abby, protagonista de *The Last of Us Parte II*, que recibió comentarios homófobos de los usuarios (Delgado, 2020) o sobre el aspecto “poco femenino” de Aloy en *Horizon Forbidden West* (de Guerrilla Games; 20 Minutos, 2021).

### 3. EL FENÓMENO *THE LAST OF US*

Centrándonos en la franquicia de videojuegos sobre la que gira este estudio, *The Last of Us* fue un juego desarrollado por Naughty Dog y lanzado a la venta para PlayStation 3 en 2013. La trama sitúa al jugador veinte años en el futuro con unos Estados Unidos pos apocalípticos y la

sociedad diezmada a causa de un hongo conocido como Cordyceps, capaz de infectar al ser humano y hacer que pierda el raciocinio y se convierta en un ser violento y caníbal. Los pocos supervivientes viven en zonas de cuarentena controladas por militares o en grupos sin ley ni orden. En este contexto encontramos a Joel, un contrabandista al que se le encarga la tarea de llevar a Ellie, una joven de 14 años inmune al virus, a Massachussets.

El viaje de ambos personajes por unos Estados Unidos arrasados y la relación que se establece entre ambos convirtió a este videojuego en uno de los más galardonados de la historia; acumuló más de 250 premios (Muñoz, 2021). Siete años más tarde, en 2020, y en plena pandemia de Covid-19, salió la secuela, *The Last of Us Parte II*, que logró récords e hitos prácticamente desde su lanzamiento. En apenas tres días vendió cuatro millones de copias (Alonso, 2020), siendo el exclusivo de PlayStation 4 que más rápido se ha vendido (Malo, 2020), y superando a su antecesor, en apenas siete meses, con 255 galardones (Muñoz, 2021).

La saga ha despertado interés en la comunidad académica. Hughes (2015) lo analiza desde la perspectiva de la disonancia ludonarrativa. Farca y Ladevèze (2016) entienden este juego como un ejemplo de distopía crítica en donde las ciudades reflejan el rechazo al capitalismo. Murray (2019), en cambio, se centra en los personajes, concretamente en cómo se ilustra la pérdida de poder y dominio de la raza blanca a través de una narrativa basada en el miedo al contagio, el apocalipsis y el desmoronamiento de la sociedad.

Atrio (2019) enfoca su estudio desde el punto de vista de la representación de los personajes femeninos, mostradas de forma realista en materia sobre todo de vestimenta, mientras que las técnicas narrativas hacen lo contrario,

eliminando los intentos de mostrar mujeres independientes de la figura masculina. Por su parte, Suárez (2020) resalta cómo el juego hace una crítica al presente a través de un futuro pos apocalíptico gracias a la estética, los personajes, los escenarios y los elementos en ellos presentes, así como la interactividad. Radchenko (2020) hace lo propio con el concepto de metamodernismo y cómo se manifiesta a través de la oscilación entre lo nuevo y lo viejo, la reconstrucción o los sentimientos que manifiestan los personajes. Finalmente, Anyó y Colom (2021) analizan los sentimientos que producen los personajes de ambos juegos de la saga introduciendo para ello el término de “ambivalencia emocional” o la coexistencia de dos o más emociones opuestas.

## 4. METODOLOGÍA

Partimos de la hipótesis de que *The Last of Us Parte II* rompe con los estereotipos clásicos de representación de los personajes femeninos de los videojuegos y que dichas figuras sirven además para abordar diversas problemáticas sociales. Para verificar o refutar esta afirmación, el videojuego de Naughty Dog se estudia desde el punto de vista de la ludonarración (Cuadrado & Planells, 2020) para “desentrañar cómo se produce ese proceso de imbricar elementos narrativos en un videojuego en concreto” (p. 41).

El éxito en ventas y premios obtenidos de esta secuela, así como el interés académico que despertó el primer juego, hace que hayamos elegido *The Last of Us Parte II* para este trabajo. Además, su condición de juego triple A lo hace idóneo para el objetivo propuesto en aras de comprobar cómo son los personajes femeninos que se presentan y los mensajes sobre temas sociales que llegan a millones de usuarios receptores del mismo.

El método empleado consiste en un análisis lúdico-narrativo, técnica empleada previamente para estudiar la representación de problemáticas sociales como las enfermedades mentales (Paredes-Otero, 2020) o la muerte y concienciación sobre la misma (Paredes-Otero, 2021) a través del ocio interactivo. El análisis se realiza en dos fases: primero se incide en los propios personajes y se tienen en cuenta categorías relacionadas con estereotipos de representación clásicos y de la mujer en los videojuegos vistas en el marco conceptual, como aspecto físico, vestimenta y roles dramáticos. En segundo lugar, se muestra cómo se manifiestan situaciones propias de problemas sociales en momentos concretos sacados del juego.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. EMPODERAMIENTO DE LOS PERSONAJES FEMENINOS

El empoderamiento de la mujer en la saga *The Last of Us* puede verse en el número de personajes femeninos, sus roles y la evolución de ambos factores entre las dos entregas de la saga y su comparación con los homólogos masculinos. En el primer juego había seis hombres y cinco mujeres, de los cuales eran controlables un hombre (Joel) durante gran parte de la aventura y dos mujeres: Sara, en el prólogo del juego, y Ellie, durante un tramo de la historia.

Los roles de estos personajes eran similares, independientemente del género. Podíamos encontrar contrabandistas, tanto Joel y Bill (hombres) como Triss (mujer), o meros supervivientes como Ellie o la pareja de hermanos Sam y Henry. Por otro lado, los grupos que encontraban Joel y Ellie por el camino eran liderados por personajes de ambos sexos: Marlene era la lideresa de la milicia conocida como Los Lu-

ciénagas, mientras que David hacía lo propio con una banda de caníbales, y el matrimonio compuesto por Tommy y María se encargaba de dirigir un asentamiento de supervivientes.

En *The Last of Us Parte II*, el número de personajes crece, sobre todo los femeninos, y llega a una igualdad de ocho hombres y ocho mujeres. Los personajes jugables también cambian: Joel es controlado solamente en el prólogo mientras que las figuras femeninas de Ellie y Abby son distribuidas a lo largo del resto de la historia.

En cuanto a los roles, el de Ellie evoluciona de mera superviviente a exploradora para una comunidad de supervivientes, papel similar al de Joel, Dina y Jesse, líder de los exploradores. Tommy y María mantienen su papel, mientras que, en el ámbito militar, el líder es la figura masculina de Isaac. Al bajar la jerarquía vemos que hay tanto hombres —Owen y Manny— como mujeres —Abby, Mel y Nora—; las dos últimas llevan a cabo tareas sanitarias junto al personaje masculino de Jerry (cirujano). También se dan otros roles como el de tabernero (Seth) y supervivientes (Lev y Yara). En la Tabla 1 puede verse la relación de personajes y roles en ambos juegos (Tabla 1):

Al margen de ver a la mujer como sujeto en los personajes de Ellie y Abby, el rol de mujer como destinadora, desencadenante de la puesta en marcha del personaje masculino, se invierte. Si en el primer juego, la muerte de Sara provocaba que Joel tuviera la personalidad que muestra con Ellie; en el segundo, son las muertes de Joel y Jerry las que hacen que Ellie y Abby respectivamente inicien su camino de venganza y modifiquen su carácter.

**Tabla 1**

Personajes de la saga *The Last of Us* y sus roles dramáticos

PERSONAJES DE LA SAGA THE LAST OF US			
THE LAST OF US		THE LAST OF US II PARTE II	
Perso-naje	Rol dramá-tico	Perso-naje	Rol dra-mático
Joel	Contra-bandis-ta	Joel	Explorador
Sara	Estu-diante	Ellie	Explora-dora
Tess	Contra-bandis-ta	Tommy	Líder de grupo supervi-entes
Ellie	Supervi-viente	María	Líder de grupo supervi-entes
Bill	Contra-bandis-ta	Dina	Explora-dora
Sam	Supervi-viente	Abby	Militar
Henry	Supervi-viente	Lev	Supervi-viente
David	Líder de banda	Manny	Militar
Marlene	Líder de milicia	Mel	Médico/ militar
Tommy	Líder de grupo supervi-entes	Nora	Oficial-médico/ Militar
María	Líder de grupo supervi-entes	Isaac	Líder militar
		Owen	Militar

		Jesse	Líder de grupo pa-trullas
		Yara	Supervi-viente
		Jerry	Cirujano
		Seth	Tabernero

## 5.2. LA HOMOSEXUALIDAD DE ELLIE Y DINA

*The Last of Us Parte II* muestra a Ellie abiertamente homosexual. A través de un diario que ella escribe se revela que tuvo una pareja llamada Cat. Todo el mundo sabía de esta relación menos Joel, algo que ella justifica escribiendo: "¿Debería contárselo? No lo sé. No sé cómo reaccionaría". Con esta simple frase Naughty Dog refleja en el juego el miedo que tienen los jóvenes de salir del armario ante sus padres. Más adelante, en un *flashback*, se ve el momento en el que Joel descubre la orientación sexual de Ellie, cuando se está besando con otra chica en una fiesta y es increpada durante un ataque homofóbico. Él sale a defenderla para más adelante decirle que apoya su sexualidad con la frase "Yo no sé qué intenciones tendrá esa chica pero sería afortunada estando contigo".

Al margen de la trama principal de este videojuego, la homosexualidad de Ellie y su relación con Dina es una de las líneas secundarias que más relevancia tiene. El usuario contempla el noviazgo entre dos jóvenes adolescentes desde que se empiezan a fijar la una en la otra hasta su ruptura.

El punto álgido de esta relación tiene lugar a mitad del juego cuando se descubre que ambas viven juntas y crían al hijo de Dina, con lo que se aborda el tema de las familias homoparentales. A las dos protagonistas se las ve haciendo actividades cotidianas de la vida doméstica (lavando los platos, tendiendo la ropa, jugando



con el niño, buscando alimentos o durmiendo juntas) en el capítulo de más tranquilidad y paz en el juego. No hay acción, ni ataques de enemigos, simplemente dos mujeres haciendo vida juntas.

El realismo también está presente a la hora de reflejar cómo rompen su relación. Ellie es incapaz de olvidar que tiene una venganza pendiente de Abby y decide sacrificar todo cuanto ha conseguido con Dina para cumplirla. Esta última intenta convencerla llorando y diciéndole: “Vamos, tenemos una familia. Ella no puede ser más importante que esto”. Lo importante de esta frase es la palabra *familia*, término usado sin importar el género que tengan los componentes de un núcleo familiar.

En relación con la libertad sexual, también es posible encontrar representaciones de la homofobia. En los primeros minutos se da a entender que ha ocurrido algo en relación con la sexualidad de Ellie y una fiesta. Asistimos a los comentarios de uno de los supervivientes de la comunidad (Seth) y a la reticencia de la protagonista a aceptar sus disculpas al afirmar: “No quiero saber nada de ese intolerante”. La justificación que da Seth es: “Creo que anoche bebí demasiado”, un intento de buscar el perdón echándole las culpas al alcohol y ofreciéndole unos bocadillos como compensación. La respuesta de Ellie consiste en pasarle el paquete de alimentos a un compañero diciéndole: “Para ti la intolerancia”.

No es hasta bien avanzada la historia cuando, a modo de *flashback*, se muestra qué ocurrió en dicha fiesta. Ellie y Dina estaban bailando abrazadas en medio de otras parejas cuando empezaron a besarse para a los pocos segundos ser increpadas por Seth, lo que originó la siguiente conversación:

- Seth: ¡Eh! Es una fiesta familiar.

- Dina: Lo siento. ¡Lo siento!

- Seth: Recuerda que hay niños delante.

- Dina: No es que tú tampoco seas un ejemplo a seguir. (En ese momento Ellie y Dina se están yendo de la pista de baile.)

- Seth: Sí... Lo que necesita el pueblo. Otra tortillera mal hablada.

La conversación está cargada de matices. Por un lado, la intolerancia de ver a dos mujeres besándose y entenderlo como algo que no deben ver los niños, no sea que lo imiten. Por otro lado, Dina y Ellie deben irse si quieren seguir juntas, es decir, deben ocultarse; tienen dos opciones: controlar o evitar sus sentimientos porque no está bien vista su unión en público o aislarse y llevar su relación a escondidas. Ellie es una de las mejores rastreadoras y tiradoras de la comunidad, sin embargo, sus habilidades quedan en un segundo plano: es reconocida por su sexualidad.

### 5.3. LA RUPTURA DE ESTEREOTIPOS FEMENINOS DE ABBY

La segunda trama principal tiene como protagonista a Abby, un personaje que rompe con la representación clásica de la mujer en los videojuegos. Físicamente se aleja del prototipo de mujer sumisa. Este personaje tiene una complejidad fuerte, con musculatura desarrollada, una apariencia que es producto de la evolución física que experimenta Abby y cuya explicación responde a condiciones realistas. Tiene un objetivo: vengarse de Joel por la muerte de su padre, y para lograrlo a lo largo de cuatro años realiza un entrenamiento físico.

La vestimenta es otro punto que la aleja de los cánones establecidos. Tanto ella como todos

los personajes usan ropa acorde a las circunstancias y se alejan de la idea de que la mujer debe utilizar necesariamente vestimenta sensual como shorts, camisetas ajustadas o vestidos cortos. En el caso de Abby se la puede ver con camiseta de tirantes en un día soleado o abrigo y ropa de montaña cuando hace frío. Ninguno de los personajes está sexualizado. Son mujeres independientes cada una con su físico y personalidad propios.

## 5.4. LEV Y LA IDENTIDAD DE GÉNERO

En el arco argumental de Abby encontramos a Lev, presentado como un niño con la cabeza afeitada, y a su hermana adulta Yara. Ambos son desertores del grupo de los Serafitas. Por el camino algunos enemigos lanzan afirmaciones como “Esa niña es una abominación”. No es hasta que la llaman Lily cuando se revela que Lev es en realidad una chica. Al descubrirlo Abby, Lev le pregunta si quiere preguntarle algo pero recibe una negativa por parte de su compañera. Con esto Abby demuestra que respeta su identidad y que debe ser ella quien lo cuente cuando quiera. Sin embargo, es Yara quien acaba contando la historia de Lily/Lev:

- Yara: Tardé mucho en entender por qué siempre cuestionaba las leyes, las tradiciones. Cuando él me explicó cómo se sentía por dentro le dije que se lo tenía que guardar para él. Yo esperaba que se le pasara. Después parecía que estaba bien, luego se rapó la cabeza, como los hombres. Fue un suicidio.

- Abby: ¿Luego huisteis?

- Yara: Al principio le grité. Le pegué. Fui tan estúpida.

- Abby: ¿Por qué crees que lo hizo? Raparse la cabeza.

- Yara: La semana pasada le asignaron su rol en la comunidad. Quería ser soldado como yo. Pero decidieron que fuese la esposa de uno de los ancianos. Es tradición.

- Abby: Pobre chico.

Esta conversación refleja situaciones que deben soportar quienes tienen una identidad de género alejada de la norma. La recomendación que le da su hermana a Lev es la de ocultarse, algo que ocurre de manera similar con la homosexualidad. Raparse la cabeza es el acto de rebeldía contra el sistema de los Serafitas. Lily deja de aceptarlo y abraza su condición real, la mejor forma es la de aparentar que es un chico no solo mentalmente sino también físicamente. El motivo de esta acción es un matrimonio concertado. Lily se niega a ser una esposa sumisa y opta por huir. Finalmente, Abby acepta la verdadera identidad de Lev llamándolo con términos masculinos.

## 5.5. SUBTEMAS PRESENTES

También existen otros subtemas no tan presentes pero con valor conceptual para poder considerar este juego como ejemplo paradigmático de la capacidad de representación de cuestiones sociales a través de los títulos triple A:

- La maternidad. Tema representado en dos personajes, primero en Dina, quien confiesa a Ellie que está embarazada pero que nunca dijo nada para no ser considerada un lastre, cosa que ocurre. La reacción de Ellie, con la expresión “Pero ahora sí lo eres, ¿no crees?”, manifiesta la práctica de ver diferente a la mujer simplemente por estar embarazada. Conforme avanza la historia, queda patente que Dina es una pieza fundamental en la misión de Ellie: consigue arreglar una radio y servir de guía a su compañera. Al mismo tiempo, Naughty Dog

muestra el tema de las madres solteras con el hecho de que Dina, a pesar de no mantener la relación con el padre de su hijo, está dispuesta a seguir con el embarazo en solitario.

Mientras que Dina está en las primeras semanas de gestación, Mel está en un avanzado estado de embarazo pero igualmente se presenta como una mujer independiente que quiere seguir activa, realizando incursiones, labores médicas y, como Dina, no tiene una relación propiamente estable. Al personaje de Mel también se le cuestiona que deje de ser parte activa:

- Abby: Podrías quedarte, a ti te dejarían.
- Mel: Preferiría parar si no es necesario.
- Abby: ¿A Owen qué le parece?
- Mel: Ni que dependiera de Owen...

Con esta última respuesta queda patente que ella decide qué hacer con su vida, sin importar qué opinen los demás.

- Libertad religiosa: el judaísmo es una religión que tiene cabida en el juego. Buscando gallina para activar un generador, Ellie y Dina llegan a una sinagoga y se descubre que la segunda y su familia son judías. Dina va explicando aspectos de dicha religión: se habla de la Torá o Biblia judía, la importancia de rezar como manera de calmarse y mostrar respeto en el duelo, así como la importancia de las fiestas judías.
- Extremismo ideológico y religioso: ambos temas quedan reflejados en los Serafitas, un grupo radical cuyo extremismo los lleva a rechazar cualquier tecnología o mejora que no puedan obtener de la naturaleza. Una radicalidad aplicada a los propios miembros del grupo: quienes se alejen de las tradiciones

o realicen prácticas que estén mal vistas — como tener una orientación homosexual o rechazar un matrimonio concertado— son castigados con la muerte. El extremismo llega a tal punto que la propia madre de Lev quiso asesinarle por rechazar su condición de chica (Lily). Este extremismo se justifica con base en una figura femenina a la que llaman “La Profeta”, que es idolatrada pero cuyos escritos y enseñanzas, sin embargo, han sido tergiversados por los propios intereses de quienes dirigen a los Serafitas. Se distorsionan unos hechos para manipular a una comunidad desconocedora de la verdad.

## 6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A raíz de los resultados obtenidos queda de manifiesto que la única forma de sensibilización que emplea *The Last of Us Parte II* es a través de su narrativa con la representación de diversos problemas sociales o discriminaciones que afectan a la mujer, ya sea a través de situaciones —homofobia o extremismo ideológico y religioso— o de sus propios personajes —estereotipos físicos, maternidad o identidad de género—.

El jugador simplemente queda relegado a ser un espectador pasivo, ya que la interactividad, elemento definitorio y característico del videojuego, en esta ocasión impide que se pueda actuar más allá del relato establecido. Habría sido interesante la inclusión de opciones jugables como la toma de decisiones para acceder a discursos desde diferentes perspectivas o la variedad de comportamientos y reacciones. También se ha echado en falta material didáctico, al margen de conversaciones puntuales entre los personajes, para profundizar en los temas sociales. Otros factores que propician la sensibilización a través del videojuego, como

son los modos online o la inclusión de avances técnicos que impliquen otros sentidos (Klimmt, 2009), tampoco están presentes.

En cuanto a la importancia de los videojuegos de ofrecer soluciones (Bogost, 2007), a la hora de afrontar los problemas planteados, el juego de Naughty Dog no solamente no los plantea sino que ofrece en ciertos momentos como respuesta un mensaje negativo, como el hecho de contrarrestar la violencia con más violencia o la huida o el exilio ante las diversas discriminaciones.

Estas carencias en materia de sensibilización son compensadas cuando se trata de abordar el empoderamiento de la mujer, con un número de personajes femeninos equilibrado en relación con sus homólogos masculinos, así como los roles que desempeñan dentro del juego.

Como conclusión, afirmamos que *The Last of Us Parte II* destaca de forma positiva por su representación del empoderamiento femenino y las problemáticas sociales pero no aprovecha su potencialidad como videojuego para sensibilizar sobre estos últimos más allá de mostrarlos en la pantalla.

Sus personajes femeninos se alejan de los estereotipos clásicos de representación basados en la sexualidad y la pasividad. Naughty Dog ha creado personajes que dejan a un lado la cosificación de la mujer gracias a factores como la apariencia física, una vestimenta acorde a las circunstancias mostradas en cada punto de la aventura y los roles dramáticos.

Vemos el empoderamiento sobre todo en los casos de Ellie y Abby, personajes controlados por el jugador y sobre las que gira toda la trama (mujer como sujeto). Dos figuras complejas alejadas del papel de damisela en apuros para protagonizar, junto con sus compañeras,

historias igualmente elaboradas, sin importar opiniones ni estar limitadas por personajes masculinos. Al contrario de lo que ocurría con Ellie en el primer juego (Atrio, 2019). Gracias a las situaciones y diálogos, Naughty Dog saca a relucir cuestiones que preocupan en la sociedad contemporánea. Ellie sufre desde el miedo de revelar su sexualidad hasta el desprecio de su orientación homosexual, a causa de la cual experimenta comentarios homófobos cuando está con su pareja y tiene que aislarse de núcleos urbanos. Las capacidades y labores de Dina y Mel son minusvaloradas por su condición de embarazadas hasta el punto de querer ser apartadas; mientras que Lev padece la violencia física y verbal del extremismo ideológico por su identidad de género, por lo que se ve obligado a exiliarse y a vivir huyendo por la incompreensión de su situación.

La hipótesis de partida se verifica y podemos decir que *The Last of Us Parte II* es un ejemplo de cómo los videojuegos creados por grandes desarrolladoras también tratan temas sociales, empoderan y expresan ideas diferentes como hacen los juegos indie. Sin embargo, las reacciones contra las actrices que encarnaban a los personajes, el boicot en las puntuaciones del juego y el acoso a sus creadores (*El Diario*, 2020) son situaciones que demuestran la complicada situación que vive la mujer en el videojuego, ya sea personaje o jugadora, al querer mostrar un discurso alternativo. También es una explicación al hecho de que no haya una proporción similar entre juegos triple A e indies que aborden estos temas, más allá de los beneficios económicos y las ventas.

*The Last of Us Parte II* es un punto de partida en materia de sensibilización y juegos triple A, por lo tanto queda pendiente para futuras investigaciones si el título de Naughty Dog es un caso aislado o influye en futuros desarrollos interactivos.

## REFERENCIAS

- 20 Minutos (2021, junio 1). *Las redes se llenan de críticas machistas a 'Horizon Forbidden West' por el aspecto "poco femenino" de su protagonista*. <https://www.20minutos.es/videojuegos/noticia/4715325/0/redes-criticas-machistas-horizon-forbidden-west-aspecto-poco-femenino-protagonista/?autoref=true>
- AEVI (2021). *La industria del videojuego en España. Anuario 2020*. AEVI. [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI\\_Anuario\\_2020.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI_Anuario_2020.pdf)
- Alonso, A. (2020, junio 26). *The Last of Us Parte II vendió más de 4 millones de copias en tres días*. Hobby Consolas. <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/last-us-parte-ii-vendio-4-millones-copias-tres-dias-667247>
- Anyó, L., & Colom, A. (2021). Ambivalencia emocional en *The Last of Us*. Las emociones en los videojuegos. Entre la complejidad narrativa y la lealtad del jugador. *L' Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 31, 85-102.
- Atrio, A. (2019). Mujeres silenciadas: La representación del género y la técnica narrativa en el videojuego *The Last of Us* de Naughty Dog. *Revista Hélice*, 4(11), 26-44. <https://doi.org/10.12697/IL.2020.25.1.20>
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The expressive power of videogames*. Massachusetts Institute of Technology.
- Cabañes, E. (2020). Las mujeres en los videojuegos: Horizontes de futuro. En I. Liberia & B. Sánchez-Gutiérrez (Coords.), *Aquelarre. La emancipación de las mujeres en la cultura de masas* (pp. 211-230). Advook.
- Cerezo, I. (2020). Ur-fascismo en el videojuego. La estructura de sentido del videojuego a merced del fascismo eterno. En A. Flores y P. Velasco (Coords.), *Ideological Games. Videojuegos e ideología* (pp. 155-178). Héroes de Papel.
- Cuadrado, A., & Planells, A. J. (2020). *Ficción y videojuegos. Teoría y práctica de la ludonarración*. UOCpress.
- Curiel, A. (2018). La mujer como actante. En VV. AA. (Eds.), *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 111-136). Anait Games.
- DEV (2021). *Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2020*. <https://dev.org.es/es/publicaciones/libro-blanco-dev-2020>

- Delgado, M. (2020, junio 19). *The Last of Us 2: Aclaran la identidad de género de un personaje que ha generado polémica*. Vandal. <https://vandal.elpaol.com/noticia/1350735528/the-last-of-us-2-aclaran-la-identidad-de-genero-de-un-personaje-que-ha-generado-polemica/>
- Díaz, N. (2018). Los eSports y la mujer: Relato de una experiencia. En VV. AA. (Eds.), *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 301-336). Anait Games.
- Diez, E.J. (2004). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/la-diferencia-sexual-en-el-analisis-de-los-videojuegos/educacion-mujer/13091>
- Downs, E., & Smith, S. (2009). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. *Sex Roles*, 62(11-12), 721-733.
- elDiario.es (2020, julio 9). *El boicot a 'The Last of Us II' y el acoso a sus creadores: "Voy a matar a tu hijo por lo que has hecho"*. eldiario.es. [https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/boicot-the-last-of-us-ii-acoso-creadores-matar-hijo-has-hecho\\_1\\_6088490.html](https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/boicot-the-last-of-us-ii-acoso-creadores-matar-hijo-has-hecho_1_6088490.html)
- Farca, G., & Ladevèze, C. (2016). The Journey to Nature: *The Last of Us* as Critical Dystopia. *DIGRA*, 13(1), 1-16.
- Flores, A., & Velasco, P. (2020). *Ideological Games. Videojuegos e ideología*. Héros de Papel.
- Frasca, G. (2001). *Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate* [Tesis doctoral]. Georgia Institute of Technology.
- Garzón, X. (2021). Por mí y por todas mis compañeras. La mujer en la industria del videojuego. En A.C. Moreno & A. Venegas (Eds.), *La vida en juego. La realidad a través de lo lúdico* (pp. 467-500). Anait Games.
- Genvo, S. (2021). Teorías y prácticas de los juegos expresivos. En A. C. Moreno & A. Venegas (Eds.), *La vida en juego. La realidad a través de lo lúdico* (pp. 9-47). Anait Games.
- Gil, I. (2020). The First of Us: una perspectiva de género sobre las políticas de conservación de videojuegos. En A. Flores & P. Velasco (Coords.), *Ideological Games. Videojuegos e ideología* (pp. 79-114). Héros de Papel.
- Hughes, S. (2015). Get real: Narrative and gameplay in *The Last of Us*. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 6(1), 149- 154.
- Ivory, J. (2009). Still a Man's Game: Gender Representation in Online Reviews of Video Games. *Mass Communication and Society*, 9(1), 103-114.
- Klimmt, C. (2009). Serious Games and Social Change. Why They (Should) Work. En U. Ritterfeld, M. Cody & P. Vorderer (Eds.), *Serious Games. Mechanisms and Effects* (pp. 248-270). Routledge.

- Malo, A. (2020, junio 24). The Last of Us Part 2 es ya el juego de PS4 más-vendido de la historia. *Muy Computer*. <https://www.muycorputer.com/2020/06/24/the-last-of-us-part-2-mas-vendido-ps4/>
- Manzano-Zambruno, L., & Paredes-Otero, G. (2020). El periodismo de videojuegos desde una perspectiva feminista y de género. Las periodistas especializadas ante el acoso y la discriminación en España dentro de las redes sociales. En J. Canden Mena (Ed.), *Actas del III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC* (pp. 84-99). Compolíticas.
- Marie, M. (2018). *Women in Gaming: 100 Professionals of Play*. DK.
- Michael, D. & Chen, S. (2005). *Serious Games. Games that educate, train, and inform*. Thompson Course Technology PTR.
- Molina, C. (2020). El videojuego como herramienta socializadora. En A. Flores & P. Velasco (Coords.), *Ideological Games. Videojuegos e ideología* (pp. 211-239). Héroes de Papel.
- Muñoz, J. D. (2021, enero 24). *La franquicia The Last of Us asienta un nuevo récord con más de 500 premios GOTY*. Hobby Consolas. <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/franquicia-last-us-asienta-nuevo-record-500-premios-goty-797129>
- Murray, S. (2019). Playing Whiteness in Crisis in The Last of Us and Tomb Raider. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 4(3), 1-15. <https://doi.org/10.26503/todigra.v4i3.102>
- ONU (1995, septiembre 15). Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. <https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>
- ONU (2017, octubre 11). *Profundicemos en términos de género. Guía de terminología y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores*. [http://onu.org.gt/wp-content/uploads/2017/10/Guia-lenguaje-no-sexista\\_onumujeres.pdf](http://onu.org.gt/wp-content/uploads/2017/10/Guia-lenguaje-no-sexista_onumujeres.pdf)
- ONU Mujeres (2015). *ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. <https://www.unwomen.org/es/news/in-focus/women-and-the-sdgs/sdg-5-gender-equality>
- Paredes-Otero, G. (2021). El siguiente nivel de la vida. Concienciando sobre la muerte en los videojuegos. En A. C. Moreno y A. Venegas (Eds.), *La vida en juego. La realidad a través de lo lúdico* (pp. 85-118). Anait Games.
- Paredes-Otero, G. (2020). El enemigo invisible: la sensibilización ante las enfermedades mentales a través de los videojuegos. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, 29, 69-83. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i29.565>

- Paredes-Otero, G. (2018b). Los *serious games* como herramientas educo-informativas para el diseño de la conciencia social. En A. Torres-Toukoimidis & L. M. Romero-Rodríguez (Eds.), *Gamificación en Iberoamérica. Experiencias desde la comunicación y la educación* (pp. 303-330). Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Paredes-Otero, G. (2018a). Análisis de la imagen de la mujer transmitida en las actuales carátulas de videojuegos. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 40, 190-199.
- Planells, A. J. (2012). *La construcción psicológica de la heroína en los videojuegos: Un acercamiento intencional a la construcción de las relaciones entre mujeres y mundos de ficción* [documento de conferencia]. Congreso AE-IC, Tarragona. [https://www.researchgate.net/publication/292987272\\_La\\_construccion\\_psicologica\\_de\\_la\\_heroina\\_en\\_los\\_videojuegos\\_Un\\_acercamiento\\_intencional\\_a\\_la\\_construccion\\_de\\_las\\_relaciones\\_entre\\_mujeres\\_y\\_mundos\\_de\\_ficcion](https://www.researchgate.net/publication/292987272_La_construccion_psicologica_de_la_heroina_en_los_videojuegos_Un_acercamiento_intencional_a_la_construccion_de_las_relaciones_entre_mujeres_y_mundos_de_ficcion)
- Radchenko, S. (2020). Metamodern Gaming: Literary Analysis of *The Last of Us*. *Interlitteraria*, 20(1), 246-259. <https://doi.org/10.12697/IL.2020.25.1.20>
- Rodríguez, R. (2016). *Videojuegos. La explosión digital que está cambiando el mundo*. Héroes de Papel.
- Suárez, A. (2020). La crítica al presente desde el futuro en *The Last of Us*. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 29, 36-52. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i29.566>
- Venegas, A. & Moreno, A. C. (2021). *Protestas interactivas: El videojuego como medio de reivindicación política y social*. Shangrila.



# Ludonarrativas concienciadas. Aventuras narrativas para promover la representación de colectivos minoritarios

*Sensitized ludonarratives. Narrative adventures to promote the representation of minority groups*

*Ludonarrativas conscientes. Aventuras narrativas para promover a representação de grupos minoritários*

# 6

ARTÍCULO



## Alberto Porta-Pérez

Universitat Jaume I (España)

Personal investigador en formación (Programa propio UJI). Doctorando en Ciencias de la Comunicación y miembro del grupo de investigación ITACA-UJI. Estudió el máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Premio Extraordinario de Fin de Máster, 2019-2020) y el Grado en Comunicación Audiovisual (Premio Extraordinario de cuarto curso de grado, 2013-2014) en la Universitat Jaume I de Castellón. Actualmente desarrolla su tesis sobre dilemas éticos en videojuegos.

alberto.porta@uji.es  
orcid.org/0000-0003-4887-9918

RECIBIDO: 01 de octubre de 2021 / ACEPTADO: 21 de enero de 2022

### Resumen

Las ludonarrativas concienciadas promueven en la jugadora el pensamiento crítico y lo hacen por medio de un complejo entretejido lúdico-narrativo bajo las claras inquietudes de unas diseñadoras que buscan transmitir unos valores concretos. Estas ludonarrativas germinan en un espacio donde no existe la represión artística por parte de la diseñadora y donde hay un especial interés de la jugadora por descubrir, escuchar y aprender a través de su relación con el juego, concretamente en las aventuras narrativas que cuentan con un diseño de elecciones y ramificaciones.

### PALABRAS CLAVE

Videojuegos, Diseñadores, Concienciados, Persuasión, Ludonarrativa, LGBTQ.

### Abstract

Sensitized ludonarratives promote critical thinking in the player through a complex ludonarrative interweaving under the clear concerns of some designers who seek to convey specific values. These ludonarratives germinate in a space where there is no artistic repression by the designer and where the players are especially interested in discovering, listening and learning through their relationship with the game, speci-

fically in the narrative adventures that have an election and branching design.

### **KEYWORDS**

Video games, Designers, Conscientious, Persuasion, Ludonarrative, LGBTQ.

### **Resumo**

As narrativas lúdicas conscientes promovem o pensamento crítico na jogadora e o fazem por meio de um complexo entrelaçamento lúdico-narrativo sob as claras preocupações de algumas designers que buscam transmitir valo-

res específicos. Estas ludonarrativas germinam num espaço onde não há repressão artística por parte da designer e onde há um interesse especial por parte da jogadora em descobrir, ouvir e aprender através da sua relação com o jogo, especificamente nas aventuras narrativas que têm um design de escolhas e ramificações.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Videogames, Designers, Conscientizados, Persuasão, Ludonarrativa, LGBTQ.

---

## **1. INTRODUCCIÓN**

El medio videolúdico ha tratado temas como la homosexualidad con anterioridad, de manera más o menos acertada, mayoritariamente desde la perspectiva de un personaje no jugable —o NPC— y de manera cómica o despectiva. Títulos clásicos como *Final Fantasy VII* (Squaresoft, 1997) trató superficialmente la homosexualidad y el travestismo convirtiendo en icónica la escena en la que el héroe, Cloud, debe travestirse para salvar a Tifa. Otras obras más recientes como *Persona 5* (Atlus, 2016) fue parcialmente censurado en Occidente por contener una escena homofóbica donde dos personajes secundarios acosan constantemente a uno de los protagonistas menor de edad, lo cual les confiere una imagen de pervertidos y depredadores sexuales. Es difícil encontrar en los videojuegos *mainstream* o comerciales como los citados una representación justa de colectivos minoritarios o sobre problemáticas que pueden resultar polémicas para la sociedad actual, por lo que nuestro estudio se centra también en los videojuegos que podrían catalogarse generalmente como *indies* o independientes.

Los videojuegos reconocidos como *indies* se caracterizan principalmente por desmarcarse de los cánones establecidos por la industria videolúdica y es en ese marco concreto donde las diseñadoras concienciadas<sup>1</sup> pueden comprometerse a transmitir sus valores y causas por medio de la ludonarrativa. Ya sea por una motivación por cambiar actitudes o por representar a colectivos minoritarios, estos títulos buscan la mejor fórmula para persuadir a la jugadora e invitarle a cuestionarse su entorno y sus convicciones.

Para debatir sobre ludonarrativas concienciadas necesitamos previamente definir el videojuego independiente para posteriormente perfilar los juegos queer y persuasivo, que podemos entender como una especie de subgéneros ligados al primero. En cambio, nuestro interés radica en conocer las pretensiones y motivaciones de la obra y la diseñadora con la jugadora y no tanto en elaborar una taxonomía como ya han realizado autores como Bogost (2007) o Pérez-Latorre (2016).

---

1 Para este artículo utilizaremos el femenino genérico tanto para referirnos a las personas que juegan (jugadoras) como a las que crean el juego (diseñadoras) en aras de una normalización.

## 2. METODOLOGÍA

Para este estudio nos acogemos a una metodología multidisciplinar que atiende la naturaleza compleja del medio videolúdico partiendo del concepto de libertad dirigida que despliega Navarro-Remesal (2016) que defiende que toda partida está articulada por márgenes y límites capaces de conducir a la jugadora hacia la obligación o la prohibición. Consideramos, además, la aproximación de Planells (2015) a los mundos ludoficcionales entendidos como espacios autónomos que se alejan del relato tradicional y que están diseñados para acoger a la jugadora, y su comportamiento. Complementamos esta teoría de los mundos posibles con los mecanismos de construcción de significado que emergen de la relación entre el sistema y la jugadora y que constituyen un lenguaje propio en el diseño de videojuegos (Pérez-Latorre, 2012). A estas bases teóricas propias de los *game studies* le sumamos el modelo de diseño de elecciones y ramificaciones (Fernández-Vara, 2020) para ser capaces de analizar particularmente el diseño narrativo y el diseño de juego de las obras videolúdicas reconocidas como aventuras narrativas que se caracterizan por disponer de un diseño de decisiones por medio del diálogo o de las acciones de la jugadora.

A su vez, partimos de las definiciones y características del videojuego independiente y persuasivo (Bogost, 2007; Pérez-Latorre, 2016) que nos ayudan a comprender los *queer games* y los *persuasive games* y analizar nuestros casos de estudios desde la perspectiva de género (Cabañes, 2015; González-Sánchez, 2018). Esta visión de los *game studies* la complementamos tomando en consideración el término de *diseñadoras concienciadas* (Flanagan & Nissenbaum, 2014) que nos ayudan a construir la

mejor aproximación de las ludonarrativas concienciadas.

Con el objetivo de aproximarnos a ellas, utilizamos como casos de estudio tres aventuras gráficas de la desarrolladora DONTNOD: *Life is Strange 2* (2018), *Tell Me Why* (2020) y *Twin Mirror* (2020), y la obra de Vanilleware, a medio camino entre la *visual novel* y el juego de estrategia en tiempo real *13 Sentinels: Aegis Rim* (2020). Partimos de la hipótesis de que en todo videojuego las diseñadoras tienen la capacidad de persuadir a la jugadora de forma más o menos consciente por el hecho de que, además de hacer uso de sus propias herramientas, hereda y actualiza de otros medios expresivos elementos lúdicos, narrativos, performativos, sonoros y visuales (Martín-Núñez & Navarro-Remesal, 2021, p. 8).

Para demostrar nuestra hipótesis analizamos los cuatro casos de estudio basándose en unas herramientas para el análisis textual y ludonarrativo (Fernández-Vara, 2015; Navarro-Remesal, 2016), que complementamos con la técnica de *game testing*, entendida como el proceso de jugar a una obra videolúdica múltiples veces con el fin particular de probar y analizar las diferentes formas en que puede desarrollarse una partida. Si bien esta técnica nos permite experimentar el juego en primera persona, no siempre ha sido posible realizar todas las ramificaciones sin que el sistema obligue a comenzar la partida desde el inicio. Por tanto, ha sido necesario suplir estas limitaciones con la observación no participante de sujetos que comparten sus *gameplays* en plataformas como *YouTube* o *Twitch*. De esta manera, ha sido factible contemplar las diferentes opciones de las que dispone la jugadora en cada uno de los cuatro videojuegos objeto de estudio.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. LA PERSUASIÓN A TRAVÉS DEL VIDEOJUEGO

Nos interesa si un videojuego es *indie* por su originalidad y transgresión respecto a los cánones establecidos por la industria videolúdica y por sus pretensiones por generar coherencia entre el diseño de juego y otros aspectos como la psicología de un personaje y su relación con el mundo ludoficcional (Pérez-Latorre, 2016, p. 24). No se trata de que estos videojuegos busquen diferenciarse entre ellos por competir en un mercado sino, más bien, que no haya ningún tipo de autocensura ni presión institucional y donde las diseñadoras puedan “[...] explorar temas más sensibles como la violación, el racismo, el incesto, el cáncer, la depresión, la transexualidad, etc.” (Trépanier-Jobin, 2016, p. 117).<sup>2</sup> Las autoras deberían ver el videojuego como un lugar de expresión donde puedan sentirse implicadas a un nivel emocional e ideológico (Pérez-Latorre, 2016, p. 19) sin miedo a la controversia.

Cuando en un videojuego existe la predisposición de la diseñadora de alterar o cambiar la actitud de la jugadora podríamos reconocerlo como *persuasive game* (Bogost, 2007). Estos títulos transmiten mensajes “[...] con el pretexto de generarles argumentos, mostrarles diferentes puntos de vista, hacerles cambiar sus creencias o sus comportamientos” (2007, p. ix). Un videojuego puede persuadir a la jugadora por medio de la argumentación, ya sea a través de los procesos o de la retórica procedural, de las palabras o de la retórica verbal, o de las imágenes o de la retórica visual. Dicho de otra manera, un videojuego puede persuadir por medio de la ludonarrativa entendida como la

combinación de tres niveles que dotan de sentido al juego: el puramente lúdico o normativo, el que aúna narremas y el que alberga la cadena de acontecimientos que define la jugabilidad (Klevjer, 2001). En otras palabras, las tres capas que construyen la ludonarrativa son reglamento, ficción y relato (Navarro-Remesal, 2015) y, por tanto, la persuasión puede darse en cualquiera de ellas.

Las dinámicas lúdico-narrativas que participan en el proceso de persuasión pueden ser múltiples y están estrechamente vinculadas al género al que pertenece el título. Una aventura narrativa como *Twin Mirror* (DONTNOD, 2020) se acoge a las mecánicas que constituyen el sistema de toma de decisiones (reglamento) para apoyar a la construcción de los personajes y localizaciones (narremas) y potenciar la trama que da sentido al juego (relato). En el diseño de ramificaciones quedan integrados “los cambios de estado del sistema con la historia que se quiere comunicar” (Fernández-Vara, 2020, p. 66) y ofrece a la jugadora una aparente libertad que no deja de ser una ilusión que la diseñadora construye a conciencia para limitar los caminos posibles. Ese abanico “entre poder e impotencia, entre obligación y prohibición o penalización” (Navarro-Remesal, 2016, p. 319) es lo que conocemos como libertad dirigida y está presente en todo videojuego, incluso en las aventuras narrativas donde el diseño de elecciones actúa como eje del discurso ludonarrativo. A fin de cuentas, más allá de proporcionar a la jugadora un número elevado de posibilidades —banales en muchas ocasiones—, la diseñadora opta por crear una serie de opciones significantes que afectan al relato y donde las consecuencias son importantes y observables por parte de la jugadora (Fernández-Vara, 2020, p. 67).

*Twin Mirror* habla sobre el trastorno bipolar y lo hace por medio de una aventura detectives-

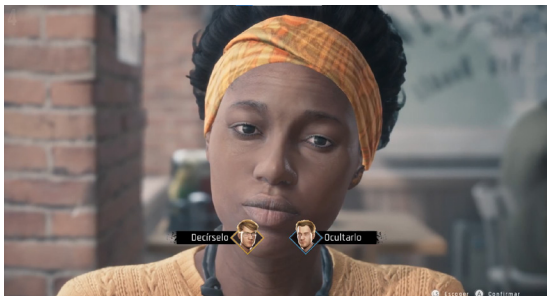
---

<sup>2</sup> Traducción libre del inglés del autor.

ca. El juego muestra cómo las personas que, al igual que Sam Higgs, sufren esta enfermedad mental son capaces de convivir con ello. La jugadora forma parte de este tabú social durante el breve recorrido del juego y es testigo de cómo funciona su mente. La bipolaridad se ve representada mediante un segundo avatar para el mismo personaje, cuya opinión siempre difiere del primero, da consejos y a veces actúa como ayudante del protagonista y otras, como obstáculo (Figura 1). La jugadora, que consideramos un agente moral que responde a razonamiento éticos (Sicart, 2009), es quien debe decidir la acción y los diálogos de Sam, aceptar las consecuencias de sus elecciones y “[...] aplicar estrategias morales en su experiencia de juego” (2009, p. 48). *Twin Mirror* da voz al trastorno bipolar, pero no lo enfoca solo como un problema sino como una característica del personaje, que lo hace único.

**Figura 1**

*Las decisiones que afectan al relato están representadas gráficamente con las dos versiones del protagonista: una, más racional y otra, más impulsiva.*



*Nota: Gameplay de Twin Mirror en su versión para PlayStation 4.*

Cuando la jugadora accede al palacio mental de Sam, percibe su mundo como un laberinto que va construyéndose mientras avanza, que recorre múltiples caminos, la mayoría de los cuales no tienen salida o terminan por unificarse en una única casilla final. Estos laberintos de recuerdos que ayudan a la jugadora a recomponer la historia como un puzzle (Fernández-Vara, 2020, p. 71) es también una representación de cómo funcionan esas limitaciones en el vi-

deojuego que siempre conduce a la jugadora a una única casilla de salida. Es esa “[...] promesa de libertad, este laberinto de la vida en el que supuestamente todo camino es elegible, la forma lúdica favorita del videojuego *mainstream* actual” (Planells, 2021, p. 1082) y el espacio idóneo para que las diseñadoras transmitan a la jugadora unos valores para cambiar el mundo.

### 3.2. LA IDENTIDAD A TRAVÉS DEL VIDEOJUEGO

Entendemos por *queer game* todo videojuego donde el protagonismo recae en las experiencias que vive uno o varios personajes LGBTQ y estos, además, suelen estar producidos por diseñadoras del propio colectivo (Shaw & Friesem, 2016, p. 3885) y también, como defendemos en este artículo, por diseñadoras concienciadas. Estos títulos buscan “[...] el cuestionamiento de disciplinas tal y como se conocen hasta la fecha, en aras de una mayor inclusividad y del ofrecimiento de diferentes versiones de una misma realidad, para brindar al interlocutor la capacidad de decidir por sí mismo” (González-Sánchez, 2018, p. 369). Si bien hay videojuegos más comerciales con personajes LGBTQ y que pueden tener la motivación de visibilizar al colectivo, “[...] los juegos queer con historias queer pueden explorar la vida de las personas LGBTQ de maneras que la representación incidental no puede” (Shaw & Friesem, 2016, p. 3885)<sup>3</sup>.

La presencia del subgénero o etiqueta *queer game* es importante ya que la mayoría de las representaciones del colectivo en los títulos comerciales suele recaer en NPCs —personajes no controlables por la jugadora— y es difícil que sea de manera explícita. La jugadora suele sospechar de la orientación sexual de un per-

<sup>3</sup> Traducción libre del inglés del autor.

sonaje a causa de los diálogos o se le revela al cumplir unos requisitos o condiciones concretas en el juego (Shaw & Friesem, 2016, p. 3880). No podemos negar que, aunque pocos, existen reconocidos títulos de grandes compañías que se arriesgan a visibilizar al colectivo como *The Last of Us Part II* (Naughty Dog, 2020). En cambio, los juegos *mainstream* no suelen definir explícitamente la sexualidad de los personajes queer. Es más, el propio proceso de confirmar la sexualidad de un personaje —sea protagonista o no— suele ser polémico (Shaw & Friesem, 2016, p. 3880).

*Tell Me Why* (DONTNOD, 2020) cumple las características de los *queer games* por tratar la transexualidad y la homosexualidad, e invitar a la jugadora a ampliar su percepción de estas en la sociedad actual. Tyler Ronan es protagonista de esta aventura narrativa con toma de decisiones y es el vehículo indispensable para que la jugadora aprenda y entienda qué es la transexualidad y que no existe relación con la orientación sexual.

En *Tell Me Why* se ofrece a la jugadora la libertad de tener o no pareja desde su encarnación como Tyler (Figura 2). No obstante, al tratarse de un juego breve —en comparación a los títulos principales de esta compañía— apenas se le presentan alternativas. Sin embargo, el esfuerzo de las diseñadoras concienciadas en este título no consiste tanto en profundizar en las relaciones interpersonales de nuestros avatares sino en el de transmitir los valores de manera consciente, responsable y, sobre todo, desde el mayor conocimiento posible (Figura 2).

En *Life is Strange 2* (DONTNOD, 2018) la jugadora forma parte de un mundo ludoficcional protagonizado por el racismo y acentuado por las injusticias gubernamentales frente a las minorías de un país. Como sucede en otros títulos

**Figura 2**

Como Tyler podemos decidir si intimar con otro personaje de nuestro mismo género o, de lo contrario, negarnos con el pretexto de seguir descubriendo nuestra orientación sexual.



Nota: Gameplay de *Tell Me Why* en su versión para STEAM.

de la franquicia, se dota a la figura protagonista o al NPC más cercana —en este caso en el hermano menor: Daniel Díaz— de un poder sobrenatural que ha de aprender a controlar y que implica una responsabilidad. No obstante, la telequinesis del hermano pequeño no es poder suficiente como para escapar de la injusticia que hallan en el camino de huida.

Si *Life is Strange 2* puede etiquetarse también como juego queer es por el esfuerzo de sus diseñadoras por hablar de la sexualidad durante el tercer capítulo de este título episódico. Sean Díaz reflexiona no solo sobre su orientación sexual sino también sobre cómo sus compañeros del campamento viven el sexo y su sexualidad. Por un lado, la orientación sexual de Sean se deja en manos de la jugadora (Figura 3) que incluso puede decidir —solo si escoge la relación heterosexual— que pierda la virginidad con Cassidy. También se brinda a la jugadora la opción de no intimar con ninguno de los dos y de-

jar la orientación sexual del protagonista en un segundo plano. Por otro lado, jugadora y avatar descubren cómo para Finn y Hannah, personajes secundarios que conviven con ellos en el campamento, el sexo puede ser casual y estar desvinculado del amor o del compromiso.

**Figura 3**

*El juego pregunta a la jugadora por la orientación sexual de Sean solo si previamente ha tomado unas decisiones concretas.*



*Nota: Gameplay de Life is Strange 2 en su versión para PlayStation 4.*

Sea cual sea el camino que tome la jugadora, estas decisiones no afectan al transcurso de la trama y no dejan de ser una invitación para descubrir y experimentar, por medio del avatar, sexualidades diferentes a la suya. Al fin y al cabo, como señala Cabañes, “los videojuegos tienen un gran potencial como laboratorio de experimentación sexual, ya que pueden permitirnos explorar otros tipos de sexualidad que en la vida real o bien es complicado, o directamente imposible experimentar” (2015, p. 46).

*13 Sentinels: Aegis Rim* (Vanilleware, 2019), en cambio, nos ayuda a ejemplificar cómo un videojuego no queer trata de representar al colectivo en su mundo ludoficcional. Se trata de

un título difícil de catalogar por su hibridación de géneros —*visual novel* y estrategia en tiempo real— donde predomina el componente narrativo y que resulta interesante para esta investigación por su intento de representar un romance no binario entre dos protagonistas. El género *visual novel* se caracteriza por considerarse un derivado del manga donde “la lectura es el pilar principal de la obra y las decisiones del jugador determinan el avance de la historia” (Navarro-Remesal & Loriguillo-López, 2015, p. 10).<sup>4</sup>

En *13 Sentinels: Aegis Rim* la jugadora controla un total de trece protagonistas que provienen de diferentes épocas y cuyas historias se van desplegando poco a poco. Takatoshi Hijiyama es un personaje que proviene del Japón de 1940 y el cual está enamorado de una chica que se presenta con el nombre Kiriko. Hijiyama descubre que Kiriko es, en realidad, un hombre y se llama Tusaka Okino. Lejos de sentir rechazo, Hijiyama se sigue sintiendo atraído por él, aunque se resiste al deseo acogiéndose a una homofobia internalizada y arraigada a su época.

Okino aparece a lo largo del relato romántico con peluca (Figura 4) o sin ella (Figura 5) y Hijiyama continúa mostrándose aparentemente interesado, sin que le importe su apariencia física. Por medio de las acciones del personaje y de los diálogos, la jugadora comprende que Hijiyama no es un personaje homosexual —pues siente atracción por otras chicas del colegio— y se ve incapaz de definir o etiquetar su relación con Okino. Mientras que, en general, el resto del elenco protagonista concluye su aventura con una relación heterosexual con un final feliz, el romance entre Hijiyama y Okino requiere de una interpretación por parte de la jugado-

<sup>4</sup> Traducción libre del inglés del autor.

ra que se ve opacada por el predominio de la representación heterosexual y el concepto tradicional del romance —y del sexo— como un acto exclusivo para la reproducción del ser humano.

**Figura 4**

*El Hijiyama siente celos cuando ve que otro chico se fija en Kiriko, consciente de su identidad real.*



*Nota: Gameplay de 13 Sentinels: Aegis Rim en su versión para PlayStation 4.*

**Figura 5**

*Hijiyama pierde cierto interés cuando ve a Okino sin peluca y sin falda, pero descubre que la atracción que siente por él se mantiene.*



*Nota: Gameplay de 13 Sentinels: Aegis Rim en su versión para PlayStation 4.*

### 3.3. LA DISEÑADORA CONCIENCIADA

Ya sea en un mercado independiente o *mainstream*, o particularmente un juego *queer* o persuasivo, las diseñadoras concienciadas se caracterizan por pretender crear juegos nuevos y mejores considerando los valores de la sociedad y cuestionando cómo aplicarlos en prácticas para mejorar el mundo (Flanagan & Nissenbaum, 2014). Las diseñadoras concienciadas trabajan en un marco de quince ele-

mentos que, en conjunto, constituyen la arquitectura semántica de un videojuego. En otras palabras, han de ser conocedoras de todo el complejo sistema ludonarrativo del videojuego y, a su vez, han de esforzarse por trabajar en la arquitectura semántica con el fin de que el acto persuasivo hacia la jugadora sea eficaz. Esa arquitectura semántica está compuesta, según Flanagan y Nissenbaum, por un total de quince componentes y por medio de la combinación de estos la diseñadora concienciada genera significados (Tabla 1).

**Tabla 1**

*Resumen de la arquitectura semántica planteada por Flanagan y Nissenbaum (2014, pp. 35-71).*

ARQUITECTURA SEMÁNTICA		
1.	Premisa narrativa y objetivos	La narrativa es un lugar óptimo donde introducir contenido, motivación y contextos ricos en valores.
2.	Personajes	La relación del personaje con la jugadora genera respuestas emocionales.
3.	Acciones en el juego	Las maniobras que puede hacer el jugador en el juego más allá de las acciones comunes según el género.
4.	Marco de decisiones	Por medio de decisiones la jugadora explora cuestiones éticas y experimenta sus consecuencias sin que afecten a su mundo real.
5.	Reglas de interacción con otros jugadores y personajes	Las relaciones con otros NPC o jugadoras ponen en juego valores como la cooperación o la generosidad y, por qué no, la competencia o la autosuficiencia.
6.	Reglas de interacción con el escenario	Se puede premiar o castigar a la jugadora por explorar el escenario, destruirlo o construirlo, por agotarlo o nutrirlo de recursos.
7.	Punto de vista	La perspectiva y la encarnación en un avatar concreto puede determinar cómo la jugadora percibe su papel en el mundo ludoficcional y con el resto de los elementos que conforman el juego.



8.	Hardware	La capacidad de memoria, la velocidad de procesamiento de los gráficos o los controladores físicos (ratón, teclado, gamepad) definen las posibilidades de los diseñadores en el juego.
9.	Interfaz	La mediación de los atributos del hardware y software con la jugadora.
10.	Motor de juego y <i>software</i>	El motor de un juego, sus físicas, detección de colisiones, etc. facilita o dificulta la expresión del diseñador sobre ciertos valores.
11.	Contexto del juego	El género del videojuego trae consigo un contexto propio. Un MMORPG con chat de voz o de texto puede transmitir valores erróneos y no controlados por el diseñador.
12.	Recompensas y puntuaciones	La estructura de recompensas define qué tipo de logros se valoran en el juego y puede resultar un elemento interesante que considerar por parte de los diseñadores.
13.	Estrategias	Elemento similar a las recompensas. Puede transmitir valores a la jugadora para motivarla a usar un estilo de juego particular con un propósito.
14.	Mapas de juegos	La interacción de la jugadora en el espacio (sola o con otros jugadores) definida por un diseño de mapa se ve afectada por las limitaciones reales del mismo; se pueden prohibir determinados valores.
15.	Estética	La estética, aunque subjetiva, expresa valores. Trabaja junto a la narrativa, a las mecánicas, etc. para infundir valores y significados.

Para una diseñadora concienciada cada uno de estos elementos está presente durante el proceso de creación con el deseo definido de cambiar la visión de la jugadora sobre un tema, de ampliar o corregir sus conocimientos o ha-

cerla consciente de su posición en el mundo real. Es por todo lo expuesto que consideramos que detrás de los cuatro casos de estudio hay un equipo desarrollador compuesto —si no del todo, parcialmente— por diseñadoras concienciadas.

## 4. DISCUSIONES

Teniendo en consideración que existen unas motivaciones evidentes de las diseñadoras detrás de estos cuatro casos de estudio por persuadir a la jugadora, consideramos que sus ludonarrativas son concienciadas. Por medio del reglamento, de la ficción y del relato los cuatro juegos hacen sentir conciencia de algo a la jugadora.

Confirmamos que *Twin Mirror* destaca por sus acciones en el juego —concretamente por sus mecánicas significantes— que se alejan ligeramente de lo que la jugadora está acostumbrada a experimentar en una aventura narrativa con toma de decisiones. Entendemos que son mecánicas significantes todas aquellas que están estrechamente vinculadas a la narrativa y que buscan ser relevantes y dotar de credibilidad a la historia (Martín-Núñez & Planes-Cortell, 2015, p. 59). En este caso, las capacidades mentales de Sam dotan a la jugadora de la posibilidad de recrear un accidente de coche o un asesinato haciéndole sentir parte de una investigación criminal (Figura 6). La jugadora reconstruye cada fase de una escena como un puzle en el que puede equivocarse sin penalización hasta dar con la respuesta acertada. *Twin Mirror* premia la paciencia y, a su vez, entrena a la jugadora para el desenlace cuando debe enfrentarse a los auténticos dilemas morales, que son aquellos que alternan el relato y cuyas consecuencias no están claras porque “ninguna de las opciones tiene una solución óptima, y cada

ventaja tiene su inconveniente” (Fernández-Va-  
ra, 2020, p. 70).

**Figura 6**

*Cuando Sam calcula todas las posibilidades en su palacio mental, la jugadora puede validar la hipótesis. De equivocarse, puede rectificar sin penalización.*



*Nota: Gameplay de Twin Mirror en su versión para PlayStation 4.*

Si las ludonarrativas de *Twin Mirror* son concienciadas es principalmente por su mecánica significativa, que destaca dentro de su género, así como por la estética que lo caracteriza durante las recreaciones mentales de Sam. Por medio de unos gráficos poligonales e incoloros se distingue la capa que alude a la irrealidad construida por su mente sobre la real, siempre dentro del mundo ludoficcional presentado.

*Tell Me Why*, además de apoyarse en sus propias mecánicas, destaca por educar sobre la transexualidad por medio de uno de sus protagonistas, Tyler Ronan. La jugadora no solo tiene el punto de vista de un personaje transgénero, sino que también toma el control de su hermana gemela, Alysson. En cambio, dos perspectivas suponen dos versiones diferentes de los recuerdos de su infancia (Figura 7). Tomar una de ellas como verdadera se convierte en todo un dilema ético para la jugadora y ese debate interno evidencia la persuasión por medio de los personajes donde entra en juego la empatía emocional acentuada por un diseño de ramificaciones (Porta-Pérez, 2021, pp. 1192-1193). Estas ludonarrativas concienciadas consiguen que la jugadora se sienta partícipe de la historia y se esfuerce en comprenderlos, inclu-

so en lo relativo a la identidad sexual desplegada en el título.

**Figura 7**

*El dilema de la jugadora por tomar una de las versiones del pasado como verdadera se ve acrecentado por su empatía emocional con el relato y con los personajes.*



*Nota: Gameplay de Tell Me Why en su versión para STEAM.*

Más allá del esfuerzo de sus diseñadoras por ampliar la perspectiva sobre la sexualidad, en *Life is Strange 2* la jugadora parte de una premisa narrativa donde se presentan unos valores que buscan luchar contra el racismo. Así como en *Tell Me Why* la jugadora maneja un personaje transgénero para conocer de primera mano la transexualidad, en *Life is Strange 2* se encarna en un adolescente víctima de diferentes desencuentros racistas. Sean y Daniel se ven obligados a escapar de casa por un desafortunado accidente y durante su huida hacia Puerto Lobos, ciudad ficticia de México, descubren cómo la sociedad los rechaza o los juzga por su apariencia. El mundo ludoficcional desplegado en el juego se percibe como un espejo de la sociedad actual, particularmente la estadounidense, y esta semejanza facilita la empatía de la jugadora con los personajes.

Las ludonarrativas concienciadas en *Life is Strange 2* se perciben también en el proceso de educación que la jugadora ha de desarrollar con el hermano menor, Daniel. Esta enseñanza de valores puede darse de manera directa —mediante diálogos y sus elecciones— o indirecta —por las acciones ejecutadas por la jugadora y su forma de interactuar con el mapa

de juego o con otros NPC— y el resultado se va reflejando a medio y largo plazo; se tiene la oportunidad de rectificar comportamientos si se percibe que no se está actuando correctamente. Esta responsabilidad acompaña a la jugadora durante todo el juego y el resultado afecta directamente al desenlace de la aventura, puesto que la última decisión no solo la tomará ella, sino también Daniel Díaz (Figura 8).

**Figura 8**

*Daniel podrá o no estar de acuerdo con la decisión tomada por su hermano mayor, pero dependiendo la educación que le hayamos transmitido reacciona de una forma u otra.*



*Nota: Gameplay de Life is Strange 2 en su versión para PlayStation 4.*

Por último, en *13 Sentinels: Aegis Rim*, las narrativas concienciadas se despliegan en sus dos bloques lúdico-narrativos: capítulos de aventuras de desplazamiento lateral —donde se destaca la vertiente narrativa— y los capítulos de batallas de estrategia en tiempo real —donde predomina la vertiente lúdica—. Para ir desbloqueando estos capítulos, la jugadora tiene que cumplir unos requisitos impuestos por la diseñadora para que no deje de lado ninguno de los dos bloques por falta de interés. En otras palabras, la jugadora acepta que para disfrutar de todos los capítulos de aventuras

primero debe invertir tiempo en ganar batallas. A su vez, salir victoriosa de los combates cumpliendo unos requisitos específicos (llevar a un personaje concreto, no utilizar robots de una generación, etc.) otorga puntos canjeables para desbloquear contenido adicional como arte conceptual o archivos que complementan la historia. Aunque cumple con el objetivo de motivar a la jugadora a completar la historia, esta estructura de recompensas no se enfoca a motivar valores y actitudes en el juego tal y como proponen Flanagan y Nissenbaum (2014, pp. 63-65).

Por otro lado, la estética manga que caracteriza el género *visual novel* y con la que cuenta *13 Sentinels: Aegis Rim* transmite unos valores que el público occidental percibe, en general, en todo videojuego japonés. Según Navarro-Remesal y Loriguillo-López, los tres ejes principales de este tipo de videojuegos son el diseño de personajes, el diseño de juego y la animación de secuencias cinematográficas, con el posible añadido de cuestiones de género, identidad y sexismo (2015, p. 8). Por tanto, aunque la relación no binaria entre Hijiyama y Okino no termina de evidenciarse —igual que hace *Tell Me Why* con la transexualidad—, la estética de la *visual novel* se convierte en un puente imprescindible entre la diseñadora y la jugadora; un diálogo donde se plantean ideas y valores, pero cuya aceptación o asimilación depende únicamente de la autorreflexión de cada una de las partes.

## 5. CONCLUSIONES

Las ludonarrativas concienciadas surgen de la intencionalidad de la diseñadora por promover un cambio en la sociedad en general y en la jugadora en particular mediante unos valores que se adhieren a la arquitectura semántica del videojuego. Los cuatro casos de estudio despliegan un espacio donde alentar el pensa-

miento crítico, como hemos visto, a través de los personajes, de las mecánicas, de los marcos de decisiones o de la estética, por enumerar algunos. Con este artículo no pretendemos aislar el videojuego desarrollado con estas características del resto; tampoco se trata de etiquetar un título por su intencionalidad persuasiva o por representar a un colectivo minoritario. Por medio de nuestra definición de ludonarrativa concienciada buscamos visibilizar las posibilidades del juego para mejorar el mundo donde vivimos, que tanto la diseñadora como la jugadora sean conscientes del poder del videojuego para dialogar sobre ideas y valores, para reflexionar, discutir y mejorar como individuos y como sociedad.

Una ludonarrativa es concienciada cuando existe una intencionalidad por parte de la diseñadora de persuadir a la jugadora, de transmitir unos valores, de representar a los colectivos vulnerables y minoritarios, y también de mostrar unas problemáticas sociales sin temor a la controversia. La diseñadora debe sentirse emocionalmente implicada en el juego y verse capaz de hablar sobre temas sensibles sin la presión social y política de su entorno o país, además de tener a su alcance las herramientas lúdico-narrativas que generan significado para la transmisión eficaz de ideas y valores.

Incluso con toda la formación de la diseñadora y la predisposición por construir ludonarrativas concienciadas, para mejorar el mundo es importante que, como en todo diálogo, la jugadora esté abierta a escuchar, a cambiar o a reforzar su opinión y, por último a transmitir y aplicar esos valores más allá del mundo ludo-ficcional.

## FINANCIACIÓN

El presente trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación “El diseño narratológico en videojuegos: una propuesta de estructuras, estilos y elementos de creación narrativa de influencia postclásica” (DiNaVi) (código 18I369.01/1), dirigido por Marta Martín-Núñez, a través de la convocatoria competitiva de proyectos de investigación de la UJI, para el periodo 2019-2021.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games*, MIT Press.
- Cabañes, E. (2015). Videojuegos y sexualidades: explorando representación y prácticas. *Bit y aparte. Revista interdisciplinaria de estudios videolúdicos*, 3, 36-51.
- Fernández-Vara, C. (2020). Elecciones. Diseño narrativo de decisiones y ramificaciones. En V. Navarro Remesal, V. (Ed.), *Pensar el juego. 25 caminos para los Game Studies* (pp. 64-71). Asociación Shangrila Textos Aparte.
- Fernández-Vara, C. (2015). *Introduction to Game Analysis*, Routledge.
- Flanagan, M., & Nissenbaum, H. (2014). *Values at play in digital games*, MIT Press.
- González-Sánchez, J. (2018). Videojuegos queer e identidad gaymer: un fenómeno disruptivo en el mundo videolúdico. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 7(1), 360-388.
- Klevjer, R. (2001). Computer Game Aesthetics and Media Studies. En *15th Nordic Conference on Media and Communication Research*. Reykjavik (pp. 11-13).
- Martín-Núñez, M., & Navarro-Remesal, V. (2021). La complejidad ludonarrativa en el videojuego: un doble boomerang. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 31, 7-32.
- Martín-Núñez, M., & Planes-Cortell, C. (2015). Las mecánicas significantes para el diseño narrativo de los videojuegos. En I. Martínez de Salazar Muñoz y D. Alonso Urbano (Eds.), *Videojuegos: diseño y sociología* (pp. 55-67). Editorial ESNE.
- Navarro-Remesal, V. (2016). *Libertad dirigida. Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*, Asociación Shangrila Textos Aparte.
- Navarro-Remesal, V. (2015). ¿La vida empieza o acaba con el matrimonio?: Amor, diseño de ética y libertad dirigida en Catherine. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 9, 43-61. [dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.4](http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2015.9.4)
- Navarro-Remesal, V., & Loriguillo-López, A. (2015). What Makes Gêmu Different? A Look at the Distinctive Design Traits of Japanese Video Games and Their Place in the Japanese Media Mix. *Journal of Games Criticism*, 2(1), 1-18.
- Pérez-Latorre, O. (2016). Indie or Mainstream? Tensions and Nuances between the Alternative and the Mainstream in Indie Games. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 54, 15-30. <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i54.2818>

- Pérez-Latorre, O. (2012). *El lenguaje videolúdico: análisis de la significación del videojuego*, Lartes.
- Planells, A. J. (2021). Los senderos lúdicos que se bifurcan: el juego como mundo y el laberinto como estructura primordial. *Arte, Individuo y Sociedad* 33(4), 1079-1093.
- Planells, A. J. (2015). *Videojuegos y mundos de ficción. De Super Mario a Portal*. Cátedra.
- Porta-Pérez, A. (2021). Dime por qué cambié de opinión. Sobre persuasión ludonarrativa. En N. Sánchez-Gey Valenzuela y G. Paredes Otero (Ed.), *De la filosofía digital a la sociedad del videojuego. Literatura, pensamiento y gamificación en la era de las redes sociales* (pp. 1183-1204). Dykinson.
- Shaw, A., & Friesem, E. (2016). Where is the Queerness in Games?: Types of Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Content in Digital Games. *International Journal of Communication*, 10, 3877-3889.
- Sicart, M. (2009). Mundos y Sistemas: entendiendo el Diseño de la Gameplay Ética. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 7(1), 45-61.
- Trépanier-Jobint, G. (2016, número especial). Differentiating Serious, Persuasive, and Expressive Games. *Kinephanos. Journal of media studies and popular culture*, 107-128.

## LUDOGRAFÍA

- Desforges, F. (Director) (2020). *Twin Mirror* [Videojuego]. Francia: Dontnod Entertainment.
- Druckmann, N. (Director) (2020). *The Last of Us Part II* [Videojuego]. California: Naughty Dog.
- Hashino, K. (Director) (2016). *Persona 5* [Videojuego]. Japón: Atlus.
- Guillaume, F. (Director) (2020). *Tell Me Why* [Videojuego]. Francia: Dontnod Entertainment.
- Kamitani, G. (Director) (2019). *13 Sentinels: Aegis Rim* [Videojuego]. Japón: Vanillaware.
- Kitashe, Y. (Director) (1997). *Final Fantasy VII* [Videojuego]. Japón: Squaresoft.
- Koch, M., & Barbet, R. (Directores) (2018-2019). *Life is Strange 2* [Videojuego]. Francia: Dontnod Entertainment.

# Flash, Newgrounds y la confluencia entre la historia de Internet y el videojuego

*Flash, Newgrounds and the convergence between the story of the Internet and video games*

*Flash, Newgrounds e a convergência entre a história da Internet e os videogames*

# 7

ARTÍCULO



## Tomás Grau de Pablos

Universitat Autònoma de Barcelona (España)

Tomás Grau es investigador doctorado en Estudios de Asia Oriental y Game Studies por la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente forma parte del grupo de investigación GREGAL: Circulació Cultural Japó-Corea-Catalunya de la Universitat Autònoma. Su línea de investigación actual se centra en el estudio de las relaciones culturales entre la industria del videojuego japonés y el resto de las industrias creativas, tanto japonesas como euroamericanas.

tomgradep@gmail.com  
0000-0003-3073-8199

RECIBIDO: 01 de abril de 2021 / ACEPTADO: 31 de enero de 2022

### Resumen

La eclosión de Internet en los 2000 trajo consigo movimientos artísticos la generación, distribución y recepción de cuyas obras quedaron aisladas al ámbito virtual, pero acabó influyendo de forma fundamental en la configuración de la cultura popular. Un elemento clave de este proceso fue el programa de edición Flash, responsable de dotar de consistencia y estabilidad a la mayor parte de las páginas web de esta época. Este artículo analizará la relación entre las comunidades más dinámicas y este programa, prestando especial atención al carácter netamente interactivo y, por extensión,

videolúdico que ha fomentado con los años, y sus perspectivas de futuro.

### PALABRAS CLAVE:

Estudios Culturales, Media Studies, Game Studies, Genealogía, Historia del Arte.

### Abstract

The emergence of the Internet in the 2000s brought artistic movements and the generation, distribution, and reception of works that were isolated in the virtual sphere but ended up fundamentally influencing the configuration of popular culture. A key element of this pro-

cess was the Flash editing program, responsible for providing consistency and stability to most of the web pages of this era. This article will analyze the relationship between the most dynamic communities and this program, paying special attention to the purely interactive and, by extension, videoludic character that it has fostered over the years, and its future prospects.

#### **KEYWORDS**

Cultural Studies, Media Studies, Game Studies, Genealogy, Art History.

#### **Resumo**

A expansão da internet nos anos 2000 trouxe consigo movimentos artísticos cuja geração, distribuição e recepção de obras permanece-

ram isoladas da esfera virtual, mas acabaram influenciando fundamentalmente a configuração da cultura popular. Um elemento-chave desse processo foi o programa de edição Flash, responsável por fornecer consistência e estabilidade à maioria das páginas web dessa época. Este artigo analisa a relação entre as comunidades mais dinâmicas e este programa, dando especial atenção ao carácter puramente interativo e, por extensão, videolúdico que tem vindo a fomentar ao longo dos anos, e as suas perspectivas futuras.

#### **PALAVRAS-CHAVE**

Estudos Culturais, Media Studies, Game Studies, Genealogia, História da Arte.

---

## **1. RESISTENCIAS A LA ANIMALIZACIÓN EN INTERNET: HACIA UN RETORNO DE LAS GRANDES NARRATIVAS**

La década de los 2000 supuso un punto de inflexión en el ámbito de los estudios sociales y culturales por cuanto supusieron una prueba de fuego para numerosas teorías y prácticas políticas que auguraban el final de la Historia y la entrada del ser humano en una era sin narrativas. Con el impulso global del capitalismo de finales de siglo, el final de la Guerra Fría y la unificación de varias divisas monetarias, parecía que la realidad cultural de los años noventa apuntaba hacia una intensificación de los procesos hegemónicos que las convulsiones políticas y económicas de los ochenta materializaron. No obstante, determinados hechos políticos de envergadura como el atentado a las Torres Gemelas de 2001 o el atentado del metro de Atocha de 2004 y algunas catástrofes

naturales como el huracán Katrina de 2005, el terremoto de Haití de 2010 y el maremoto de Tohoku de 2011, han suscitado a una “renarrativización” de la vida política y social que choca diametralmente con las interpretaciones ahistóricas del período. Ya sea mediante una resurrección de formulaciones políticas anteriores como el marxismo y el anarquismo (por el incremento en el número de personas que se identifican con ellas) o mediante el incremento de los radicalismos que provocaron el auge del fascismo en el siglo XX, estamos viviendo un período en el que nuestra prioridad es encauzar nuestra actividad y existencia hacia la consecución de proyectos políticos definidos.

Esta evolución del pensamiento entre la juventud se puede apreciar especialmente a través del comportamiento de varios colectivos consumidores y entusiastas de cultura de masas como la procedente de Japón y la de los videojuegos, que durante su ascenso en los años ochenta y noventa se tendían a señalar como prototipo ejemplar de la deriva ahistórica que



tomaban las sociedades. Ya fuera a través de un estudio altamente optimista y algo ingenuo del potencial subversivo de esas comunidades de fans (Jenkins, 2010), ya fuera a través de una visión más pesimista que incidía en la inevitable transformación de esos colectivos en “animales” recolectores de bases de datos (Azuma, 2009), la interpretación de algunos investigadores diferenciados exhibe una visión del mundo en el que todas las grandes narrativas han desaparecido y los signos culturales han terminado de vaciarse.

No obstante, lo que el ascenso cada vez más pronunciado de comunidades online en los años 2000 ha venido a demostrar es que, lejos de sumergirse al completo en esta tendencia, los consumidores de ahora continúan participando en la construcción de marcos narrativos totales y saturando los signos culturales con significados específicos de sus prácticas individuales y comunitarias. Reflejando a grandes rasgos las mismas tendencias fragmentadas que los fans de décadas anteriores, los aficionados a *shows* tan variados como *Steven Universe* (Lelash et al., 2013-2019) *Sherlock* (Eaton et al., 2010-2017), *Hannibal* (Alexander et al., 2013-2015) y la película animada *The Lorax* (Renaud, 2012) generan un torrencial aparentemente infinito de interpretaciones alternativas, construyen narrativas propias y configuran su identidad en tiempo real. Al mismo tiempo, la tendencia mayoritaria de estas comunidades carece de buena parte de la subversión que Jenkins interpretó durante su trabajo de campo. En vez de eso, se muestran más interesadas en ensalzar sus objetos de consumo, y en no pocas ocasiones se muestran participantes entusiastas de las campañas de *marketing* sobre las que se sustentan muchas de sus obras (Aquila, 2007). Aunque estas actividades siguen fomentando una cultura de participación, sus esfuerzos e impulsos están siendo canalizados

de forma más o menos directa por unos márgenes de actuación que se inscriben fácilmente al paraguas de la “propaganda participativa” descrita por Asmolov (2019).

## **2. INTERNET Y COMUNIDADES SUBCULTURALES: CREACIÓN DE COMUNIDADES ONLINE A TRAVÉS DEL CONSUMO Y LA RESIGNIFICACIÓN DE LOS SÍMBOLOS**

En suma, lo que las dos últimas décadas han venido a demostrar, de cara a nuestra manera de interpretar la cultura a partir del ascenso de los medios digitales, es que una buena parte de las previsiones realizadas por defensores del “fin de la historia” han quedado severamente invalidadas por unas derivas históricas que apuntan hacia una intensificación de procesos que se consideraban superados. Ahora bien, esto no significa que una porción importante de las observaciones realizadas por estos investigadores se haya vuelto inservible. Los apuntes elaborados por Azuma en torno a la atomización cada vez más acelerada del comportamiento social del hombre (que afirma ver en la figura del *otaku* y que sospecha acabará afectando al resto de la humanidad) ayudan a explicar el inmovilismo que atenaza a muchos colectivos contemporáneos. Pero en el caso particular de la cultura popular, y especialmente en la que nos atañe ahora, resulta interesante observar cómo lo que parecían unas predicciones relativamente seguras han avanzado por derroteros completamente inesperados.

Resulta conveniente que Hiroki Azuma decida terminar su obra sobre el comportamiento humano utilizando un videojuego de ejemplo (2009, pp. 107-111). Aunque este autor emplea la palabra *otaku* para referirse de forma indis-

tinta tanto al consumidor de anime y manga como al de figuras de modelismo y videojuegos, su caracterización de la novela visual *Yu-no* (Kanno, 1996) concreta una parte importante la estética posmoderna en tanto que prioriza la ordenación selectiva de los elementos narrativos y metanarrativos de una obra hacia los finales que resultan más gratificantes. Esta visión del acto de juego se hace eco en numerosas teorías de diseño lúdico y particularmente en torno al estudio del hipertexto realizado por Espen Aarseth en su formativa *Cybertext* (1997). Aunque los trabajos posteriores del investigador danés han tratado de ampliar el paraguas de su aplicación a fórmulas lúdicas que no dependen de plataformas digitales, su conceptualización inicial del texto virtual como estructurado de forma laberíntica (o ergódica, como él mismo la denomina) refleja el momento, según Azuma, de la evolución del consumo *otaku* en la que el consumo narrativo empieza a sustituirse por el consumo animalístico: es decir, un punto en que el acto de consumo se orienta exclusivamente al simulacro y no a la narrativa (2009, pp. 28-30). A los pocos años, Aarseth expandiría buena parte de los conceptos de su obra original y sugeriría que el impulso primario que guía a los jugadores a lo largo de la partida constituye un equilibrio delicado entre epifanía y aporía (1999, p. 45): es decir, de un encuentro constante de paradojas aparentemente indescifrables que, al resolverse, otorgan al jugador una gratificación instantánea que les incita a seguir jugando hasta el siguiente obstáculo. Bajo este paraguas descriptivo, al sujeto jugador con el que trabaja Aarseth se le asume una agencia mínima, orienta su consumo exclusivamente por los elementos que le generan más afectividad emocional o lúdica y se mantiene deudor de las potencialidades que la máquina puede ofrecer. Esto lo acerca al consumidor animalístico de Azuma que consume exclusivamente por encontrar las

imágenes que generen *moe* (empleando terminología propia de la subcultura *otaku*) en él. En el ejemplo de *Yu-No*, tenemos a estos dos tipos de individuos (el *otaku* animal de Azuma y el jugador ergódico de Aarseth) convergiendo en una sola figura. Ambos perfiles comparten las mismas preferencias y deseos de ordenar la lectura al gusto personal, necesidades que la novela visual se presta especialmente a cumplir por el esquema de diseño que exhibe. Y ambos perfiles consumen estas obras preferentemente por el placer lúdico o por la sensación de *moe*.

Ahora bien, incluso en el caso específico de esta obra, perviven limitaciones de diseño que orientan su rango de interpretaciones hacia unos resultados específicos. Muchos de estos resultados vendrán dados por el tipo de jugador implícito que el diseñador asume cuando configura el código, derivado en gran parte del marco comunicativo que el contexto sociocultural de los consumidores ayuda a establecer. Si bien es posible, como ha continuado haciendo Aarseth en años posteriores, seguir describiendo los videojuegos como “máquinas de signos” (2001), el significado que estos textos generan depende en última instancia de las herramientas que los consumidores poseen a la hora de negociar lo que desean extraer de ellas. Lo que es más, el trato reverencial y, en última instancia, jerárquico que las comunidades de fans imponen al consumo de estos textos desempeña un papel fundamental a la hora de explicar qué interpretaciones alcanzan estatus normativo y cuáles quedan relegadas como desviaciones o “perversiones” del texto primario.

Es en este contexto en el que debemos examinar el aparentemente inabarcable fenómeno de las comunidades fans de Internet, que empezaron a surgir a finales de los noventa y acabaron copando la mayor parte de los espa-

cios virtuales en los 2000. Aunque a día de hoy resulta difícil trazar su origen, su popularidad se suele situar en un punto indeterminado entre 2000 y 2004 que coincide con la popularización de Internet en varios hogares de España (Barroso et al., 2018), Estados Unidos (Naughton, 2016) y Japón (Aizu, 1998). En sus inicios, la mayoría de estos espacios eran espacios de intercambio donde unos usuarios anónimos compartían impresiones a través de párrafos de texto e imágenes pero, muy pronto, su variedad abrió paso a una mayor diversidad. Entre las herramientas más populares de esta plataforma, Flash destacó especialmente por su ubicuidad. En un momento concreto, su presencia fue fundamental para el funcionamiento adecuado de la mayor parte de Internet. Entre otras cosas, Flash sirvió de apoyo para la primera iteración de Youtube (Warren, 2012) y en un momento dado, fue la espina dorsal de las primeras estrategias de *marketing* online. No obstante, a día de hoy Flash ha alcanzado notoriedad entre publicistas y responsables de posicionamiento web como una herramienta imprevisible y poco segura, cuando no completamente desfasada (Barsby, 2015). La falta de confianza dirigida hacia este motor gráfico por parte de grandes empresas quedó evidenciada en la década de 2010 con decisiones significativas, como su bloqueo por parte de dispositivos como el iPad (Jobs, 2010) y navegadores como Firefox.

A pesar de la progresiva falta de apoyo de algunas empresas, Flash ha persistido como una herramienta útil para artistas y autores independientes que han continuado empleándola para fines estéticos o pragmáticos. La argumentación empleada por autores reconocidos de la escena, como Brad Borne (2019) revela una actitud ambivalente, que reconoce las limitaciones inherentes al motor, pero también las ventajas que ofrecía a la hora de permitir una

conjunción de expresión plástica y lúdica especialmente útil para el entorno formativo de Internet. Aplicando un enfoque fenomenológico a Flash y las plataformas que sustenta, es posible categorizarlo como un sistema de expresión similar al de la animación tradicional. En su análisis de las particularidades estéticas de este medio, Thomas Lamarre cataloga la composición y la imagen multiplanar como factores esenciales de generación de significado (2009, p. 26). Bajo este prisma, el cambio que esta tecnología genera en nuestra percepción es una en la que percepción de profundidad y sensación de velocidad se sustituyen por una estética en la que la atención se dirige a la mediación entre las figuras, el fondo y el espacio intermedio entre los encuadres de la animación.

Aunque a primera vista pudiera parecer que esta sensación estética propicia un paradigma visual similar al de la pintura surrealista o impresionista, su particularidad no se halla exclusivamente en la disposición de las formas ni su relación cromática, sino en la interacción que estas formas experimentan cuando aparentan moverse por un espacio plano que simula un entorno tridimensional. Esto es lo que hace que juegos realizados en Flash destaquen por el movimiento de los objetos situados en el primer plano. Las primeras animaciones realizadas con el programa permitían una movilidad limitada que requería dividir las figuras en multitud de componentes separados a los que había que asignar rutinas de programación específicas. Este fenómeno no es distinto al que permitían en el momento herramientas de generación web como Dreamweaver. Además de ayudar a compartir contenido que combinase imagen, texto y sonido en un solo texto, también reflejaba la estética mayoritaria que la mayor parte de Internet fomentaba en el momento: una donde ilusión de movimiento e imágenes vívidas era tratada como el futuro a alcanzar.

Aunque su uso llegó a ser omnipresente, el lugar donde más se fomentaba era en páginas corporativas diseñadas para la promoción de películas y productos derivados de la industria cultural, como tráilers y series de animación. Algunos de los casos más exitosos de animación Flash aplicada a estrategias corporativas incluyen la iniciativa de Warner Brothers para crear series “digitales” en torno a personajes de los cómics DC, específicamente en torno a sus heroínas (Rosenberg & Stein, 2000-2002). Esta producción se desarrolló para servir de acompañamiento a las series de animación televisivas del momento. Además de contar con el elenco original de voces, la insistencia a la hora de respetar el estilo visual del equipo original se contrasta con la animación rígida y abrupta empleada por Noodle Soup Productions, que explorarían en mayor detalle con series posteriores como *Venture Bros* (Crofford et al., 2003-2018).

El estilo de movimiento rígido, brusco e imprevisible que series como *Venture Bros* y *Metacalypse* (Blacha et al., 2006-2012) han popularizado entre el público adulto estadounidense son consecuencia del tipo de entretenimiento que Newgrounds, Kongregate y espacios de intercambio *online* ayudaron a construir a finales de los años noventa. Un caso pionero representa *Homestar Runner* (Chapman & Chapman, 2000-presente), un serial de animación caracterizado por su humor imprevisible y por sus bruscos cambios de tono. Este estilo de comedia también podía hallarse entre la animación independiente de Internet, como la antología de relatos *Salad Fingers* (Firth, 2004-2019) y la serie de fantasía satírica *Charlie The Unicorn* (Steele, 2005-2021). Menos populares fuera de sus entornos originales son las animaciones paródicas de franquicias de videojuegos populares, como *Black Mages* (Roszak, 2004), *Rise of the Mushroom Kingdom* (Solem, 2003) y

*Mario Brothers* (Leon, 2003-2006). Aunque el contenido de estas historias variaba en cuanto a valores de producción, su denominador común tiende a localizarse en torno al reciclaje de obras conocidas (en su mayoría procedentes del medio videolúdico) y dotarlas de una coherencia y estilo internos que obedecían a una visión específica del autor. Las similitudes entre esta escena con otras concurrentes como la del webcómic (que también tendía a la reutilización indiscriminada de personajes y escenas de otros textos del videojuego) y el machinima (Lowood & Nitsche, 2003) evidencian que no se trataba de un hecho aislado y que obedecía a una tendencia intertextual generalizada. Sin embargo, es posible retraer las prácticas de estas comunidades a las de anteriores décadas que también se organizaban en torno al consumo y generación de obras fan, como las descritas por Henry Jenkins en *Piratas de textos* (2010, pp. 155-159) y por Sharon Kinsella en *Adult Manga* (2000, pp. 108-112). Todos estos ejemplos tienen en común una predilección o deferencia por obras provenientes de industrias culturales consolidadas, una participación activa durante el acto de consumo y la creación de espacios propios que deben su existencia a esos textos primarios y que, pese a todo, adquieren valores y estéticas propias. En resumidas cuentas, son un reflejo fiel de las tendencias *otaku* señaladas por Azuma Hiroki de consumo selectivo y reordenación caprichosa de textos, pero estableciendo por el camino una jerarquía de preferencias que mantiene una negociación activa de los textos mejor valorados.

Donde mejor puede comprobarse este deseo por aproximarse a las preferencias estéticas y estructurales de las obras que las han visto nacer es en las animaciones Flash que tratan deliberadamente de recrear experiencias interactivas. Aunque esta herramienta no estaba

diseñada en principio para soportar videojuegos, el rudimentario lenguaje de programación de sus inicios permitió dotar a figuras y elementos de una inteligencia artificial básica. Muchas veces, sin embargo, esa inteligencia se limitaba a seguir determinadas rutas prefijadas por el diseñador o a alterar los *sprites* de la pantalla para simular cambios de estado en un objeto. Estos son algunos de los motivos principales por los que los primeros juegos realmente populares tendían a requerir muy poca participación del jugador y se limitaban a géneros con esquemas de control muy básicos. En Newgrounds, *AEvil* (Larz, 2000) tiende a señalarse como el juego que puso de moda las galerías de tiro, de las cuales surgirían obras como *Bush Shoot-Out* (Miniclip, 2007) y *Matanza Cofrade* (J.C.C.S., 2002). Por otra parte, *Mystery of Time and Space* (Albartus, 2001) suele considerarse el punto de partida para el género de juegos que consiste en huir de una habitación repleta de acertijos que deben resolverse, y que en inglés suele denominarse *escape room*.

Para la mitad de la década, las actualizaciones efectuadas al lenguaje de programación fueron lo bastante significativas como para permitir una mayor variedad de juegos, especialmente los orientados a sistemas de combate. Algunos ejemplos pioneros de esta nueva ola son *Alien Hominid* (Fulp & Paladin, 2002), *Fancy Pants Adventure* (Borne, 2006), *The Big Adventure of Owata's Life* (King Soukutu, 2007) y *Meat Boy* (McMillen & Refenes, 2008). Esta época también vio el nacimiento de juegos capaces de imitar obras populares como *Final Fantasy IV* (Sakaguchi, 1991) y *The Legend of Zelda* (Tezuka, 1992), pero que por limitaciones inherentes tendían a establecerse como parodias de esas obras, como *Epic Battle Fantasy* (Roszak, 2009).

### 3. EXPLOSIÓN DE CONTENIDO, ENTRADA EN EL MAINSTREAM Y FORMALIZACIÓN DE LAS COMUNIDADES

Hasta finales de los 2000, la actitud dominante de comunidades como Newgrounds, Kongregate y Armor Games solía ser favorecer obras pequeñas y autorreferenciales, cuya influencia no solía trascender las comunidades que las veían florecer. Esta realidad se ha mantenido hasta cierto punto en la actualidad, pero ha experimentado cambios sustanciales que se deben tanto a factores técnicos como sociales. Por una parte, es importante señalar el gradual abandono por parte de varios usuarios del motor gráfico Flash, que a pesar de continuar actualizándose y expandiéndose se mantuvo por detrás de lenguajes de programación como HTML5. A las críticas constantes al programa se sumaron los anuncios y su consiguiente abandono por parte de las plataformas dominantes, incluyendo la empresa que le dio apoyo en primer lugar. Como ya se ha indicado en la sesión introductoria, Flash ha sido criticado duramente por todo tipo de desarrolladores y promotores, y su ubicuidad a lo largo de la primera etapa de Internet siempre supuso un punto de fricción importante para usuarios que deseaban una herramienta más expresiva. Con todo, su uso cada vez más marginal por parte de todos los servicios populares le ha dotado en los últimos años de cierto carisma que se debe, en gran parte, a la nostalgia de sus participantes más activos.

En un entorno de percepción menos conmensurable pero igualmente importante, se halla el deterioro de popularidad que la plataforma fue experimentando con los años, especialmente entre jugadores veteranos. Aunque los espacios de Newgrounds y Kongregate nunca

han dejado de promover trabajos personales, las tendencias de consumo visibles muestran preferencias evidentes por formatos de género y estilo que discriminan propuestas asociadas habitualmente con Flash. Esta realidad se hizo especialmente obvia poco después de la popularización de géneros como el *escape room*, plataformas complicadas y juegos de disparar y esquivar como *The Last Stand* (ConArtist Games, 2007). Incluso dentro de la variedad visual y estilística permitida dentro de estos géneros, la tendencia a encajonarlos y catalogarlos en torno a unas etiquetas revela una formalización del espacio creativo cada vez más acuciante. Una vez más, esta tendencia no es exclusiva y podía localizarse en otros espacios de consumo fan del momento. Sin embargo, es interesante señalar que, en los espacios de consumo dedicados a videojuegos independientes, la presión ejercida por las expectativas de popularidad surgidas a finales de los años 2000 tuvieron un papel fundamental a la hora de delimitar la imaginación artística de estos colectivos.

En estos momentos es importante señalar la ascensión del movimiento artístico y creativo que, con el paso de los años, ha adquirido la etiqueta *indie*. Aunque se trata de un fenómeno sometido a varias presiones económicas y políticas que trascienden su esfera original, un rasgo clave identificado por autores como Jesper Juul es la obsesión por la autenticidad (Juul, 2017). En una entrevista a Robin Hunicke, fundador del estudio Funomena y participante activo del movimiento, este desarrollador señala impulsos culturales profundos, como el individualismo estadounidense, como factor importante a la hora de entender la idiosincrasia y particularidad de esta escena de desarrollo. El deseo de ofrecer una imagen de autenticidad sirvió para dotar de consistencia lo que, a todos los efectos, era una colección bastante

abigarrada de autores y desarrolladores que provenían de comunidades muy diferentes. Aunque la legitimización de este movimiento vino dada por la insistencia progresiva de los medios, líderes de opinión y campañas de *marketing*, algunos textos y actividades se suelen señalar como ejemplares o paradigmáticos de este proceso. Entre los más populares se encuentra *Indie Game: The Game* (Pajot & Swirsky, 2012), un documental concebido para seguir la vida de varios autores de la escena pero que acabó concentrando su atención en torno a tres figuras especialmente populares (Ryerson, 2014). Otros ejemplos más amplios e inclusivos de esta tendencia son la obra *Embed with Games*, de Cara Ellison (2015), el festival de promoción de obras independientes Indiecade y la recolección sistemática de artículos de opinión y crítica cultural realizada por iniciativas como Critical Distance (<https://critical-distance.com/>). Si a esto se suma la creciente atención puesta en el trabajo de figuras como Greg Costikyan, Ian Bogost y Gonzalo Frasca, se entiende que la legitimidad de lo *indie* proviene de toda una serie de elementos dispares pero que, en su conjunto, apuntaban a una visión fundamentalmente homogénea del medio de los videojuegos.

En resumen, lo que esta intensificación masiva del proceso de creación y promoción de obras independientes revela es una voluntad expresa por homogeneizar y confluir la multitud de espacios de creación que existían desde hacía años y orientarlos hacia una dirección que acrecentase su popularidad y difusión. En el caso de las páginas que ya contaban con un bagaje importante de obras y trabajos fan, como Newgrounds, su participación en este fenómeno consistió en la promoción de algunas de sus obras más populares, como *Fancy Pants Adventure* y *Meat Boy*. Empresas como Kongregate realizaron un esfuerzo consciente por

crear concursos de popularidad que, siguiendo pautas similares a las de Indiegade, trataban de promover los juegos que más destacaban en un mes determinado. Aunque muchas de las obras que resultaron vencedoras seguían los mismos esquemas de diseño que se venían empleando desde hacía años, también indujo a algunos autores a innovar o subvertir estos esquemas. Ejemplos muy populares de obras que jugaban deliberadamente con las expectativas del público incluyen *The Visit* (Hummel & Winter, 2012), que se presenta como un prototípico juego de plataformas que subvierte su premisa en el momento en que saltas encima del primer enemigo. Otro ejemplo de subversión similar incluye *You Have to Burn the Rope* (Bashiri, 2008), que no introduce su subversión hasta el final de la experiencia.

En no pocos casos, el tipo de alteración intencionada que se introduce en estos textos (y que provoca sorpresa y sensación de novedad) se centra en una convención especialmente generalizada dentro del género que la obra aparenta recrear y que la altera de un modo tan significativo que obliga al jugador a prestar su atención al efecto de esa subversión. En este sentido, muchos de estos juegos revelan una presión importante por introducir una novedad o ruptura de expectativas que, en el contexto del movimiento *indie*, garantizaba atención mediática. Con esta observación no pretendo afirmar que los juegos incluidos aquí fueran ejercicios cínicos de búsqueda de atención. Sin ir más lejos, muchos de ellos se publicaron en momentos en que la cobertura era especialmente baja y marginal. En otros casos, es importante indicar que las obras más premiadas y celebradas del momento tendían a provenir de estudios consolidados y con la capacidad económica suficiente como para distribuirla en plataformas comerciales de envergadura, como Xbox Live y Steam. Esta dis-

criminación económica es la que explica que, para documentales como *Indie Game: The movie*, la atención estuviera puesta en obras terminadas o a punto de terminar, orquestadas por directores carismáticos que ya habían logrado alcanzar popularidad durante el período de saturación del medio.

Habiendo señalado este tipo de derivas, se entiende que la mayor parte del trabajo premiado y celebrado de esta época obedece a unos esquemas de diseño y unas convenciones de estilo que rememoran las preferencias de las comunidades que las nutrieron en primer lugar, si bien con una presentación más accesible. Entre los ejemplos más notorios, se halla la secuela de *Meat Boy*, bautizada *Super Meat Boy* (McMillen & Refenes, 2010) y que homenajea tanto a nivel textual como metatextual su lugar de origen. A lo largo de la partida, los jugadores atraviesan niveles en los que se presenta una serie cada vez más compleja de retos que precisan reflejos y precisión en el salto. En momentos determinados de la progresión es posible encontrar niveles secretos que recrean estilos visuales de generaciones tecnológicas anteriores, como la de Nintendo Entertainment System. Otros permiten encarnar (y eventualmente adoptar como protagonista sustituto) al personaje de una franquicia paralela a la de *Meat Boy*. Esto convierte a *Super Meat Boy* en una celebración de la diversidad artística y cultural que representaba el movimiento *indie*, al tiempo que arrojaba una mirada nostálgica a su espacio de concepción originario. Otro punto de divergencia importante son las herramientas empleadas para crear el juego y el efecto estético que esas herramientas ejercen sobre la experiencia final. Mientras que el *Meat Boy* original fue concebido con Flash y, por fuerza, exigía una mayor restricción de movimientos, el motor de Unity empleado para *Super Meat Boy* permite unos movimientos más refinados.

Volviendo a las convenciones estéticas señaladas por Lamarre sobre la animación, pareciera que Team Meat se ha ido alejando poco a poco del espacio compositivo favorecido por tantos juegos Flash iniciales y ha abrazado un nuevo paradigma estético que premia la exaltación cinética (2009, pp. 5-6).

En líneas generales, el cambio desde los juegos basados en Flash y orientados a la composición y elaboración de imágenes multiplanares hasta los juegos cinéticos basados en motores más versátiles se aprecia en la historia misma de Flash. Un ejemplo distintivo de esta época es la obra *Canabalt* (Saltsman, 2009), que utiliza la iteración del motor en el momento para generar una sensación de velocidad cada vez mayor. Aunque juegos como este nos hacen ser conscientes del potencial artístico que esta herramienta seguía poseyendo años después de su concepción, la realidad de la situación era que su presencia iba disminuyendo en favor de motores más nuevos. Pero más allá de eso, lo que este proceso de hegemonización evidencia es una adaptación de las posibilidades de juego presentes en estos espacios hacia unas lógicas de distribución centradas en torno a unas pocas plataformas. La progresiva filtración de reguladores comerciales en todas estas comunidades revela dos tendencias marcadamente solapadas: la ascensión de la plataforma como filtro fundamental de consumo en el capitalismo tardío (Joseph, 2018), y el sometimiento de diversos espacios y vías comunicativas a algoritmos de descubrimiento que condicionan las posibilidades de expresión de antemano (Kline, 2014).

#### **4. NEGOCIACIÓN, REPRODUCCIÓN O DISOLUCIÓN: EL FUTURO DE LAS COMUNIDADES CREATIVAS EN INTERNET**

Aunque la simplificación de los procesos de consumo efectuada en el espacio virtual por plataformas como Steam reduce el rango de expresiones artísticas a utilizar por parte de autores independientes, su imposición no implica necesariamente la desaparición de las comunidades de Internet. A día de hoy, es posible seguir visitando Newgrounds o Kongregate, y la reciente popularización de nuevos espacios como itch.io apuntan a un aumento de la diversidad de Internet, no al revés. Donde más se percibe el impacto de estas plataformas es en el tipo de contenido que estos espacios favorecen a través de sus propios mecanismos de descubrimiento. Incluso con el conocimiento adquirido tras haber visitado estas páginas durante años, es fácil dejarse llevar por las listas de juegos “recomendados” y “populares” de la página principal. Esta tendencia a “dejarse llevar” por la alienación inherente a estos patrones de consumo es una entelequia que ha venido criticándose durante años desde ámbitos marxistas y no es en absoluto una observación novedosa. La particularidad de nuestro período estriba en cómo su presencia se materializa en el espacio virtual. Tal vez porque su presencia configura una porción considerable del tipo de relaciones que construimos a partir de los medios tecnológicos, estos espacios han canjeado su condición original como generadores de cultura *online* por la de negociadores de esa cultura.

Más allá de los esfuerzos por preservar el contenido de estos espacios, las comunidades de Internet han adquirido nuevos roles como negociadores de contenido y significado. Aunque



su percepción como generadoras de cultura popular se sigue manteniendo en algunos ámbitos, su concepción como reflejo de los impulsos y comportamientos de la cultura fan ha cambiado considerablemente desde las predicciones optimistas de Jenkins y las pesimistas de Azuma. Por una parte, es posible seguir observando una tendencia a la reproducción acrítica de los patrones de consumo que las distribuidoras dominantes fomentan a seguir. Por otra, se percibe un evidente esfuerzo por establecer contornos de expresión propia. Esta tendencia, como ya observaran otros investigadores (Annett, 2014), se puede encontrar en cualquier rincón del fandom contemporáneo, pero en espacios que han conseguido mantenerse por sí mismos durante años adquiere una dimensión específica. Tanto si esa independencia puede dar lugar a posibilidades subversivas o una eventual mecanización total del arte, ahora mismo contiene en su perímetro unas vías de expresión que no tienen por qué reproducir patrones de consumo dominantes ni asumir un público objetivo de antemano. Donde mejor se materializa esta alteridad es en el dinamismo de las páginas web de más reciente creación, como itch.io y el espacio de juegos para móviles, y no es coincidencia que se mantengan como algunas de las más activas del espacio de los videojuegos.

Aunque es posible seguir accediendo a Newgrounds como si estuviéramos viviendo en 2005, las presiones históricas de los últimos años nos fuerzan a ser conscientes de los cambios acontecidos. En su forma más dramática se halla la desaparición de Flash y su eventual desconexión por parte de Adobe (Fiadotau, 2020). Las discusiones sobre el suceso y sobre cómo preservar el volumen de obras realizado con este motor provocó una situación de alarma que se ha extendido a otras comunidades. El hecho de que la industria del videojuego

haya mostrado una falta de interés absoluta a la hora de documentar o preservar su pasado ha aumentado la sensación de urgencia. La adopción masiva de herramientas sustitutas o el establecimiento de archivos comunitarios como la iniciativa Flashpoint (<https://blue-maxima.org/flashpoint/>) pueden haber servido como correctivo momentáneo, pero aún pervive la cuestión de su mantenimiento a largo plazo. ¿Qué pasará el día que Flashpoint no pueda seguir manteniéndose o que Internet Archive tenga que cerrar por presiones legislativas? ¿Será posible seguir accediendo a obras como *The Visit* con la misma facilidad con la que se puede hacer ahora tras la desaparición de Flash? Y aunque, al final del todo, la mayoría de estas obras provienen de comunidades entusiastas y autosuficientes, ¿podrá decirse lo mismo de las obras que las comunidades no tienen interés en preservar? Es posible que, para el usuario medio, estas preocupaciones sean un asunto menor que tan solo concierne a unas escenas marginales. Pero obviando que se trata de protagonistas fundamentales de la época formativa de Internet y que solo por ello su protección debería garantizarse, las lecciones que podamos extraer sobre la forma en que estas comunidades se reproducen a sí mismas habrá de servirnos a todos para cuando nos toque nuestro turno.

## REFERENCIAS

- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Johns Hopkins University Press.
- Aarseth, E. (1999). Aporia and Epiphany in Doom and The Speaking Clock: The Temporality of Ergodic Art. En Marie-Laure Ryan (Ed.), *Cyberspace Textuality: Computer Technology and Literary Theory*, 31-41. Indiana University Press.
- Aarseth, E. (2001). Computer Game Studies, Year One. *Game Studies*, (1). <http://gamestudies.org/0101/editorial.html>.
- Aizu, I. (1998, noviembre). Internet in Japan in Asian Context. [https://web.archive.org/web/20190906070654/http://www.anr.org/web/html/archive/old/html/output/98/PAN98\\_e.htm](https://web.archive.org/web/20190906070654/http://www.anr.org/web/html/archive/old/html/output/98/PAN98_e.htm)
- Albartus, J. (diseñador) (2001). Mystery of Time and Space [videojuego online]. Página personal. <http://www.albartus.com/motas/>
- Alexander, J., Brancato, C., Colleton, S., De Laurentis, Lightfoot, S., M., Dumas, S., Fuller, B., O'Connell, K., Roth, E., Rymer, M., & Slade, D. (productores ejecutivos). (2013-2015). *Hannibal* [serie de televisión]. Dino de Laurentis Company; Living Dead Guy Productions; AXN Original Productions; Gaumont International Television.
- Annett, S. (2014). *Anime Fan Communities: Transcultural Flows and Frictions*. Palgrave Macmillan.
- Asmolov, G. (2019). The Effects of Participatory Propaganda: From Socialization to Internalization of Conflicts. *Journal of Design and Science*, 6. <https://doi.org/10.21428/7808da6b.833c9940>
- Aquila, M. S. (2007). Ranma ½ Fan Fiction Writers: New Narrative Themes or the same old Story? *Mechademia*, (2), 34-47.
- Azuma, H. (2009). *Otaku: Japan's Database Animals*. Publicación del trabajo original ca. 2001. University of Minnesota Press.
- Barsby, A. (2015, julio 23). Why Flash is Bad for Web Design and SEO. *Xanthos*. <https://www.e-xanthos.co.uk/blog/why-flash-is-bad-for-web-design-and-seo>
- Barroso, Z., López, A., & Martínez, J. (Eds.) (2018). *La evolución de Internet en España: del Tesis a la economía digital*. Red.es.
- Bashiri, K. [Mazapan] (diseñador) (2008). You Have to Burn the Rope [videojuego online]. Kongregate. <https://www.kongregate.com/games/mazapan/you-have-to-burn-the-rope>

- Blacha, T., Crofford, K. Small, B., & Weidenfeld, N. (productores ejecutivos). (2006-2012). *Metacocalypse* [serie de televisión]. Titmouse Inc.; Williams Street.
- Borne, B. (diseñador) (2006). Fancy Pants Adventure [videojuego, versión para ordenador]. Borne Games.
- Borne, B. (diseñador) (2019). *Flash Developer on the Death of Flash* [archivo de vídeo]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=VWQFdah-NH2M&ab\\_channel=BradBorne](https://www.youtube.com/watch?v=VWQFdah-NH2M&ab_channel=BradBorne)
- Chapman, M., & Chapman, M. (directores) (2000-presente). *Homestar Runner* [serie de animación]. Página personal. <https://homestarrunner.com/main>
- ConArtist Games (distribuidora) (2007). The Last Stand [videojuego *online*]. ArmorGames. <https://armorgames.com/play/269/the-last-stand>
- Crofford, K., Lazzo, M., Hammer, D., Publick, J., Prynosi, C., & Prynosi, S. (productores ejecutivos) (2003-2018). *Venture Bros* [serie de televisión]. Astro Base GO!; NoodleSoup Productions; World Leaders Entertainment; Titmouse, Inc; Williams Street.
- Eaton, R., Gattis, M., Jones, B., Moffat, S., Vertue, B., & Vertue, S. (productores ejecutivos). (2010-2017). *Sherlock* [serie de televisión]. BBC Wales; Hartswood Films; WGBH.
- Ellison, C. (2015). *Embed with Games: A Year on The Couch with Game Developers*. Birlinn Limited.
- Fiadotau, M. (2020). Growing old on Newgrounds: Community discourses of technological change. *Firstmonday*. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/10306/9585>
- Firth, D. (director) (2004-2019). *Salad Fingers* [serie de animación]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=tP6w22ToHgc&ab\\_channel=DavidFirth](https://www.youtube.com/watch?v=tP6w22ToHgc&ab_channel=DavidFirth)
- Fulp, T., & Paladin, D. (diseñadores) (2002). Alien Hominid [videojuego para ordenador]. The Behemoth.
- Hummel, B., & Winter, M. [MajusArts y molkman] (diseñadores) (2012). The Visit [videojuego *online*]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/604582>
- J.C.C.S. (diseñador) (2002). *Matanza Cofrade* [videojuego *online*].
- Jenkins, H. (2010; (trabajo original publicado ca. 1993). *Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión*. Paidós.
- Juul, J. (2017, octubre 6). Interview with Robin Hunicke. <https://www.jesper-juul.net/handmadedepixels/interviews/hunicke.html>

- Jobs, S. (2010, mayo 1). Thoughts on Flash. *Internet Archive*. <https://web.archive.org/web/20140205223542/https://www.apple.com/hotnews/thoughts-on-flash/>
- Joseph, D. (2018, agosto 9). Two-Faced: The culture of platform capitalism. *Real Life Magazine*. <https://reallifemag.com/two-faced/>
- Kanno, H. (diseñador) (1996). *この世の果てで恋を唄う少女* [YU-NO: A girl who chants love at the bound of this world] [videojuego para ordenador]. Elf Co.
- King Soukutu (diseñador) (2007). *人生オワタの大冒険* [The Big Adventure of Owata's Life] [videojuego online]. Página personal. <http://king-soukutu.com/flash/owata.html>
- Kinsella, S. (2000). *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*. University of Hawai'i Press.
- Kline, S. (2014, enero). The Ends of History and the Tyranny of the Algorithm. *Kinephanos*. <https://www.kinephanos.ca/2014/algorithm/>
- Lamarre, T. (2009). *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. University of Minnesota Press.
- Larz (diseñador) (2000). AEvil [videojuego online]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/15>
- Lelash, C.; Miller, B.; Jennifer, P.; Sorcher, R.; Sugar, R., & Wigzell, T. (productores ejecutivos). (2013-2019). *Steven Universe* [serie de televisión]. Cartoon Network Studios.
- Leon, A. [Phantasmagoria-crow] (director) (2003-2006). *Mario Brothers* [archivo de animación]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/107784>
- Lowood, H., & Nitchse, M. (2003). *The Machinima Reader*. MIT Press.
- Miniclip (distribuidora) (2007). Bush Shoot-Out (juego online) [videojuego]. Miniclip. <https://www.miniclip.com/games/bush-shoot-out>
- McMillen, E., & Refenes, T. [Bluebaby & dannyBstyle] (diseñadores) (2008). Meat Boy (juego online) [videojuego]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/463241>
- McMillen, E., & Refenes, T. [Bluebaby & dannyBstyle] (diseñadores) (2010). Super Meat Boy [videojuego para ordenador]. Team Meat.
- Naughton, J. (2016). The evolution of the Internet: from military experiment to General Purpose Technology. *Journal of Cyber Policy*, 1(01), 5-28. <https://doi.org/10.1080/23738871.2016.1157619>
- Pajot, L., & Swirsky, J. (directores) (2012). *Indie Game: The Movie*. BlinkWorks Media.

- Renaud, C. (director) (2012). *The Lorax* [Película]. Illumination Entertainment; Dentsu.
- Rosenberg, J., & Stein, B. (productores). (2000-2002). *Gotham Girls*. Noodle-Soup Productions. [https://archive.org/details/softwarelibrary\\_flash\\_gothamgirls](https://archive.org/details/softwarelibrary_flash_gothamgirls)
- Roszak, M. [matt-likes-swords] (diseñador) (2009). *Epic Battle Fantasy* [videojuego *online*]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/493714>
- Roszak, M. [matt-likes-swords] (diseñador) (director) (2004). *Black Mages* [archivo de animación]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/176282>
- Ryerson, L. (2014, junio 20). *Indie Entitlement*. <http://ellaguro.blogspot.com/2014/06/indie-entitlement.html>
- Sakaguchi, H. (director) (1994). *Final Fantasy IV* [videojuego, versión para consola]. Square.
- Saltsman, A. (diseñador) (2009). *Canabalt* [videojuego para ordenador]. Finji; Kitteface Software.
- Solem, R. [Randy-Solem] (director) (2003). *Rise of the Mushroom Kingdom* [archivo de animación]. Newgrounds. <https://www.newgrounds.com/portal/view/610276>
- Steele, J. [FilmCow] (director) (2005-2021). *Charlie the Unicorn* [serie de animación]. Youtube. <https://www.youtube.com/playlist?list=PL-94555807213983FB>
- Tezuka, T. (director) (1992). *The Legend of Zelda: A Link to the Past* [videojuego para consola]. Nintendo.
- Warren, C. (2012, noviembre 19). *The Life, Death and Rebirth of Adobe Flash*. Mashable. <https://mashable.com/2012/11/19/history-of-flash/?europa=true>

# OBRA DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay

# El videojuego como campo de batalla: Estudio de caso de Rusia

*The video game as a battlefield: Russia case study*

*O videogame como campo de batalha: um estudo de caso da Rússia*



ARTÍCULO



**Jose Antonio Moya Martínez**

Universidad Complutense de Madrid (España)

Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid.

moyamartinez.ja@gmail.com  
orcid.org/0000-0002-6898-0717

RECIBIDO: 05 de septiembre de 2021 / ACEPTADO: 07 de febrero de 2022

## Resumen:

Este artículo analiza la relación del ocio videolúdico con los propios actores gubernamentales del Estado ruso empleando una metodología holística basada en el socialconstructivismo, el neoinstitucionalismo y la estética. Como resultado se aprecia el empleo del videojuego como una herramienta de memoria y *soft power* cuya intención es construir una narrativa acorde a la política exterior del país, reaccionaria a la occidental.

## PALABRAS CLAVE:

Memoria estética, Diplomacia pública, Narrativa, Federación Rusa, Videolúdico.

## Abstract

This article analyzes the relationship between videoludic activities and the actors of the government of the Russian Federation using a holistic methodology based on social constructivism, neo-institutionalism and aesthetics. As a result, we can point to the use of video games as a tool of memory and soft power, whose objective is to build a narrative in accordance with the foreign policy of the country, reactionary to Western policies.

## KEY WORDS

Aesthetic memory, Public diplomacy, Narrative, Russian Federation, Videoludic.

## Resumo

Este artigo analisa a relação do videolúdico com os próprios atores governamentais do Estado russo utilizando uma metodologia holística baseada no construtivismo social, o neoinstitucionalismo e a estética. Como resultado, aprecia-se o uso do videogame como ferramenta de

memória e *soft power* cuja intenção é construir uma narrativa de acordo com sua política externa, reacionária à ocidental.

## Palavras-chave

Memória estética, Diplomacia pública, Narrativa, Federação Russa, Videolúdico.

## 1. INTRODUCCIÓN: EL VIDEOJUEGO COMO CAMPO DE BATALLA POLÍTICA

El discurso estratégico está compuesto por diferentes prácticas y permite representar las políticas de seguridad, una parte importante del discurso de identificación (Shapiro, 1990, pp. 330-331). Comenzar con esta idea no es casual, ya que permite considerar la seguridad como un elemento componente del discurso de la identificación y describir diversos mecanismos.

Los videojuegos son un medio de comunicación de masas con consecuencias cognitivas propias (Frasca, 2004, pp. 232-233) y actúan como campos de confrontación, como se apreció en la escalada de tensión debido a la crisis nuclear con Irán (Schulze, 2016, pp. 81-84). Este medio llama la atención a gobiernos y parlamentos. Son ejemplos de ello la filtración de documentos confidenciales por la “veracidad” de un carro de combate en War Thunder (Matas, 2021) o cuando en algunos miembros del Bundestag resonó el intento de compra, por parte de China, de la desarrolladora Crytek, empresa de interés para la defensa alemana por sus programas de simulación (Mössbauer et al., 2021).

Se estudia a Rusia por destacar sobre EE. UU. y China, por su mayor relevancia política respecto de los Estados anteriormente mencionados,

sobre el videojuego. Lo atestiguan miembros de la Duma Estatal, como Sergei Shirokov o Robert Shlegel que, en 2010, abogaban por la necesidad de juegos patrióticos (Taranova, 2010). No solo la Duma Estatal mencionó esta necesidad, es un asunto transversal en el Ejecutivo. Ilustrando lo anterior, el ministro de Comunicaciones y Medios de Comunicación, Alexei Volin, coincidiendo con la celebración del 70.º Día de la Victoria inauguró un torneo de *World of Tanks* (Wargaming, 2010) en el año 2015 diciendo:

World of Tanks no es solo uno de los juegos de ordenador más populares, es también una importante herramienta para la historia y la educación patriótica de los ciudadanos. Pronto la mitad de los jugadores comenzarán a mostrar interés por la historia de la Gran Guerra Patriótica. [...] La mayoría de las victorias en el juego son portando tanques soviéticos (Ministerio de Desarrollo Digital, Comunicaciones y Medios de Comunicación de Masas [Minkomsvyaz], 2015)

En el Ministerio de Defensa también se denominó «campo de batalla» al videojuego a través de Andréi Kartapolov, viceministro de Defensa y jefe de la Dirección Principal de Asuntos Político-militares:

La saga de *Metal Gear* es un proyecto especial de las agencias de inteligencia estadounidense para manipular y



alienar a la sociedad contra las autoridades. Kartapolov argumenta que la próxima batalla entre las superpotencias se librará en internet y que los juegos son otra arma más. [...] Kartapolov ha destacado el uso de estas armas virtuales como los nuevos elementos de la guerra moderna. (González, 2019)

María Zajárova, portavoz del Ministerio de Exteriores de la Federación Rusa, declaró sobre los videojuegos:

Comenzaron con la confrontación del hombre contra monstruos, criaturas alienígenas. Ahora los juegos de ordenador distribuyen directamente los roles entre países y pueblos, en los que personajes con símbolos de una nación deben destruir a las personas que a su vez simbolizan otro Estado. [...] La industria del entretenimiento moderno enseña a los niños, la generación más joven, que eso es lo normal. (Figueredo, 2019)

Se aprecian dos elementos fundamentales en las declaraciones públicas citadas: los valores y el rol (neorrealista) del Estado. Primero, se observa la importancia de los valores y la idealización de un pasado glorioso, que se presenta ante la ciudadanía rusa como la fuente de valores a proteger y se relata con la Gran Guerra Patria como principal escenario, donde el elemento de comunicación estratégica transmite ciertos mensajes: la guerra como un pseudo-mito fundacional del papel de Rusia y como un acontecimiento vertebrador del nacionalismo (especialmente, a través del ejército), la presentación de la frontera occidental de la Unión Soviética, zona hostil, así como el reivindicar su narrativa contra Occidente; aunque esto se relaciona con la segunda postura. Lo descri-

to aparece en series como *Men of War* (2009-2019) o *Ilya Muromets* (777 Studios, 2014). En ambos ejemplos hay elementos que permiten crear una memoria. Pero, en la figura 1 la continuidad entre la bandera del Imperio y la actual Federación transmite la historia del Imperio y sus logros, legítimamente, en un ambiente transmisor de veracidad.

**Figura 1**

*Ilya Muromets*



Fuente: Tomado de Steam (777 Studios, 2014).

Otra tendencia extraída de las declaraciones concierne al discurso del rol internacional de los Estados en los videojuegos, donde destaca la especial virulencia del discurso “oficialista”, opuesto a la narrativa occidental. El caso más sonado es *Syrian Warfare* [SW] (Cats who play, 2017) por haber desatado una gran polémica, ya que incluso llegó a hablarse de una conspiración del Ejército Libre Sirio contra el juego (Redacción Sputnik, 2017). En él destaca el realismo de los vehículos (de origen ruso) y unidades, que se reproducen gracias a un permiso de las Fuerzas Armadas; lo cual muestra la relación existente entre la industria y el Estado. (Moreno & Venegas, 2020). SW intenta alcanzar una verosimilitud contando la historia como es, al menos desde la perspectiva de los desarrolladores. Como producto cultural posee una clara intención en el mensaje buscado (Suárez, 2021), como reducir a un bloque homogéneo al enemigo, representado como terroristas, que engloba a toda la oposición al régimen sirio. Pero este juego tiene un mensaje común en las estrategias de seguridad nacional: el concepto de seguridad y la consecuente paz, gracias a lo anterior. Tanto *Syrian Warfare* como

*Confrontation: Peace Enforcement* (Red Ice Software, 2008) o *Alpha: Antiterror* (MiST Land-South, 2005) comparten la narrativa, en escenarios presentados como verosímiles (en la Figura 2 se aprecia un muyahidín con pakol), de que es Rusia, a través del Ejército quien otorga seguridad y paz, por ejemplo, el último título descrito como:

Terrorismo. Su objetivo no es el que se convirtió en la víctima, sino el que sobrevivió. Su objetivo no es un asesinato sin sentido, sino una intimidación bien pensada de la sociedad. Es una guerra que no se puede perder. [...] Usted es un luchador de la unidad especial de élite Alfa, creada para luchar contra las bandas extremistas. Afganistán, Chechenia, el desfiladero de Pankisi, las cuevas de Tora Bora: donde quiera que el terrorismo haya encontrado un terreno fértil, donde los fanáticos hayan cruzado el umbral de la humanidad [...]. (MiST Land-South, 2005)

Pues bien, como se ha visto, los videojuegos son un instrumento (aunque en cierta medida desaprovechado) empleado por el discurso estratégico ruso y por sus características de simulación representa atractivamente el poder más duro, aunque enmarcado en el *soft power* de un Estado:

La habilidad de establecer preferencias que son asociadas a bienes intangibles como la personalidad, cultura, valores políticos e instituciones y políticas que son legítimas o tienen una autoridad moral. [...] Es la habilidad de atraer y atraer siempre el liderazgo consentido. Simplemente poner, en términos de comportamiento, el poder blando como poder atractivo. (Nye, 2004, p.21)

**Figura 2**

*Muyahidín representado como terrorista.*



*Fuente: (MiST Land-South, 2005)*

A pesar de estudiar el concepto de *soft power* en el caso de Estados Unidos Moreno y Venegas (2020, pp. 163-184), no olvidemos que de él deriva un concepto similar con cierto matiz que lo hace diferente. La diplomacia pública contiene un objetivo: la opinión pública, la empresarial y la sociedad civil, por lo que proyecta valores y posiciones propios (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2020). No debe ignorarse que el concepto de la diplomacia pública es proactivo y sostenido en el tiempo, con una audiencia objetiva de carácter internacional y la capacidad de generar un determinado ambiente aunque no será efectiva si no se integra en una política mayor (Lord, 2009, pp. 43-60). Para Lord tiene un marcado carácter transversal al participar fuerzas no estatales que contribuyen al poder nacional (2009), en este caso, las diferentes desarrolladoras. La dimensión de la diplomacia pública con mayor hincapié en este estudio es la diplomacia digital definida como “La estrategia de gestión del cambio a través de herramientas digitales y colaboración virtual [...] con TIC y comunidades *online*” (Holmes, 2015, p. 15)

Llaman la atención dos dimensiones que comparten el *soft power* y la diplomacia pública: la presencia de los valores políticos y la cultura. ¿De dónde emanan estos valores? ¿Cómo los productos culturales [videojuegos] se impregnan de valores, discursos e ideas defendidas y

definidas por las instituciones estatales? Existen estudios referentes a cómo los videojuegos adoptan el discurso militar (Venegas, 2021, pp. 185-190) pero también del hecho de que se producen intercambios entre los diferentes actores a través de unos mecanismos específicos (Scharpf, 1997) y los videojuegos son productos culturales desarrollados por personas que transmiten sus marcos de pensamiento, como bien indica Suárez (2021). Estos mensajes se transfieren en un entorno de poder multinivel en el que se intenta imponer un marco cuyo éxito depende del poder que ejerza el actor mediante la creación y la manipulación de las imágenes (Castells, 2009) integradas en el discurso estratégico. La pregunta que resta hacerse es: ¿Cuáles son las principales imágenes y qué implicaciones tienen en el discurso estratégico ruso?

## 2. METODOLOGÍA

### 2.1. OBJETIVOS Y MARCO TEÓRICO

El objetivo general [OG] del que se parte es el análisis del empleo del videojuego como herramienta política del Estado ruso.

Del OG derivan tres objetivos específicos: investigar el videojuego como ejercicio de diplomacia pública por parte de la Federación Rusa; ahondar en el papel que el videojuego cumple respecto a una identidad (integrada en el discurso estratégico) y, finalmente, el intentar dilucidar cómo la industria vídeolúdica adopta un discurso determinado y emanado de las instituciones.

Vistos los objetivos a los que daremos respuesta, y sabiendo la complejidad subyacente del análisis del videojuego (la rejugabilidad, condiciones propias de la simulación, etc.) como

producto cultural, el marco teórico debe ser interdisciplinar y ecléctico.

Para tal fin, el marco teórico adoptado se basa, por una parte, en los aportes del socialconstructivismo, teoría de las relaciones internacionales que analiza los aspectos intangibles de las políticas. El giro constructivista implica el análisis del contexto internacional, así como de los intereses que se encuentran en el discurso y el poder de este. La teoría socialconstructivista permite identificar los elementos significativos a partir de características sociales e históricas propias y el acento en el grupo social, apreciar unas ideas articuladas con el discurso o indirectamente a través de códigos (Skolimowska, 2017 pp. 185-190). Estas ideas se fundamentan en identidades (Ibáñez, 2015, pp. 189-218). Esto es importante debido a que dichos códigos se plasman en sensibilidades que predominan en ciertas sociedades por lo que el marco de referencia condiciona la percepción (Sequeiros et al., 2022); algo que se complementa con la textualización.

Lo intertextual permite analizar las representaciones características (Cornago, 2015) y posibilita la apreciación del significado político a través de prácticas representativas (Bleiker, 2001). Se aprecia gracias al análisis de los “vacíos” entre significado y significante, radica en la importancia de convicciones y legitimidades (Bleiker, 2017) y además da la oportunidad de analizar el videojuego como forma de memoria estética, reproducción verosímil de imágenes y su asimilación con otros productos culturales (Venegas, 2020, p.5).

Una vez establecido el marco teórico que permita analizar el corolario de ideas y sus representaciones en el ocio vídeolúdico, se menciona el institucionalismo centrado en actores porque esta teoría pone su acento en el nivel micro, en preferencias de los actores y en cómo

estos están insertos en un marco institucional que les afecta y condiciona (Zurbriggen, 2006). Se explorará cómo el ocio videolúdico ruso se impregna del discurso institucional "oficial" en los aspectos condicionados por las instituciones.

Por último, se precisan aportaciones teóricas propias de los *game studies*, en los que se encuentran diversos elementos como la retórica procedural, a saber la construcción de argumentos a través de procesos. Bogost (2007) con su retórica procedural resalta la importancia del estudio de las mecánicas en los videojuegos, ampliada en los trabajos de Oliver Pérez (2012), ya que este aporta nuevas dimensiones de estudio: lúdico-significativa, narrativa y enunciativa, algo fundamental para comprender el ocio videolúdico desde una perspectiva holística. Finalmente, en un aporte íntimamente ligado a las relaciones internacionales, encontramos a varios autores resumidos en esta idea:

El juego provee un suelo fértil sobre el que explorar todos los días las políticas globales. [...] El juego se alinea y proporciona un vocabulario útil para las tradiciones teóricas en las RI [Relaciones Internacionales] que buscan explorar modos de devenir que problematizan y resisten al Ser concreto. (Hirst, 2019, pp. 7-10)

## 2.2. METODOLOGÍA

Como se advierte, los *game studies* carecen de una metodología uniforme, por lo que en esta investigación asumimos la necesidad de ser eclécticos e innovadores para poder dar respuesta a los objetivos planteados.

La metodología empleada es, principalmente, cualitativa y en ella se utilizan elementos semio-ludológicos de otros autores pero, adap-

tados a la problemática estudiada. A lo anterior se suman diferentes aportaciones metodológicas concretas de los *game studies* ya esbozadas; así como elementos de análisis del giro estético; se atiende al vacío entre significante y significado, rellenado por unas ideas políticas concretas por lo que se conciben las representaciones como un acto de poder (Bleiker, 2001, pp. 512-513).

Esta metodología, de carácter principalmente inductivo, permite analizar mediante un cuadro semiótico las principales relaciones del discurso estratégico de Rusia, compuesto por los análisis discursivos de fuentes periodísticas oficiales, afines al Gobierno ruso, *think tanks* y las expresadas en el aspecto enunciativo-narrativo-significativo de los videojuegos examinados. Mientras que los elementos semio-ludológicos facilitan el análisis del producto cultural examinado (videojuegos; se codifican en la Tabla 1 variables correspondientes a las dimensiones memorísticas, institucionales y de diplomacia pública), la textualización complementa el análisis citado y lo verifica a través de las prácticas representativas. Finalmente, la lógica situacional será el método que permita observar el modo de interacción del sistema institucional-videolúdico, aunque esta lógica se apoyará también en el (neo)tecnacionalismo (cooperación público-privada con el fin de favorecer los intereses nacionales) indicada por Yamada (2000).

Las unidades de análisis [UA] que se podrán apreciar en el siguiente apartado no han sido escogidas al azar; responden a un análisis inductivo y han sido seleccionadas, principalmente, por criterio territorial (todas las UA tienen origen ruso o ucraniano) porque los objetivos condicionan tanto la variable independiente como las variantes dependientes. Otro criterio que tener en cuenta ha sido la adecuación de las UA a los objetivos específicos. Aunque se

analizan de manera transversal, en 3 UA se localiza principalmente la narrativa exterior (con sus valores y variaciones a lo largo del tiempo). Además, hay 2+1 (las UA localizadas a la derecha de la tabla) cuyo mensaje se basa primordialmente en acontecimientos históricos apropiados por la narrativa oficial, con la excepción un tercero (ucraniano) que actúa como una unidad de control; se otorga una especial atención a elementos enunciativos-narrativos.

Las variables plasman indicadores concretos basados en metodología con el fin último de responder a los objetivos propuestos; existe interrelación entre ellas en tanto que variables como la referida a los valores, elementos de memoria estética o la intención de veracidad. Buscan, principalmente, responder al objetivo específico más concreto de la identidad, sin embargo, no son estancos y están íntimamente ligados a su integración en otras estrategias (con clara vinculación al objetivo sobre el posicionamiento internacional) o con la cercanía narrativa y sus beneficios (que específicamente buscan explorar la adopción del discurso). Esta vinculación se apreciará claramente la Tabla 1.

### 3. RESULTADOS

Comenzando por el caso de *Men of War*, esta saga de videojuegos de 1C se publicó al tiempo que la Duma Estatal establecía una mesa redonda sobre el papel de los juegos en la formación de valores. Aquí, incluso las mecánicas parecen favorecer un intento de representación mimética en clara búsqueda de una veracidad, algo que se puede apreciar, por citar un ejemplo, en la representación de las unidades del ejército rojo. Pero los elementos de estética van más allá y se puede apreciar simbología soviética en la interfaz del juego. Además, el propio diseño

de misiones tiene un significado político que trasciende la representación mimética y transmite las ideas de la memoria oficial.

El “escenario de victoria” diseñado en las misiones de toda la saga es doble, por lo que la veracidad se intenta alcanzar a través del mundo fingido, imitando acontecimientos históricos como la batalla de Kursk; la Segunda Guerra Mundial se emplea como mito legitimador. La experiencia derivada del *gameplay* aún con cierta variación está previamente prescrita; a través de la veracidad en la representación se transmite el mensaje nacionalista (a través del ejército). Lo anterior se puede apreciar en la Figura 3; la bandera, la Orden de la Guerra patriótica (menú desplegable que permite la obtención de mejores tropas), los famosos T-34 e incluso un transporte de la guardia, representación de un M3A1 americano pero sin ese nombre y con la estrella roja, quizá en una sutil referencia a La ley de Préstamo y Arriendo. No se debe pasar por alto que, en la actualidad, el ejército sigue empleando la bandera roja o la estrella como escarapela. Otro elemento fundamental del mensaje nacionalista y que se puede extrapolar al argumento de la seguridad presente en el discurso estratégico es que en el mundo representado en el videojuego, donde no hay rastro de ningún civil, el ejército rojo no puede, ni por error cometer crímenes, algo presente también en SW, CPE o AA.

Figura 3

Batalla de Kursk en MoWAS2



**Tabla 1**

*UA y variables*

Variables	Opciones	Syrian Warfare [SW]	Confrontation: Peace Enforcement [CPE]	Alpha: Anti-terror [AA]	Men of War [MoWAS2]	Strategic Mind: Blizkrieg [SMB]	Ilya Muromets [IM]
Gran Guerra Patria	1.No 2.Si	1	1	1	2	2	1
Nacionalismo a través del ejército	1.Nula 2.Baja 3.Media 4.Bastantes 5.Altas	5	5	5	5	1	4
Elementos de memoria estética	1.Nula 2.Baja 3.Media 4.Bastantes 5.Altas	5	3	3	5	1	3
Presencia de valores defendidos en estrategias	1.Nula 2.Baja 3.Media 4.Bastantes 5.Altas	5	5	5	5	1	5
Cercanía narrativa a las instituciones	1.Nula 2.Baja 3.Media 4.Bastantes 5.Altas	5	5	5	5	1	5
Intención de veracidad	1.Nula 2.Baja 3.Media 4.Bastantes 5.Altas	5	2	5	4	2	5
Integración en otras políticas	1.No integrada 2. Parcialmente integrada 3.Integrada	2	2	2	3	1	3
Financiación-beneficios/iniciativa pública	1.No/desconocido 2. Financiado-beneficiado	2	1	2	2	1	2

El poder atractivo del ejército es mayor que la iconografía debido a que permite seleccionar unidades individualmente; esto es común en la mayoría de las UA, pero concretamente en *Men of War: Assault Squad 2 (MoWAS2)* se pueden describir características básicas: tendrán nombres y apariencia típicamente rusos: se obviará cualquier otra nacionalidad que componga la URSS/Rusia, con lo que se generará un bloque homogéneo. Normalmente, el retrato será una silueta oscura; cualquier persona, incluso el jugador, podría ser el soldado. Se obvia el papel de la mujer. Por último, cualquier soldado resistirá en su posición hasta que reciba una orden contraria; esto es una característica en la microgestión de las tropas en cualquier juego RTS. Desempeña un papel como narrativa de la historia oficial y refuerza el escenario de victoria, defensivo en un doble sentido: Rusia defiende al mundo del mayor mal, al tiempo que transmite el sacrificio por el colectivo; la mecánica de las oleadas forzará a que resista más quien defienda posiciones exteriores, aunque suponga una complicación mayor.

Esta proximidad a los valores defendidos por los políticos se explica también en términos de poder atractivo al emplearse como elementos narrativos. Lo anterior permite comparar el juego con la orden 227, estéticamente representada desde una perspectiva occidental como fusilamientos dentro del propio bando soviético, algo que llevó a la retirada de *Company of Heroes 2* (Relic Entertainment, 2013) (Otero, 2017).

*MoWAS2* fue publicado coincidiendo con la crisis de Crimea y, como se ha visto, en estética y narrativa se encuentran desde los discursos en la Duma Estatal sobre memoria histórica (Duma Estatal, 2020) a los valores de la memoria histórica del Club Valdai, donde se reconoce el conflicto con las narrativas occidentales (Bababanov, 2020).

Los valores rusos no pueden entenderse sin el proceso de nacionalismo de renovación, en la era Putin se redefinió el papel de la URSS en la 2ª Guerra Mundial y en los videojuegos, por ejemplo, *MoWAS2*. El pasado de la URSS es apropiado, por el nacionalismo ruso y traducido en unos “valores rusos”; se articulan y legitiman, principalmente, con los símbolos y el papel del ejército que actúan como garantes del *statu quo* ante cualquier intento de revisionismo (Duma Estatal, 2020).

Sin embargo, no está integrada en el crisol de políticas públicas que apoyan esta memoria como se puede apreciar en el hecho de que no forme parte del proyecto de educación patriótica del Ministerio de Educación o en la infinidad de proyectos de memoria del Ministerio de Defensa. Existe una subordinación de la industria (consciente del lugar que ocupa dentro de la lógica situacional) al gobierno como se aprecia en Jenkins (2010). Estas posiciones se hacen más palpables cuando a esa lógica se añaden elementos tecnonacionalistas; aquellos videojuegos que añadan la narrativa oficial tenderán a verse beneficiados, bien económica o técnicamente, o bien evitando cierto nivel de censura. Ejemplos de este estilo se pueden apreciar en las UA analizadas, proyectos directamente cofinanciados por la Sociedad Historia Militar Rusa; un ente público que, en cooperación con desarrolladoras y publicadoras privadas (1C especialmente) dalugar a diferentes videojuegos como el citado *IM*.

La iniciativa privada de las empresas, como se ha indicado, refuerza directa o indirectamente la narrativa oficial gracias a un juego de sumas. Las desarrolladoras que se adhieren a la narrativa oficial obtienen beneficios como el desarrollo de simuladores militares (Jenkins, 2010), la compra de desarrolladoras por el SberBank (perteneciente al Banco Central) (Tadviser, 2021) o, en diferentes maneras de apoyo técni-

co que favorece la “veracidad” de la representación visual, por ejemplo el acceso a documentos históricos como ocurre en *IM* (Horth, 2014) o *AA* que contó con el asesoramiento del CSN FBS de Rusia, centro del que dependen las unidades antiterroristas (Aleksándrov, 2005).

Esta relación produce que las desarrolladoras que adoptan el discurso oficial sufran una doble tensión cuando adoptan su discurso e ideas que directa o indirectamente transmiten plasmadas en el entorno y los “arreglos”. El primero, condiciona desde la capacidad de forzar la retirada de un juego de mercado mediante la censura a la condición de incluir o no a este ocio como elemento del programa de economía digital (Centro Analítico del Gobierno de la Federación Rusa, 2020). El segundo, el arreglo institucional, determina las constelaciones y los modos de interacción, por el modo de relación jerárquico-asimétrica *de facto* (presencia de actores como el Roskomnadzor, la Duma, la oficina presidencial, las desarrolladoras, el Ministerio de Desarrollo Digital, Comunicaciones y Medios Masivos [MDDCMM], entre otros). El MDDCMM es fundamental, al generar la mayoría de actividad regulatoria así como el recomendar el apoyo mediante la inclusión de proyectos de las desarrolladoras en la lista de tecnologías de la información prometedoras; en el proyecto “Seguridad de la información” se recogen mundos virtuales y de tecnología aumentada.

Estas tensiones anteriormente descritas se plasman en la constelación de actores, entendida como la estrategia de los actores, que derivará en estrategia de acomodación; los actores deben adecuarse al entorno. Aquí se puede apreciar la respuesta reactiva (considerándola un campo de batalla narrativa) que se genera al añadir la UA de control. El simple hecho de jugar invadiendo la URSS y violar esa memoria estética vinculada al discurso oficial

deriva en que el propio Kremlin lo califique de propaganda antirrusa e incluso nazi (Redacción de *Sputnik*, 2020 en relación con *Strategic Mind: Blitzkrieg*), algo que vincula un juego ucraniano con su gobierno (y legitima las acciones actuales a través de imágenes pasadas) al considerar Rusia a Ucrania como un país gobernado por nazis rusófobos (Consejo de Seguridad, 2022, p2): los valores rusos son atractivos en tanto que son protectores y ofrecen seguridad dentro de la veracidad buscada en la memoria estética, hasta llegar al extremo de acusar a tres jóvenes de entrenar para atentar contra el FSB a través del juego *Minecraft* (Mojang Studios, 2011) (Aleksandrov et al., 2021).

Hasta aquí se ha visto la importancia de la memoria estética, debiéndose leer esta narrativa como un triunfo de la escuela nacionalista de política internacional ya que, la política identitaria que se plasma como memoria estética es una herramienta de la narrativa internacional rusa.

La política exterior rusa y su narrativa están basadas en la doctrina Primakov y por ende, ligadas al prestigio de ser una gran potencia además de su necesidad de hegemonía en el espacio postsoviético en un mundo multipolar (Morales, 2018).

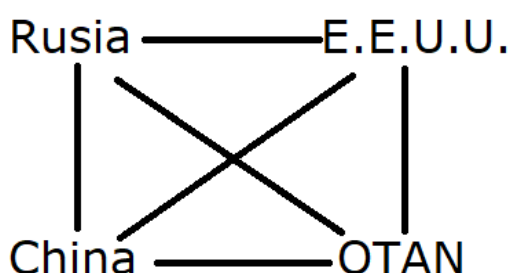
Lo anterior se puede apreciar desde *casual games* como *Modern Conflict [MC]* (Gaijin Entertainment, 2010), juego cuyas facciones jugables se pueden traducir en el cuadro semiótico de la narrativa exterior rusa (Figura 4). Internamente se presenta la idea de Rusia como gran potencia al situarla en una relación de confrontación directa con EE. UU., actual primera potencia mundial, al tiempo que hay relación de negación entre Rusia y la OTAN, algo muy presente en el conflicto ucraniano. Aunque no es lo óptimo en su política exterior, Rusia no teme el enfrentamiento verbal directo con



EE. UU. como ha manifestado en multitud de ocasiones el propio Putin, sus ministros (especialmente de Exteriores y Defensa) o algunos medios afines como el periódico *Sputnik* al defender la “inutilidad” (Benítez, 2019) o la agresividad (Reid, 2021) de la OTAN (especialmente por la percepción de amenaza en su expansión hacia Georgia o Ucrania). Esta confrontación ha llegado a la ridiculización del material bélico norteamericano como ocurrió con el reciente trailer de *Battlefield 2042* (DICE, 2021), donde descontextualizando una escena del trailer lo presentaron como un ridículo enfrentamiento entre un F-35 “inservible” y un Su-57 (Redacción de *Sputnik*, 2021). Por último, la relación entre Rusia y China es complementaria (estratégica y de interés, presente en la doctrina Primakov) ya que niega la hegemonía de los estadounidenses y es contraria a la OTAN, con lo cual refuerza el elemento multipolar estratégico.

**Figura 4**

*Cuadro semiótico de la geopolítica rusa.*



Referente al *soft power* videolúdico, el cuadro semiótico permite sustituir a Rusia por el concepto “seguridad internacional - humanitarización”, a China como “complemento de seguridad” en oposición a la “inseguridad”, que sustituiría a EE. UU. y lo “moribundo” o “agresivo”, que sustituiría a la OTAN. El videojuego no es ajeno a esta sustitución.

La diplomacia pública/electrónica y el *soft power* tienen en Rusia la peculiaridad de ser una vertiente interna y externa cuyo fin es consolidar a la élite como indica María Pérez (2020, p. 5).

Georgia supuso el punto de inflexión al intentar integrar ambas herramientas en la “guerra informativa” y el videojuego no fue ninguna excepción.

En *CPE* se muestra de forma satírica uno de los principales vectores: el cáucaso, una guerra que sirvió al Kremlin (mezclando medios de poder blando y duro) para romper el cinturón de la OTAN en su vecindad, mostrar los instrumentos de intervención híbridos y reforzar su influencia en el GUUAM (Gándara, 2018 pp. 45-65). Se transmitía con una estética colorida y burlesca (como se aprecia en la Figura 5) “que no debe tomarse demasiado en serio” (Dyomin, 2008). Sin embargo, la guerra se inició por culpa de Georgia y las oscurantistas naciones que componen la OTAN, principalmente una Polonia y Ucrania rusóforas. Por tanto, se refuerza el discurso estratégico ruso al ser amenazando tanto este país como los valores recogidos en las doctrinas estatales, al intentar justificar la presencia rusa en el Cáucaso al igual que Medvedev; como fuerzas de paz, mostrando incluso en la fecha de publicación una gran sincronía con las necesidades políticas.

**Figura 5**

*Carátula: CPE*



*Fuente: Red Ice Software, 2008.*

Quizás el mejor ejemplo de integración entre la política exterior, la diplomacia pública y *soft power* esté en el último campo de batalla: Siria.

En SW se encuentra (en un esfuerzo por atraer a público extranjero) el principio de relaciones bilaterales dentro de un sistema multipolar, fuente de seguridad. El mensaje que se transmite es el de combatir al terrorismo internacional proporcionando seguridad física y humanizando la misión. Todo esto se realizará permitiendo la expansión de las capacidades rusas y apoyando al régimen sirio con una fiel defensa de la unidad, independencia e integridad territorial de Siria (Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación Rusa [MAE], 2016). Rusia será el único verdadero apoyo del jugador en un entorno hostil y se adapta la narrativa oficial de que los países occidentales nunca participaron contra el "terrorismo en Siria". No obstante, es innegable el interés ruso por la implicación del terrorismo en sus territorios del Cáucaso y el espacio postsoviético de Asia Central.

Los principios, anteriormente enunciados, se aprecian como ejes transversales de la estética de las figuras 6, 7 y 8. Destaca la Figura 8: un "soldado estándar" con cierta heroicidad, transmite la visión rusa del mundo; Rusia es ese soldado que da seguridad y alimento.

Como se ha visto, estos videojuegos transmiten códigos que se podrían condensar en la idea de que el mundo es amenazante e interfiere en los asuntos de Rusia con nuevas armas: el espacio y la información (presidente de la Federación Rusa, 2021). Por lo anterior, estos juegos deben presentar elementos de la doctrina Gerasimov-Primakov como, por ejemplo, la importancia del liderazgo ruso en el espacio postsoviético y, por tanto, las constantes críticas a los intentos de expansión de la OTAN (visible en *CPE*). Otra idea fundamental en SW es la expansión de las capacidades rusas, es-

pecialmente del poder duro y la defensa de la multipolaridad (Rumer, 2019, pp. 3-9), espacio en el que se valora la información y el ciberespacio como campo de batalla al poderse erosionar el liderazgo político y la opinión pública a través de ellos (Colom, 2018, p. 30). Otra idea fundamental que demuestra la UA de control es el empleo de la memoria estética y su componente de "veracidad" como elementos legitimadores de las actuales decisiones que afectan a la política exterior de Rusia.

**Figura 6**

*Ayuda humanitaria*



*Fuente: RupyTV*

**Figura 7**

*Alepo, la ayuda ya ha llegado*



*Fuente: Augusto Ferrer-Dalmau*

**Figura 8**

*Sirian Warfare*



Fuente: *(Cats who play, 2017)*

## 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En definitiva, el discurso estratégico de la Federación Rusa emplea el ocio videolúdico como una herramienta política del Estado ruso. Para Rusia, como se ha visto anteriormente, la seguridad es parte integrante de su narrativa, por lo que se tenderán a legitimar las acciones en la política exterior conforme al argumento de que ofrecen seguridad y un legítimo cuestionamiento del régimen unilateral.

Para ello, se ha construido toda una memoria estética que se instrumentaliza tanto para la opinión pública interna como para la externa, y se llegan a encontrar casos como denominar “fascista” a un gobierno en la sede del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, algo que previamente ya habían realizado con un juego que “vulneraba” la memoria estética oficial. Esta veracidad de imágenes creadas lo aproxima también a la construcción nacionalista china detallada por Moreno (2021, pp. 49-77), a la victimización del país (guerra sino-japonesa y Segunda Guerra Mundial) a raíz de un acontecimiento histórico que se mitifica a través de la narrativa oficial, se asocia a unos valores concretos y en la actualidad se emplea para legi-

timar acciones en la política exterior de estos Estados.

Esta instrumentalización y, consecuentemente, el elemento reactivo en caso de negación de la narrativa oficial muestra la importancia de los códigos que se transmiten en una lógica interna de cohesión social y al mismo tiempo, en la búsqueda de aplicar la doctrina exterior. Esto se puede entender teniendo en cuenta el concreto enfoque del *soft power* ruso como indica María Pérez (2020, pp. 4-7), también recogido en la estrategia de seguridad nacional (2021), la doctrina de seguridad de la información de la Federación Rusa (2016) y la concepción de la política exterior (2016).

La transmisión de estos códigos se ve favorecida por la estrategia de acomodación de la industria que se localiza entre la aceptación de la narrativa y la autocensura, algo que ya estudió Castells (2009, pp. 354-365) en referencia a los medios tradicionales. La acomodación de los medios es fundamental para comprender el empleo de los videojuegos como herramienta de *soft power*; la literatura que desarrolla el papel del ocio videolúdico sobre esta problemática es amplia (Moreno & Venegas, 2020; Moreno, 2021; Venegas, 2021; Schulze, 2016; Goodfellow, 2016). En todos ellos subyace la idea de que a sus códigos se asocia una estética y valores a través de una militarización idealizada y normalmente de manera maniquea. A lo largo de este texto se ha expuesto que Rusia, especialmente en lo referente a su seguridad e identidad, actúa como un caso paradigmático.

## REFERENCIAS

- Aleksandrov, A., Ralev, K., & Scollon, M. (2021, mayo 05). *‘Minecraft Terrorism’ Case Casts Russian Teens Into Legal ‘Nether’*. Radio Free Europe Radio Liberty. <https://www.rferl.org/a/russia-minecraft-teens-terrorism-legal-nightmare-fsb-uvarov-mikhailenko-andreyev/31239643.html>
- Aleksándrov, A. (2005, marzo 30). АЛФА: Антитеррор. Igromania. [https://www.igromania.ru/article/4266/ALFA\\_Antiterror.html](https://www.igromania.ru/article/4266/ALFA_Antiterror.html)
- Barabanov, O. (2020, mayo 07). *Images of War in Historical Memory*. Valdai Discussion Club. [https://valdaiclub.com/a/highlights/images-of-war-in-historical-memory/?sphrase\\_id=1361573](https://valdaiclub.com/a/highlights/images-of-war-in-historical-memory/?sphrase_id=1361573)
- Benítez, J. (2019, diciembre 10). OTAN: cumple 70 años y se asoma a su tumba. *Sputnik*. <https://mundo.sputniknews.com/20191210/otan-cumple-70-anos-1089585339.html>
- Bleiker, R. (2017, enero 01), In Search of Thinking Space: Reflections on the Aesthetic Turn in International Political Theory. *Millennium: Journal of International Studies*, 45(2), 258-264. <https://doi.org/10.1177/0305829816684262>
- Bleiker, R. (2001, diciembre). The Aesthetic Turn in International Political Theory. *Millennium: Journal of International Studies*, 30(509), 509-532. <https://doi.org/10.1177/03058298010300031001>
- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The expressive power of video games*. The MIT Press.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.
- Centro Analítico del Gobierno de la Federación Rusa. (2020, noviembre 24). *Training of video game developers to contribute to digital economy*. <https://ac.gov.ru/en/news/page/training-of-video-game-developers-to-contribute-to-digital-economy-26691>
- Consejo de Seguridad de Naciones Unidas (2022, enero 31). 8960ª sesión. <https://undocs.org/es/S/PV.8960>
- Cornago, N. (2015). Introducción al postestructuralismo para internacionalistas. En C. Arenal y J. A. Sanahuja (Eds), *Teorías de las relaciones internacionales* (219-242). Tecnos.
- Colom, G. (2018). La doctrina Gerasimov y el pensamiento estratégico ruso contemporáneo. *Revista Ejército* (933), 30-37.
- Duma Estatal (2020, enero 14). State Duma intends to fight for the preservation of historical memory. <http://duma.gov.ru/en/news/47505/>
- Dyomkin, D. (2008, noviembre 21). Russian computer game acts out new Georgia war. Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-russia-georgia-game-idUSTRE4AK64D20081121>
- Frasca, G. (2003). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. En Wolf (Ed.), *The Video Game Theory Reader* (pp. 221-235). Routledge.
- Figueredo, E. (2019, junio 18). Los rusos no quieren ser los malos de la película. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/internacional/20191118/471704959115/los-rusos-no-quieren-ser-los-malos-de-la-pelicula.html>

- Gándara, M. (2018, mayo 30). La política exterior rusa en la zona post-soviética: el arco de inestabilidad Báltico-Caucásico. *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE*, 3(1), 45-65.
- González, A. (2019, junio 28). Rusia considera que Metal Gear es un "proyecto especial de la CIA". Vandal. <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350724082/rusia-considera-que-metal-gear-es-un-proyecto-especial-de-la-cia/>
- Goodfellow, C. (2016, abril 01). Game over: is Russia waging war on video games? *The Calvert Journal*. <https://www.calvertjournal.com/articles/show/5893/video-games-war-russia>
- Hirst, A. G. (2019, junio 18). Play in(g) International Theory. *Review of International Studies*, 45, 891-914. <https://doi.org/10.1017/S0260210519000160>
- Holmes, M. (2015). Digital diplomacy and international change management. En C. Bjola y M. Holmes (Eds.), *Digital Diplomacy: Theory and practice*. (pp. 13-32). Routledge.
- Horth, N. (2014, junio 16). World War I flight sim Ilya Muromets coming to PC this year. *GameWatcher*. <https://www.gamewatcher.com/news/2014-16-06-world-war-i-flight-sim-ilya-muromets-coming-to-pc-this-year>
- Ibáñez, J. (2015). Socialconstructivismo: ideas, valores y normas en la política mundial. En C. Arenal y J. A. Sanahuja (Eds.), *Teorías de las Relaciones Internacionales* (189-218). Tecnos.
- Jenkins, D. (2010, mayo 06). 1C seeks Russian government investment. *Gameindustry.biz*. <https://www.gamesindustry.biz/articles/1c-seeks-russian-government-investment>
- Lord, C. (2009). What "Strategic" Public Diplomacy Is. En Waller (Ed.), *Strategic Influence: Public diplomacy, Counterpropaganda and Political Warfare* (pp. 43-60). Crossbow Press.
- Matas, F. G. (2021, Julio 17). *Se la juega a pasar 14 años en prisión para que cambien un tanque de War Thunder*. Vandal. <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350746222/se-la-juega-a-pasar-14-anos-en-prision-para-que-cambien-un-tanque-de-war-thunder/>
- Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021). *Diplomacia Pública*. <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/Diplomaciapublica.aspx>
- Ministerio de Asuntos Exteriores de Rusia. (2016). *Concepción de la política exterior de la Federación de Rusia*. [https://www.mid.ru/es/foreign\\_policy/official\\_documents/1538901/](https://www.mid.ru/es/foreign_policy/official_documents/1538901/)
- Morales, J. (2018, septiembre 03). *La comunidad de expertos sobre política exterior en Rusia*. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Moreno, A. C., & Venegas, A. (2020). *Videojuegos y conflictos internacionales*. Héroes de Papel, S.L.
- Moreno, A. C. (2021). *Tecnonacionalismo, guerra digital y videojuegos en China*. Ediciones Complutense.

- Mössbauer, K., Röpcke, J., & Tied, P. (2021, julio 13). *China-Konzern will deutsche Gaming-Firma kaufen*. *Bild*. <https://www.bild.de/politik/ausland/politik-ausland/china-konzern-will-deutsche-gaming-firma-kaufen-wegen-kriegs-simulationssoftware-77067376.bild.html>
- Nye, J. (2004). *Soft Power, the means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Otero, C. (2017, julio 03). Company of Heroes 2 retirado en Rusia. *MeriStation*. [https://as.com/meristation/2013/08/05/noticias/1375728000\\_120527.html](https://as.com/meristation/2013/08/05/noticias/1375728000_120527.html)
- Pérez, O. (2012). *El lenguaje videolúdico. Análisis de la significación del videojuego*. Laertes.
- Pérez, M. (2020, mayo 04). La expansión de la guerra informativa rusa (2000-2018). *Revista Electrónica de Estudios Internacionales*. <https://doi.org/10.17103/reei.39.14>
- Oficina Ejecutiva del Presidente de Rusia. (2021, julio 02). *Estrategia de Seguridad Nacional*. Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 • Президент России (kremlin.ru)
- Comité de Asuntos Internacionales de la Duma Estatal. (2012, diciembre 05). *Doctrina de la Seguridad de Información de la Federación Rusa*. <http://interkomitet.com/foreign-policy/basic-documents/doctrine-of-information-security-of-the-russian-federation/>
- Reid, E. (2021, junio 24). *Russia's Public Diplomacy: Successes, Shortcomings and Suggestions*. Valdai Discussion Club. [https://valdaiclub.com/a/highlights/russia-s-public-diplomacy-successes-shortcomings/?phrase\\_id=1361575](https://valdaiclub.com/a/highlights/russia-s-public-diplomacy-successes-shortcomings/?phrase_id=1361575)
- Rumer, E. (2019). *The Primakov (Not Gerasimov) Doctrine in Action*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/2019/06/05/primakov-not-gerasimov-doctrine-in-action-pub-79254>
- Scharpf, F. (1997). *Games Real Actors Play, Actor-Centered Institutionalism in Policy Research*. Taylor & Francis.
- Schulze, M. (2016). Política Pixels- Virtual Sabre-rattling and the subject "Exodus" in Digital Games. En J. Ebert (Ed.), *Game and Politics* (80-88). Goethe Institut. <https://zkm.de/en/publication/games-and-politics>
- Shapiro, M. (1990, septiembre 03). Strategic Discourse / Discursive Strategy: The Representation of "Security Policy" in the Video Age. *International Studies Quarterly*, 34(3), 327-340. <https://doi.org/10.2307/2600573>
- Sequeiros, C., Puente, H., & Fernández, M. (2022). Persuasión en los videojuegos: la construcción de identidades. *Teknocultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*. 18(1), 33-41. <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.78260>
- Skolimowska, A. (2017). Identity issue in international relations: constructivist approach. *Athenaeum*, 56, 180-192. DOI: 10.15805/athenea.2017.56.11
- Suárez, A. (2021). El videojuego como transmisor de ideas sociales y políticas. En A. C. Moreno y S. Gómez-García (Eds.), *Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico*. (37-54). Trea.

- Sputnik* (redacción). (2021, junio 14). Video: un surrealista combate aéreo entre un F-35 y un Su-57 sorprende a los internautas. <https://mundo.sputniknews.com/20210614/video-un-surrealista-combate-aereo-entre-un-f-35-y-un-su-57-sorprende-a-los-internautas-1113206236.html>
- Sputnik* (redacción). (2020, junio 03). El Kremlin considera propaganda nazi el videojuego de estrategia Strategic Mind: Blitzkrieg. <https://mundo.sputniknews.com/20200603/el-kremlin-considera-propaganda-nazi-el-videojuego-de-estrategia-strategic-mind-blitzkrieg-1091637635.html>
- Sputnik* (redacción). (2017, marzo 02). Syrian Warfare: el videojuego que se ha convertido en un nuevo "frente" del conflicto. <https://mundo.sputniknews.com/20170302/siria-conflicto-juego-1067308129.html>
- Tadviser. (2021). *Shoot Games*. Tadviser. [https://tadviser.com/index.php/Company:SberGames\\_\(SberGames\)](https://tadviser.com/index.php/Company:SberGames_(SberGames))
- Taranova, A. (2010, octubre 31). United Russia Wants to Create PC Games. *The Moscow Times*. <https://www.themoscowtimes.com/2010/10/31/united-russia-wants-to-create-pc-games-a2625>
- Venegas, A. (2021). El papel del videojuego de guerra en las relaciones internacionales. En A. C. Moreno y S. Gómez-García (Eds.), *Videojuegos del presente. La realidad en formato lúdico*. (37-54). Trea.
- Venegas, A. (2020). El videojuego como forma de memoria estética. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, 20, 277-301. <https://doi.org/10.14198/PASADO2020.20.12>
- Yamada, A. (2000, marzo 14-18). *Neo-Techno-Nationalism: How and Why It Grows*. International Studies Association Convention.
- Zurbriggen (2006). El institucionalismo centrado en actores: una perspectiva analítica en el estudio de las políticas públicas. *Revista de Ciencia Política*, 26, 67-83.

## LUDOGRAFÍA

- Alpha: Antiterror* (MiST Land- South, 2005)
- Battlefield 2042* (DICE, 2021)
- Confrontation: Peace Enforcement* (Red Ice Software, 2008)
- Ilya Muromets* (777 Studios, 2014)
- Men of War: Assault Squad 2 [MoWAS2]* (Digitalmindsoft, 2014)
- Men of War* (serie, 2009-2019)
- Minecraft* (Mojang Studios, 2011)
- Modern Conflict* (Gaijin Entertainment, 2010)
- Strategic Mind: Blitzkrieg* (Starni Games, 2020)
- Syrian Warfare* (Cats who play, 2017)
- World of Tanks* (Wargaming, 2010)

# OBRA DIGITAL

Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña  
Universidad del Azuay

**ESTUDIOS E INVESTIGACIONES**

---



# Scrubbing up on-line: How best practice hospital websites can drive medical tourism

*"Scrubbing up on-line": cómo los sitios web de hospitales con mejores prácticas pueden impulsar el turismo médico*

*"Scrubbing up on-line": como boas práticas de websites hospitalares podem impulsionar o turismo médico*

# 9

ARTÍCULO



## Natàlia Ferrer-Roca

University of Girona (Spain)

Adjunct Lecturer at the Department of Business Administration, Management and Product Design at the University of Girona (UdG), Catalonia. She has a strong international background with a PhD in Media Studies from Victoria University of Wellington (New Zealand), MA in Communications Policy (Distinction) from Westminster University (London), and a degree in Journalism from the Autonomous University of Barcelona. Her research focuses on the intersection between media and communication studies, tourism, and destination branding, with special focus on political economy.

natalia.ferrer@udg.edu  
orcid.org/0000-0002-4054-362X

## Sílvia Espinosa-Mirabet

University of Girona (Spain)

Vice Dean of the Faculty of Tourism of the Degree in Advertising and Public Relations at the University of Girona. With numerous indexed publications, she is a specialist in media history (radio) from a gender perspective. Her research also covers the fields of "Communication", "Tourism, Health and Communication", and "Teaching Innovation", obtaining the first prize (2020) in this field at her university.

silvia.espinosam@udg.edu  
orcid.org/0000-0002-8304-5882

# Andréa Oliveira

University of Girona (Spain)

A Serra Hunter Fellow at the Faculty of Tourism, Girona University (UdG), Spain. She has participated in several research projects and the Spanish Agency for Quality Assessment and Accreditation (ANECA) accredited her as Senior Professor in Social and Juridical Sciences in recognition of her academic career. With several articles published in prestigious international journals, her research focuses on "Communication and Health", "Public Relations", "Crisis Communication" and "Social Media".

andrea.oliveira@udg.edu  
orcid.org/0000-0002-1370-6139

RECEIVED: July 7, 2021 / ACCEPTED: January 20, 2022

## **Abstract**

This study explores how health institutions (i.e. hospitals) communicate through their corporate websites to convey reliability and credibility in order to establish relationships with users in the field of medical travel. The 10 world's leading medical tourism hospitals have been selected based on the International Medical Travel Quality Alliance (2019) ranking and their strategic online communication analyzed by applying framing theory. Methodologically, a content analysis was conducted of both websites and subsites which aimed specifically at medical tourists. We conclude that hospitals are in an embryonic phase in their communicative management model with their public in the field of medical tourism since they disregard the potential role of public relations. This article provides valuable and helpful information for both tourism and communication practitioners in medical tourism.

## **KEY WORDS**

Health communication, Medical tourism, Public relations, Health tourism, Strategic communication.

## **Resumen:**

Este estudio explora cómo las instituciones de salud (es decir, los hospitales) se comunican a través de sus sitios web corporativos para transmitir confiabilidad y credibilidad a fin de establecer relaciones con los usuarios en el campo de los viajes médicos. Los 10 hospitales de turismo médico líderes en el mundo han sido seleccionados en base a la clasificación del International Medical Travel Quality Alliance (2019) y su comunicación estratégica en línea analizada mediante la aplicación de la teoría del encuadre. Metodológicamente, se realizó un análisis de contenido tanto de los sitios web como de los subsitios que estaban dirigidos específicamente a turistas médicos. Concluimos que los hospitales se encuentran en una fase embrionaria en su modelo de gestión comunicativa con su público en el ámbito del turismo médico ya que desconocen el papel potencial de las relaciones públicas. El artículo proporciona información valiosa y útil para los profesionales del turismo y la comunicación en el área del turismo médico.

## **PALABRAS CLAVE:**

Comunicación sanitaria, Turismo médico, Relaciones públicas, Turismo sanitario, Comunicación estratégica.

## **Resumo**

Este estudo explora como as instituições de saúde (ou seja, hospitais) se comunicam por meio de seus sites corporativos para transmitir confiabilidade e credibilidade a fim de estabelecer relacionamentos com usuários no campo de viagens médicas. Os 10 principais hospitais de turismo médico do mundo foram selecionados com base no ranking da International Medical Travel Quality Alliance (2019) e sua comunicação estratégica online analisada

pela aplicação da teoria dos quadros. Metodologicamente, foi realizada uma análise de conteúdo de sites e subsites voltados especificamente para turistas médicos. Concluímos que os hospitais estão em fase embrionária em seu modelo de gestão comunicativa com seu público no campo do turismo médico, uma vez que desconsideram o papel potencial das relações públicas. O artigo fornece informações valiosas e úteis para profissionais de turismo e comunicação na área de turismo médico.

## **Palavras-chave**

Comunicação em saúde, Turismo Médico, Relaciones públicas, Turismo de saúde, Comunicación estratégica.

---

## **1. INTRODUCTION**

The Shanghai Declaration (2016) emphasized that health and wellbeing are essential for sustainable development, being especially significant their role in implementing the Sustainable Development Goals (SDGs) (WHO, 2018). In a world as globalized and connected as the current one, these challenges take a new global dimension often forgotten: the growth of medical tourism. According to the Medical Tourism Association (MTA, 2019), medical tourism is “where people who live in one country travel to another county to receive medical, dental and surgical care.” Due to globalization, a growing number of patients are using the Internet and related technologies to gain access to health information and medical services (Kangas, 2010; Liu et al., 2020; Lu & Zhang, 2019; Lunt et al., 2012; MacReady, 2007; Snyder et al., 2011). As the World Health Organization (WHO) states, it is envisioned that medical travel will expand globally in the next decade (WHO, 2015). In the European Union, health tourism “is growing faster than tourism in general (...) largely due to

an ageing population and the patients right to be reimbursed in all EU countries regardless of their nationality” (Weston et al., 2019, p. 30; Ferrer-Roca, Weston, Guia, Mihalic, Blasco, Prats, Lawler, & Jarratt, 2020). Therefore, studying this increasing phenomenon is relevant, not only because of its potential to help implement the SDGs (Ferrer-Roca, Guia & Blasco, 2020).

Public relations applied to tourism and health represent a field of study which has kept many authors engaged in the past twenty years (Carretón & Feliu, 2011; Castillo-Esparcia & López-Villafranca, 2016; Fernández & Carretón, 2011; Fernández-Cavia & Huertas, 2014; Fernández Souto et al., 2016; Huertas, 2008; Marca et al., 2017; Oliveira, 2017; Oliveira & Huertas, 2019). In these studies, the analysis of the public and institutional strategic communication are considered essential, whereas public administration, international, national and local private companies interact, in order to organizing and designing common strategies to boost and promote this sector (Costa-Sánchez & Míguez-González, 2018; Huertas, 2008;

Heras-Pedrosa, 2018; Lunt et al., 2012; Marca et al., 2018; Marca-Francés et al., 2019; Mason & Wright, 2011; Mason et al., 2011; Oliveira, 2017). In addition, the dialogic communication that new technologies allow between health organizations and medical tourists entail direct implications for public relations (Capriotti et al., 2016; Heras-Pedrosa, 2018). This is the dimension explored in this study: how health institutions, specifically hospitals, communicate through their corporate websites to convey reliability and credibility in order to establish relationships with their potential medical tourism users.

Investigating medical travel is not an easy field of study (Helble, 2011; Kelley, 2013). There is no consensus regarding an international term which defines the people who travel abroad to receive medical treatment. Therefore, this leads to a lack of common methodology when collecting data, as it comes from different locations around the world. As a consequence, the calculation of the value of the world market of medical tourism is quite controverted. Some authors suggest medical tourism is a business which could have reached 16.7 billion dollars in 2018 (Mordor Intelligence, 2019), while others state that it is a 60 billion dollars a year business (MacReady, 2007). Nevertheless, it is important to note that pre-COVID tourism was the second fastest growing industry in the world (3.9%), while the third one was health (3.1%) (WTTC, 2019). It can be stated that tourism and health are very profitable strategic sectors worldwide.

The Internet plays a crucial role in public relations (Capriotti et al., 2016; Christ, 2007). For these authors, websites are institutional communication tools that enable dialogue. Such formula has been achieved after more than 20 years of progress, moving from only being informational and monological to becoming “instruments of social communication that

promote dialogue” (Capriotti et al., 2016, p. 1). Its relevance in any communication strategy is significant when the aim is to lead new users to a brand, product or institution, as well as whenever an interaction is required, namely, to establish a dialogue between these, direct or potential users, and the brand or institution.

Due to the nature of the service provided, medical institution websites are the display to make those facilities visible both at locally and internationally (Inci & Sancar, 2017; Lee et al., 2014). As Más Bleda and Aguillo (2015) state, part of the success of social websites as new communication media shall be attributed to their capacity to promote research, but also to their capacity to provide metrics capable of measuring the impact of their social influence.

Previous studies have focused on how hospitals communicate (Costa-Sánchez, 2012; Medina Aguerrebere, 2012; Santellán et al., 2021), including their social media management and engagement (González et al., 2021). A review of the literature conducted by Santellán et al. (2021) concludes that there are four main axes of communication for good hospital communication: communication tools, communication strategies, communication characteristics, and digital skills.

It should not be forgotten that medical organizations, besides being vital services providers, have an evident interest in conveying reliability and credibility to draw new patients. Therefore, they need to be strategic in the elaboration of the messages that appear on their websites (Mason & Wright, 2011). More and more people are looking for information online, not only in terms of medical tourism, but also information about health in general (Jun, 2016), and even more after the COVID-19 outbreak. Thus, the messages obtained through the websites of official institutions can play a relevant

role when it comes to choosing a destination for medical tourism.

In addition, most countries receiving this sort of tourism are not developed countries. Hence, medical tourism can contribute to increase the level of life of the locals by providing, for instance, incomes that could allow them to have access to education or better medical services; similar to the case of cultural tourism with the intermediation of the corresponding government (Wineaster, 2015).

In this context, this study aims to examine the information shared on the websites of the top 10 medical tourism hospitals. It seeks to observe how hospitals manage their official websites to convey trust, that is, how they highlight reliability and credibility, relevant relational components to attract potential users of medical tourism from other countries. This relationship contributes to building the reputation of health centers with their public and generates reliability for patients, users and medical tourists.

## 2. THEORETICAL FRAMEWORK

According to Mason and Wright (2011, p. 164), the Framing Theory offers a “useful theoretical framework for investigating medical tourism websites” since, as Entman (1993, p. 52) states, it helps selecting “some aspect of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation”. In other words, framing refers to “how the media report on a topic or present an issue, thereby influencing public perceptions and opinions about the issue” (Park & Reber, 2010, p. 40). As expected, media assign certain meanings to issues “highlighting some aspects

of the information while omitting others” (ibid.). And, consequently, this influences how people think and act regarding certain topics (Capriotti & Losada-Díaz, 2018; Lu & Zhang, 2019; Luarn et al., 2015; McCombs & Ghanem, 2001). Therefore, this methodological view facilitates the analysis of the online dialogue established by the hospitals of the sample with their international public and, at the same time, it allows us to observe whether this communication gives reliability and credibility to the medical institutions of the study.

The studies conducted until now about communication and health, and some directly related to medical tourism, have used Framing Theory (Bardhan, 2002; Lee et al., 2014; Mason & Wright, 2011; Park & Reber, 2010). On the one hand, because media (i.e., websites of the hospitals) are a convenient and reliable source of information about health. On the other, because they have “a significant impact on the public understanding of health issues, as well as on their health-related behavior” (Park & Reber, 2010, pp. 40-1).

Therefore, this study applies Framing Theory in its analysis following the research of Mason and Wright (2011) and Lee et al. (2014). Mason and Wright (2011) used it to examine how tourism websites inform in terms of an array of items: appeal, risk, convalescence, accreditation and interactivity and their sample was selected from a randomized search on the Internet. On the other hand, Lee et al. (2014) also used Framing Theory to analyze the communicational features used on the website of intermediaries.

Thus, our study is interdisciplinary in the areas of tourism, communication, health, and innovation. First, it provides an analysis based on public relations in an area that, in general, is examined from a marketing perspective which misses some of the nuances, in both language

and meaning (Topler, 2017) of the public relations discipline. Second, it provides valuable and helpful information for tourism and communication practitioners in medical tourism, which is even more relevant after the global COVID-19 pandemic. Third, it does not use a randomized sample, nor it focuses on the websites of intermediaries, but instead it analyses the online strategical communication of the 10 main world medical tourism hospitals (81 sites) according to the international ranking of the Medical Travel Quality Alliance (MTQA, 2019). The results should allow to understand how the content items published on the medical websites analyzed collaborate to generate reliability among the potential hospital users (Viñarás-Abad, 2013). In this way, we will check if the contents of the websites: 1- choose to provide a wide scope of information about the capacity of the institutions; 2.- create communication channels which allow bidirectionality, and 3.- select spokesmen who generate credibility.

### 3. METHODOLOGY

The general objective of the study is “to determine the main communication elements used on the websites of the leading medical tourism hospitals in order to attract potential international users”. Considering the theoretical approach and in order to achieve it, two research questions were formulated: *What kind of communication resources do the main 10 hospitals of medical tourism use on their websites?* and *What are the resources available on the websites of the hospitals to convey reliability and credibility to potential users around the world?*

Before collecting data, we defined the home website as the main unit of analysis, as well as the subsections specifically aimed at international visitors. Initially, it was discovered that the home page offered limited information for

medical tourism. Therefore, we focused our analysis on the sub-websites which specifically addressed medical tourists or offered relevant information to this sort of patients. In total, 81 pages were analyzed according to the following table:

**Table 1**

*Hospitals and number of websites analyzed*

Ranking	City, Country	Name of the hospital	Number of websites analyzed
1	Beirut, Lebanon	Clemenceau Medical Centre	6
2	Istanbul, Turkey	Anadolu Medical Centre	13
3	Amman, Jordan	The Specialty Hospital	5
4	Hamburg, Germany	Asklepios Klinik Barmbek	5
5	Bangkok, Thailand	Samitivej Hospital	15
6	Kuala Lumpur, Malaysia	Prince Court Medical Centre	7
7	Toronto, Canada	Shouldice Hospital	5
8	Singapore	Cleneagles Hospital	12
9	Tel Aviv, Israel	Loewenstein Rehabilitation Hospital	5
10	Prague, Czech Republic	Pronto Therapy Centre	8
		Total	81

*Source: Own elaboration, ranking from Medical Travel Quality Alliance (MTQA, 2019).*

The Medical Travel Quality Alliance ranking (MTQA, 2019) was selected to identify the sample and access the data of the 81 websites and subsites analyzed of the 10 leading medical tourism hospitals of the world. The MTQA is an independent international organization that develops and promotes the highest standards

**Table 2**

*Variables analyzed*

Research Questions	Variables	Dimensions
<p>1. What kind of communication resources</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Textual</li> <li>- Communication Resources: Video, Audios, Photographs, Hypertexts (links)</li> </ul> <p>do the main 10 hospitals of medical tourism use on their website?</p>	Languages	What languages are used to provide information related to medical tourism on the websites of the hospitals selected, as well as whether they explicitly offer multilingual translators for their patients.
	Assistance with the travel	Whether they offer travel-related services, such as accommodation assistance with the hotel and/or visa, air ambulance, pick-up and transport to the airport, and whether tourism visits are also organized or whether specific packages of health and leisure are offered for patients and/or caregivers.
	Communication channels available (unidirectional and bidirectional)	In what way can users contact the hospital: email, online forms, telephone, whether there is a section for international patients and/or a department of public relations for foreign patients, online chat, blog, podcast, videos, and whether there are social networks like Twitter, Facebook, LinkedIn or Instagram.
	<p>2. What are the resources available on the websites of the hospitals to convey reliability and credibility to potential users around the world?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- To keep a dialogue with users:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Virtual visits</li> <li>Newsletters</li> <li>Links to share</li> </ul> </li> <li>- To convey reliability and credibility</li> </ul>	Credibility and reliability
Benefits		Whether general benefits of medical tourism are mentioned: fewer expenses, quality service, opportunity to travel, customized service, professional medical experience, cutting-edge technology, or less waiting time.
Risks		Whether hospitals mention the potential post-surgery complications, the risk associated to the procedure and the legal proceedings.

*Source: Own elaboration base don Capriotti, Carretón and Casteillo (2016), Mason and Wright (2011), and Lee et al. (2014).*

of excellence in delivering treatment and care to medical tourists. It was created in Budapest in 2009 during the 2nd European Congress on Health Tourism as a response to the vast requests from hospital managers and facilitators of medical travels for a better understanding of

the protocols of special healthcare and the management of medical travelers.

The pattern of analysis used to determine the results in terms of strategic communication was a content analysis based on an ad hoc model created using three preceding studies. The

study was conducted between May and August 2019. In order to analyze the typology of communication resources used by hospitals, there is partial use of the method Capriotti et al. used in 2016 when they tested the level of interactivity of the websites of the most relevant art museums of the world. The variables of analysis associated to the healthcare field were based on the ones developed by Mason and Wright (2011, p. 171) and Lee et al. (2014, p. 643) in their studies about the framing of medical tourism websites.

Table 2 below shows how variables were used to answer each research question. Each dimension was coded either as 'present' or 'absent' (Tabla 2).

This is an exploratory study since it has analyzed 81 websites of the 10 leading hospitals worldwide in the field of medical tourism, as mentioned earlier, but it was not able to comprise the perspective of the users of the medical service.

## 4. RESULTS AND DISCUSSION

Regarding available media to interact with their patients, 90% (n=9) of the centers analyzed have an email address available for queries, and 70% (n=7) have an online registration form. Those which do not have an email, offer an online form and 60% (n=6) have both communication methods to ensure direct contact. All hospitals provide a contact phone number for consultations and 70% (n=7) have a specific section of services for international patients. However, only the Jordan Hospital (10%, n=1) has a public relations department addressed to both Arab and foreign patients (Figure 1).

It is interesting to note that none of the health institutions analyzed create podcasts and only 20% (n=2) of hospitals have a blog (Beirut and Singapore) and an online chat for direct queries

**Figure 1**

*Department of Public Relations for Arab and Foreign Patients*



*Source: The Specialty Hospital in Amman, Jordan.*

(Thailand and Singapore). The latter allows a bi-directional and immediate interaction between the patient and the hospital. On another note, it is also remarkable that none of the hospitals take into consideration the cultural specificities of their potential users, thus, do not adapt their communication strategies accordingly.

Regarding credibility and reliability, the results indicate that all hospitals analyzed (100%, n=10) have an official logo that is clearly identifiable on their website. In addition, 80% of healthcare institutions (n=8) are specialized in a medical procedure in particular and it is clearly explained. For instance, Anadolu Medical Centre of Istanbul (Turkey) specializes in oncology, the Hospital of Amman (Jordan) specializes in kidneys and cardiovascular diseases, Shouldice Hospital of Toronto (Canada) specializes in hernias and the Proton Therapy Centre of Prague (Czech Republic) in cancer. Furthermore, 70% of hospitals (n=7) have an accreditation or a renowned international certification and 80% (n=8) share testimonials of real patients. In most cases, the testimonials are recorded in videos (70%, n=7), and in one case (Proton Therapy Centre, Prague, Czech Republic) are only textual (10%, n=1). On the other hand, the lack of videos on websites is noteworthy. The compendiums of the presence in the press tell users of any institution about its quality or its renowned nature, just to mention some examples. In this case, only Gleneagles Hospital of



Singapore offers a compilation of its appearances in all sort of media (10%, n=1). However, in half of the cases (50%, n=5), hospitals have a news section, but these are press releases written by the hospital.

In terms of the emphasis on the benefits of the medical procedures, as expected, all hospitals emphasize their quality and customized service, and indicate the high professional experience of their doctors (100%, n=10). Half of hospitals analyzed mention the cutting-edge technology used in their surgeries (50%, n=5). However, less than half mention travel opportunities (40%, n=4) as a benefit to choose their hospital for medical treatment. Also, less than half emphasize the fast service as a benefit with hardly any waiting list (40%, n=4) and the lower costs of their medical procedures compared to other places around the world (10%, n=1).

Messages focusing on medical risks are a minority. Less than half mention the possible post-surgery complications (40%, n=4), the potential legal problems are only mentioned in 30% (n=3) of the websites, while none of them mention the possible risks of the procedures (n=0). In relation to the post-surgery services, which are a crucial element that may lead to a decision in this field of study, only 20% (n=2) of hospitals analyzed offer clear information about the post-surgery process after intervention. These were the hospitals on Canada and Czech Republic. The case of the Proton Therapy Centre in the Czech Republic is noteworthy since it is the only one that clearly offers a special and thorough service on how to monitor a post-surgery process remotely.

In this way, despite the great potential that corporate websites have to generate reliability and credibility towards potential patients, hospitals are missing the opportunity to create a communicational strategy for this purpose based

on a core element of public relations: risk management, whose relevance has been recalled by the global COVID-19 pandemic. They do not publish information, nor offer specific contact details given the case a post-surgery communication is needed, which would often be conducted in a remote manner (usually, patients return to their place of origin once they have received treatment, hence it is indispensable).

On another note, only a third of hospital websites analyzed introduce the destination from a tourism perspective. Therefore, hospitals in general choose to implement an individualistic communication strategy of their own business brand, instead of using a more cooperative communicative effort among all tourism organizations located in the same destination (Huertas, 2008; Fernández-Cavia & Huertas, 2014). Thus, they are missing the opportunity to generate synergies with local tourism companies, which aligns with the conclusion reached by Juan and Yingchuan (2020) in their study about the impact of the great sports events in local public. Regarding reputation, only one hospital, Gleneagles Hospital in Singapore, offers a compilation of its presence on both national and international media. The fact that healthcare centers do not include their media presence as a sign of recognition and prestige is noteworthy, as well as not using it as an element to generate engagement with users or to entice new future patients.

From a communication perspective, 30% of the websites can be identified as high quality or professional websites (n = 3), as they offer a very good communicative online strategy. On a second group, we find those that can be considered as intermediate level websites, which offer good communication tools but have potential to be improved. These represent the majority of the case studies analyzed (60%, n = 6). Finally, there is one website (10%, n = 1) that has

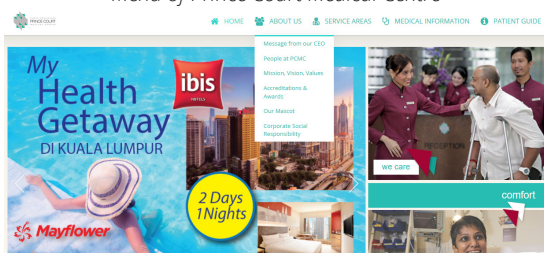
high deficiencies and has fewer elements that generate confidence based on the proposal of Viñarás-Abad (2013). This is the Asklepios Klinik Barmbek hospital in Hamburg, Germany. Their website is presented in German and offers an English subpage for international users, which is difficult to locate. In addition, it is the only one that does not offer email as a means of communication and does not have an international patient services section or public relations department. Neither does it inform about the destination or offer help to organize the trip.

Contrarily, the Prince Court Medical Centre of Kuala Lumpur, Malaysia, is the medical center which best fosters its communicational relationship with its international patients considering the services associated to public relations. First, its website is directly presented in English and the public relations department offers “tailored” care. For example: “If you prefer, we can also create a tailor-made program to suit any specific need.” It promises assistance in terms of tourism organization of the trip, thus offering steward services for international clients and, in addition, it provides all the standard communicational protocols as shown on Figure 2 of the menu where the hospital introduces itself.

It is interesting to note that the 10 best hospitals worldwide in this field opt for the website as the main communication channel with their public, and that the common element for contact is still the telephone. The use of networks which would allow to consolidate bidirectional interaction with users, thus increasing a level of reliability of hospitals with their public (Capriotti et al., 2016; Costa-Sánchez & Míguez-González, 2018), is certainly restricted. Moreover, it indicates that healthcare centers use somewhat disparaged communication elements. In this sense, all hospitals use graphic resources (pictures) to share their content (Capriotti & Losada-Díaz, 2018; Luarn et al., 2015), but no case showed immersive videos of “360° visit”, nor surveys for users to express their level of satisfaction with the service. Remarkably, only three of the 81 sites studied allowed to share content and none considers the cultural specificities of the potential users in order to adapt their communication strategies accordingly.

**Figure 2**

*Menu of Prince Court Medical Centre*



*Source: Website of Prince Court Medical Centre of Kuala Lumpur, Malaysia. The evidence of the touristic offer supported in collaboration with the International Hotel chain Ibis is noteworthy.*

## 5. CONCLUSION

This study has explored how health institutions (i.e., hospitals) communicate through their corporate websites to convey reliability and credibility to establish relationships with users in the field of medical travel. The Framing Theory has illustrated that, in general, the main healthcare centers analyzed miss the opportunity to properly use the many possibilities of their corporate websites to build a reality that adds value, imprints personality and helps to make them unique and distinguishable. Although in some cases hospitals do use simple infographics to make a complex surgical procedure accessible,

like the Jordan-based Specialty Hospital. The dialogue between centers and patients could be better implemented, as well as the cultural specificities of the potential users could be considered. Such dialogic elements would contribute to improve awareness and to disseminate their singular values in a professional field which is quite competitive. This study indicates that hospitals are undergoing an embryonic phase in the communicative management model with their publics in the field of medical tourism, a field which may entail an opportunity for public relations professionals specially after the global COVID-19 pandemic.

## REFERENCES

- Bardhan, N.R. (2002). Accounts from the Field: A Public Relations Perspective on Global AIDS/HIV. *Journal of Health Communication*, 7(3), 221-244. <https://doi.org/10.1080/10810730290088102>
- Castillo-Esparcia, A., & López-Villafranca, P. (2016). Las estrategias de comunicación de las organizaciones de pacientes con enfermedades raras (ER) en España. *Ciência e saúde coletiva*, 28(8). <http://dx.doi.org/10.1590/1413-81232015218.19852015>
- Capriotti, P., Carretón, C., & Castillo, A. (2016). Testing the level of interactivity of institutional websites: From museums 1.0 to museums 2.0. *International Journal of Information Management*, 36(1), 97-104. <http://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.10.003>
- Capriotti, P., & Losada-Díaz, J.-C. (2018). Facebook as a dialogic communication tool at the most visited museums of the world. *El Profesional de la Información*, 27(3), 642-650. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.17>
- Carretón Ballester, M<sup>a</sup>.C., & Feliu Albadalejo, Á. (2011). El tratamiento de la epilepsia en la agenda de los medios para una comunicación afirmativa. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1(2), 237-261. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-2-2011-13-237-261>
- Christ, P. (2007). Internet technologies and trends transforming public relations. *Journal of Website Promotion*, 1(4), 3-14. [https://doi.org/10.1300/J238v01n04\\_02](https://doi.org/10.1300/J238v01n04_02)
- Costa-Sánchez, C. (2012). El gabinete de comunicación del hospital. Propuesta teórica y acercamiento a la realidad de los departamentos de comunicación de los hospitales públicos de Galicia. *Doxa Comunicación - Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 14, 175-197. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n14a8>
- Costa-Sánchez, C., & Míguez-González, M.I. (2018). Use of social media for health education and corporate communication of hospitals. *El profesional de la información*, 27(5), 1145-1154. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.18>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fernández, M<sup>a</sup>.D., & Carretón, M<sup>a</sup>.C. (2011). Investigación sobre la estrategia de relaciones públicas para la promoción del turismo alicantino. ICONO, 14(A6), 223-244. ISBN 1697-8293. Madrid (España), *Acta VI Congreso Internacional de Investigación y Relaciones Públicas*. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.117>

- Fernández-Cavia, J., & Huertas, A. (2014). La gestión de las marcas de destino y de territorio desde la perspectiva de las relaciones públicas. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 31(1), 9-26.
- Fernández Souto, A.B., Vázquez Gestal, M., & Corbacho Valencia, J.M. (2016). La reputación de España en Europa como eje central en la planificación de la imagen de marca país: El caso de Alemania, Francia y Gran Bretaña. *Punto Cero*, 21(33).
- Ferrer-Roca, N.; Guia, J., & Blasco, D. (2020). Partnerships and the SDGs in a cross-border destination: the case of the Cerdanya Valley. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1847126>.
- Ferrer-Roca, N., Weston, R., Guia, J., Mihalič, T., Blasco, D., Prats, L., Lawler, M., & Jarratt, D. (2020). Back to the future: challenges of European tourism of tomorrow. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0114>
- González, T., Medina, P., Medina, E., & López, P. (2021). Optimización de la comunicación hospitalaria en redes sociales: Análisis y estrategias de engagement. *Hipertext.net Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva*, 22, 63-74. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i22.06>
- Helble, M. (2011). The movement of patients across borders: Challenges and opportunities for public health. *Bulletin of the World Health Organization*, 89(1), 68-72. <https://doi.org/10.2471/BLT.10.076612>
- Heras-Pedrosa, C. (2018). Presentation: tourist public relations. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 16(8), 1-4. <https://doi.org/10.5783/RIRP-16-2018-01-01-04>
- Huertas, A. (2008). Public relations and tourism: Fighting for the role of public relations in tourism. *Public Relations Review*, 43(1), 406-08. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2008.07.001>
- Inci, B., & Sancar, O. (2017). Website marketing communication in health tourism: A content analysis of website attributes of thermal tourism facilities in Turkey. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(2), 57-69. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2017.04.002>
- Juan, T., & Yingchuan, W. (2020). Does tourism sports event make residents happier? — Exploring the SWB of Macau residents in the case of Macau Grand Prix. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 0, 1-19. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1711103>
- Jun, J. (2016). Framing service, benefit and credibility through images and texts: A content analysis of online promotional messages of Korean medical tourism industry. *Journal of Health Communication*, 31(7), 845-852. <https://doi.org/10.1080/104102336.2015.1007553>

- Kangas, B. (2010). Travelling for medical care in a global world. *Medical Anthropology*, 29(4), 344-362. <https://doi.org/10.1080/01459740.2010.501315>
- Kelley, E. (2013). *WHO patient safety programme*, World Health Organization.
- Lee, H., Wright, K.B., O'Connor, M., & Wombacher, K. (2014). Framing medical tourism: An analysis of persuasive appeals, risks and benefits, and new media features of medical tourism broker websites. *Health Communication*, 29(7), 637-645. <https://doi.org/10.1080/10410236.2013.794412>
- Liu, S., Yang, L., Zhang, C., Xiang, Y-T., Liu, Z., & Hu, S. (2020). Online mental health services in China during the COVID-10 outbreak. *The Lancet*, 7(4), E17-E18. [https://doi.org/10.1016/S2215-0366\(20\)30077-8](https://doi.org/10.1016/S2215-0366(20)30077-8)
- Lu, X., & Zhang, R. (2019). Impact of physician-patient communication in online health communities on patient compliance: Cross-sectional questionnaire study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(5). <https://doi.org/10.2196/12891>
- Luarn, P., Lin, Y.-F., & Chiu, Y.-P. (2015). Influence of Facebook brand-page posts on online engagement. *Online Information Review*, 39(4), 505-519. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2015-0029>
- Lunt, N., Mannion, R., & Exworthy, M. (2012). A framework for exploring the policy implications of medical tourism and international patient flows. *Social Policy and Administration*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9515.2011.00833.x>
- MacReady, N. (2007). Developing countries court medical tourists. *Lancet*, 369, 1849-1859. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(07\)60833-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(07)60833-2)
- Marca-Francés, G., Frigola-Reig, J., & Compte-Pujol, M. (2019). Análisis de la comunicación en el paciente crónico hospitalizado y la mejora de su experiencia. *El profesional de la información*, 28(2), e280221. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.21>
- Marca, G., Frigola-Reig, J., & Menéndez, J. A. (2018). Una aproximación a las medidas resultado de salud desde las relaciones públicas: el ámbito de la experiencia de paciente y la comunicación. *Communication Papers*, 7(15), 195-212.
- Marca, G., Oliveira, A., Matilla, K., & Miranda, T. (2017). El valor de la evaluación de las relaciones públicas y de la comunicación en las organizaciones: el caso de los hospitales del Sistema Nacional de Salud Español. *Palabra Clave*, 20(2), 506-528. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2017.20.2.9>
- Más Bleda, A., & Aguillo Caño, I. F. (2015). *La web social como nuevo medio de comunicación y evaluación científica*. Barcelona: Editorial UOC. Colecciones: EPI Scholar, 2.

- Mason, A., & Wright, K. (2011). Framing medical tourism: An examination of appeal, risk, convalescence, accreditation, and interactivity in medical tourism websites. *Journal of Health Communication*, 16(2), 163-177. <https://doi.org/10.1080/10810730.2010.535105>
- Mason, A., Wright, K., & Bogard, J. (2011). Assessing cultural representations of physician and patient imagery in medical tourism websites. *Journal of Intercultural Communication*, 25, 163-177.
- Medina Aguerrebere, P. (2012). La comunicación hospitalaria 2.0: Un nuevo desafío para la comunicación institucional. *Austral Comunicación*, 1(2), 189-202. <https://doi.org/10.26422/aucom.2012.0102.med>
- McCombs, M., & Ghanem, S. (2001). The convergence of agenda setting and framing. In: Reese, S., Gandy, O. & Grant, A. (eds). *Framing public life*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 67-81.
- Mordor Intelligence. (2019). *Medical tourism market – Growth, trends and forecast (2019-2024)*. Mordor Intelligence. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/medical-tourism-market>
- MTA. (2019). Medical tourism FAQ's. *Medical Tourism Association*. <https://www.medicaltourismassociation.com/en/medical-tourism-faq-s.html>
- MTQA. (2019). World's best hospitals for medical tourists. *Medical Travel Quality Alliance*. <https://worldsbesthospitals.net/>
- Oliveira, A. (2017). Health in the Portuguese media. An opportunity for public relations? *Obra Digital*, 13, 119-132.
- Oliveira, A., & Huertas, A. (2019). How do destinations use Twitter to recover their images after a terrorist attack? *Journal of Destination Marketing and Management*, 12, 46-54. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.002>
- Park, H., & Reber, B. (2010). Using Public Relations to Promote Health: A Framing Analysis of Public Relations Strategies Among Health Associations. *Journal of Health Communication: International Perspectives*, 15(1), 39-54. <https://doi.org/10.1080/10810730903460534>
- Santellán, K.A., Palomino, G.P., & Vargas, F.J., (2021), Gestión de la información y comunicación en hospitales públicos: una revisión de literatura, *Sapientia: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(1), 283-297. <https://doi.org/10.51798/sijis.v2i1.78>
- Shanghai Declaration. (2016). *The Shanghai Declaration on promoting health in the 2030 Agenda for Sustainable Development Geneva*, World Health Organization. <https://www.who.int/healthpromotion/conferences/9gchp/shanghai-declaration.pdf?ua=1>
- Snyder, J., Crooks, V., Kingsbury, P., & Johnston, R. (2011). The 'patient's physician one step removed': The evolving role of medical tourism facilitators. *Journal of Medical Ethics*, 37, 530-534.

- Topler, J.P. (2017). Communication Skills in the Tourism Sector: The Speech Culture of Tour Guides. *Tourism Culture & Communication*, 17(3), 217-223(7).
- Viñarás-Abad, M. (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Revista Comunicación y Hombre*, 9, 59-73.
- Weston, R., Guia, J., Mihalič, T., Prats, L., Blasco, D., Ferrer-Roca, N., Lawler, M., & Jarratt, D. (2019). *Research for TRAN Committee – European tourism: recent developments and future challenges*, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.
- WHO. (2015). *Evidence on global medial travel*. Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/bulletin/volumes/93/11/14-146027/en/>
- WHO. (2018). *Facing the future: opportunities and challenges for 21st-century public health in implementing the Sustainable Development Goals and the Health 2020 policy framework*. Organización Mundial de la Salud. Oficina regional de Europa. [http://www.euro.who.int/data/assets/pdf\\_file/0003/374052/180278-public-health-future-eng.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0003/374052/180278-public-health-future-eng.pdf?ua=1)
- Wineaster, A. (2015). Cultural tourism and poverty alleviation in rural Kilimanjaro, Tanzania. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(3), 208-224. <http://dx.doi.org/10.1080/14766825.2014.935387>
- WTTC. (2019). *Travel and tourism continue strong growth above global GDP*, World Travel and Tourism Council. <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/travel-tourism-continues-strong-growth-above-global-gdp/>



# ¿Quién teme al Lobo Feroz? Representación de los miedos infantiles a través del videojuego independiente *Fobos*

*Who is afraid of the big, bad wolf? Representation of childhood fears through independent video game Fobos*

*Quem tem medo do lobo mal? Representação dos medos da infância através do videogame independente Fobos*

# 10

ARTÍCULO



## Rocío Serna-Rodrigo

Universidad de Alicante (España)

Profesora ayudante en la Universidad de Alicante. Allí se graduó en las carreras de Magisterio de Educación Infantil y Grado en Maestro de Educación Primaria y, a continuación, cursó el máster en Investigación Educativa de la misma universidad. Actualmente, está concluyendo su tesis doctoral, que dedica a las posibilidades de los videojuegos para la educación literaria.

rocio.sr@ua.es

orcid.org/0000-0003-3771-742X

## Albert Sarlé Solé

Universitat Oberta de Catalunya (España)

Con formación en ilustración y en animación, actualmente, está cursando el Grado de Artes en la Universitat Oberta de Catalunya. En el ámbito artístico se ha enfocado en la ilustración y el cómic con la publicación de algunas obras. En su último proyecto, "Fobos", se aproximó al mundo del diseño de videojuegos desde la perspectiva artística, enmarcándolo además en un contexto de investigación educativa.

albertsarle95@gmail.com

orcid.org/0000-0001-9745-4444

RECIBIDO: 01 de octubre de 2021 / ACEPTADO: 31 de enero de 2022

### Resumen:

Los videojuegos, como medios culturales y de expresión artística, permiten la aproximación de sus usuarias y usuarios a temáticas de toda índole; desde algo concreto, como un conflicto histórico o un personaje literario, hasta lo abstracto, como una corriente filosófica. A lo largo

de este texto trataremos los miedos infantiles y analizaremos el videojuego independiente *Fobos*, incidiendo en el modo en que sus características como producto de ficción digital interactiva, su enfoque de la temática en cuestión y las relaciones que establece con el imaginario literario infantil lo convierten en un título ópti-

mo para trabajar los miedos infantiles desde la escuela.

#### **PALABRAS CLAVE:**

Videojuegos, Miedos infantiles, Literatura infantil y juvenil, *Fobos*, Escuela.

#### **Abstract**

Video games, as cultural and artistic expression media, allow their users to approach topics of all kinds; from something concrete, like a historical conflict or a literary character, to the abstract, like a philosophical current. Throughout this text we will deal with children's fears and analyze the independent video game *Fobos*, emphasizing the way in which its characteristics as a product of interactive digital fiction, its approach to the subject in question and the relationships it establishes with the children's literary imaginary, make it an optimal title to work on children's fears from school.

#### **KEY WORDS**

Video games, Childhood fears, Children's and young adult literature, *Fobos*, School.

#### **Resumo**

Os videogames, como meios de expressão cultural e artística, permitem a aproximação de suas usuárias e usuários a temas de todos os tipos; do concreto, como um conflito histórico ou um personagem literário, ao abstrato, como uma corrente filosófica. Ao longo deste texto trataremos os medos infantis e analisaremos o videogame independente *Fobos*, enfatizando o modo como suas características como produto de ficção digital interativa, sua abordagem do assunto em questão e as relações que estabelece com o imaginário literário infantil tornam-se um ótimo título para trabalhar os medos infantis desde a escola.

#### **Palavras-chave**

Videogame, Medos infantis, Literatura infantil e juvenil, *Fobos*, Escola.

---

## **1. INTRODUCCIÓN**

El videojuego, desde sus primeras apariciones, entró pisando con fuerza dentro del ámbito del entretenimiento. Gracias a su capacidad de adaptación, tanto en términos de *hardware* como de temática en función de los intereses y accesibilidad de su público, ha logrado convertirse en una alternativa de ocio apta tanto para jóvenes como para personas adultas.

Con el paso de los años, además, su popularidad ha ido acentuándose y, paulatinamente, han ido entrando en diferentes paradigmas, muchos de ellos absolutamente alejados del ocio (sanidad, empresas, formación profesio-

nal...). Como bien destacan Moreno Cantano y Venegas (2020), "su carácter transversal, mutable, en constante actualización, lo han convertido en un 'ser' permeable que copa cada vez más protagonismo en las agendas políticas, económicas, culturales o educativas" (p. 2). Esta característica, junto con otras que le son propias (interactividad, capacidad inmersiva...), hacen del videojuego un medio óptimo para aproximar toda clase de escenarios, problemáticas y realidades a sus jugadoras y jugadores.

Si tomamos en cuenta estas tres premisas: la mutabilidad y capacidad adaptativa del videojuego, su popularidad como alternativa de ocio y sus posibilidades dentro de ámbitos no lúdi-

cos, el interés de estos productos como medio de representación resulta impecable. En este sentido, desde nuestra perspectiva artística y educativa, hemos hallado en ellos un medio idóneo para tratar con los jóvenes una temática cuya importancia tiende a verse minimizada: los miedos y el modo de afrontarlos.

Así pues, a lo largo de este trabajo llevaremos a cabo una revisión teórica sobre los miedos infantiles y el modo en que estos se han visto tradicionalmente representados en el ámbito de la literatura infantil y juvenil (en adelante, LIJ); uno de los principales medios de aproximación a la realidad para niñas y niños. En segunda instancia, recuperaremos algunos rasgos definitorios del videojuego entendido como medio artístico y expresivo y como producto de ficción digital interactiva: la participación, la interacción y la inmersión de la jugadora o el jugador resultan de especial interés para desarrollar una metodología que permita trabajar los miedos infantiles con niñas, niños y jóvenes a través de un medio que les resulta atractivo: el videojuego. El siguiente punto, en el que centramos nuestra propuesta, consistirá en la presentación de *Fobos*, un videojuego desarrollado en el marco de un proyecto universitario, que recurre a la figura del Lobo Feroz y realiza un recorrido por algunos de los clásicos de la LIJ tomando como eje central el miedo y el modo de afrontarlo. Concluimos relacionando *Fobos* con la literatura previamente planteada y justificando las posibilidades de este videojuego para trabajar los miedos en la infancia y la adolescencia.

## **1.1. EL MIEDO Y SU PRESENCIA EN LA LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL**

El miedo es una temática que está presente en nuestra vida desde la infancia hasta la edad adulta, si bien las causas que provocan esta

emoción van variando en función de nuestro desarrollo, nuestras experiencias, etcétera. No es, por tanto, de extrañar que sea un tópico habitual y recurrente en la creación de historias en general y en la literatura en particular. En este caso, para ir encauzando el texto hacia la perspectiva que guía nuestra propuesta, nos centraremos en cómo se refleja esto en el ámbito de la LIJ.

Si bien cada cultura ha desarrollado, con el paso del tiempo, diferentes relatos de tradición oral, leyendas y obras populares en general, existen elementos que son comunes a todas ellas (Cooper, 2000), como escenarios (un antiguo castillo, un bosque oscuro, una cueva...) y personajes (brujas, madrastras malvadas, hadas madrinas...). Algunos de estos elementos son muy recurrentes, inmutables, por lo que es fácil identificarlos, en numerosas obras en las cuales otros aspectos, como los personajes protagonistas o los entornos, sí cambian. Un claro ejemplo de esto es el Lobo Feroz: el antagonista malvado por antonomasia de la infancia. Esta es la criatura que engaña a Caperucita Roja con el fin de comérsela, al igual que a su abuela; es también quien derriba las casas de tres tiernos cerditos a base de soplidos para, de nuevo, comérselos; y aún volvemos a encontrarlo atormentando a siete cabritillos que se han quedado solos en casa. El lobo es, por tanto, uno de los símbolos más representativos de los miedos infantiles dentro de la literatura. Está inevitablemente asociado, además, a los bosques, escenarios en los cuales lo habitual es perderse, como les sucede a Hansel y a Gretel, y encontrar toda clase de peligros, como adentrarse en la casa de una bruja (por ejemplo, Baba Yagá, en el folclore eslavo) o descubrir, como la pobre Blancanieves, que un cazador planea atacar. Todas estas situaciones, tan familiares para la mayor parte de jóvenes lectoras y lectores, constituyen algunas de las primeras

aproximaciones que se tienen a la inquietud, la inseguridad o el miedo en la ficción. Y es que la LIJ es tan amplia y, sobre todo, tan accesible para las niñas y los niños que es difícil encontrar algún ámbito o temática que no se vea reflejada en alguna obra propia de la misma. Esto nos facilita aproximar dichas cuestiones al público infantil de un modo sencillo y, gracias a las características del texto literario, agradable. Especialmente, aquellas que resultan dolorosas de tratar de un modo más directo, como la muerte o las enfermedades, que pueden ser complejas y polémicas, como las relacionadas con la religión o la educación afectivosexual o que, simplemente, resultan algo abstractas: el crecimiento o, en nuestro caso, los miedos. Existen numerosas obras que trabajan en esta línea, ya sea de un modo directo, como sucede, por ejemplo, en el álbum ilustrado de Margarita del Mazo *¡A mí no me comas!* (2011), o situando los miedos como uno más de los temas de la obra, o como medio para tratar otro de manera velada como sucede en *De verdad que no podía* (2001), escrito por Gabriela Keselman e ilustrado por Noemí Villamuza.

Tras esta breve incursión en la LIJ y en la presencia de símbolos asociados al miedo dentro de la misma, llega el momento de plantearnos una pregunta: ¿Qué es, exactamente, el miedo? Según Vivas et al. (2007), se trata de “una señal emocional de advertencia de que se aproxima un daño físico o psicológico. El miedo también implica una inseguridad respecto a la propia capacidad para soportar o manejar una situación de amenaza” (p. 25). Como hemos apuntado previamente, el miedo no es una emoción que desaparezca con la edad. Lo que sí sucede es que, por lo general, vamos aprendiendo a afrontarlo. En este sentido, Reyes et al. (2017) afirman que no existe un modo correcto de afrontar los miedos, sino que cualquier tipo de estrategia ayudará: desde evitar el conflic-

to hasta afrontarlo de forma directa, pasando por el desahogo emocional a través de terceras personas. Estos aprendizajes comienzan desde la infancia, pues algo tan natural y espontáneo como correr junto a una persona adulta en busca de protección, esconderse o mirar debajo de la cama para asegurarnos de que no haya nada son, ni más ni menos, estrategias infantiles para combatir el miedo.

Así, pues, puede resultar conveniente ayudar al niño o a la niña a habituarse, paulatinamente, a esta clase de situaciones conforme va aconteciendo. Para ello, podemos recurrir, como sugiere Vallières (2009), al estímulo que le asusta de un modo indirecto a partir de, por ejemplo, cuentos y películas —agregamos el videojuego—, medios que propician un entorno seguro para aproximarse y experimentar con la situación en cuestión.

## **1.2. EL VIDEOJUEGO COMO MEDIO NARRATIVO Y ENTORNO PARA LA EXPERIMENTACIÓN**

Más allá de que el videojuego, como los cuentos, los álbumes ilustrados o las películas, ofrezcan un entorno seguro para experimentar situaciones que pueden provocar miedo e inquietud (así como muchas otras emociones), presenta otras muchas características que lo convierten en un medio propicio para otra clase de objetivos, entre ellos, la creación de historias.

Las obras de ficción videolúdica —sea entendido este término como sinónimo de *videojuego*— “presentan elementos propios de los textos narrativos: personajes, desarrollo de la acción, contextualización en tiempo y espacio, y una potente intención comunicativa” (Serena-Rodrigo, 2020). Además, no se trata de historias aisladas y superficiales que buscan tan solo el entretenimiento. En muchos casos, los

videojuegos han encontrado inspiración en la literatura, lo que causa que sea habitual identificar personajes, espacios o situaciones que ya habían pasado a formar parte de nuestro bagaje cultural. Por ejemplo, *Child of Light* (Yohalem, 2014) presenta una estructura clásica del cuento, basa su hilo conductor en el viaje del héroe y cita a diversos personajes, muy conocidos, de la literatura universal, como Hamlet, Dorothy, la Bella Durmiente o la madrastra de Blancanieves.

Los videojuegos implican, además, una interacción directa con la jugadora o el jugador (Marín, 2015), facilitándole la posibilidad de asumir un rol más activo. Esto permite, en palabras de Méndez (2021),

que el usuario se sumerja completamente en la historia y sienta las acciones del personaje como si fuesen propias. Precisamente por ello, el videojuego se convierte en un medio ideal para recrear la realidad y transmitir mensajes al usuario, llegando a ahondar en diversas problemáticas sociales. (p. 317)

Si extrapolamos todo lo anterior al ámbito educativo, podemos apreciar los posibles beneficios que tendrían los videojuegos si, correctamente seleccionados, fueran implementados en las aulas junto a cuentos, novelas y películas.

## 2. METODOLOGÍA

Tomando en consideración el planteamiento de Prensky (2001), en el que enunciaba la necesidad de una pedagogía adaptada a un nuevo perfil de alumnado definido por su familiaridad con el lenguaje informático, los videojuegos e Internet, Zepeda et al. (2016) propusieron tres aspectos a considerar al aportar nuevas propuestas metodológicas: el gusto de este nuevo

perfil estudiante por la instrucción dentro de entornos lúdicos, su búsqueda de la inmediatez y la importancia que dan a sentir un progreso constante —preferiblemente basado en la consecución de recompensas—. Bajo esta premisa, parece claro que el aprendizaje basado en el juego y, dentro del mismo, el videojuego, es un estilo metodológico altamente eficiente, especialmente desde el prisma que ofrecemos en este trabajo: la aproximación a una temática abstracta y, en ocasiones, olvidada; el miedo.

A continuación, se relata cómo surgió *Fobos* y se decidió que constituiría el método con el cual trataríamos de analizar el tópico de los juegos en el ámbito educativo. La creación de esta obra se planteó con el objetivo de recuperar los miedos infantiles desde una perspectiva fresca e innovadora. Los videojuegos son un campo en expansión que tiene cada vez más acogida en todas las edades pero que llama especialmente la atención a las generaciones más jóvenes. Además, sus mecánicas sencillas, su humor y sus referencias constantes a personajes propios de la LJJ, suman interés al título de cara a las aulas. *Fobos* sigue, además, la estructura clásica del cuento entendido como una narración simple y completa en sí misma (Lluch, 2003): situación inicial, acción y situación final. El hilo narrativo se apoya en las conversaciones, lo que justifica y facilita el empleo de un lenguaje menos elaborado y que puede facilitar la comprensión a las jugadoras y jugadores más jóvenes, si bien se dan algunas intervenciones textuales propias de la narración omnisciente. Todo esto tiene otra implicación positiva, y es que, como señalan Colomer y Durán (2000), el hecho de contar cuentos mediante medios audiovisuales facilita que se conozca, poco a poco, el hecho literario y que, paulatinamente, se pueda acceder a obras cada vez más complejas.

*Fobos* nació como un trabajo universitario en el grado de Artes de la Universitat Oberta de Catalunya. Se volvió imperativo, por tanto, percibir los videojuegos como una disciplina artística, no únicamente como un producto y aún menos como un mero entretenimiento. Como con cualquier obra de arte, era preciso tomar en consideración el contexto, dotarla de una intención discursiva y erigirla sobre todos los recursos que ofrece como medio específico. Además, teniendo en cuenta que genera una relación explícita con los cuentos tradicionales, se hizo patente la necesidad de agregar una perspectiva didáctica y narratológica a la ecuación. Esto, por supuesto, no fue lo único que fue tomado en consideración. Lo más importante y lo que dio lugar, a fin de cuentas, a que *Fobos* se convirtiera en un videojuego y no en un cómic o un libro ilustrado, fueron las peculiaridades propias del videojuego; algunas de las cuales hemos planteado anteriormente. Por ejemplo, la asunción del papel activo que este medio exige a sus jugadoras y jugadores y que les posibilita encarnar al personaje protagonista y vivir de un modo más próximo las experiencias y situaciones retratadas en el juego. También fue una razón el hecho de que el videojuego facilita un espacio seguro en que es posible fallar y repetir constantemente puzzles y niveles hasta alcanzar un objetivo en concreto; esto otorga a *Fobos*, en particular, un gran potencial pedagógico, pues permite un aprendizaje autónomo y basado en el ensayo y el error, siempre manteniendo una motivación impulsada por el deseo de completar la aventura. Finalmente, cabe destacar que convertir *Fobos* en una historia de ficción videolúdica le otorga una relación directa con la tecnología: un elemento altamente motivador (García et al., 2014) para el perfil de alumnado general que encontramos actualmente en nuestras aulas.

El tema principal de *Fobos* es, en definitiva, el miedo en un sentido muy general. No se busca mostrar conflictos particulares ni realidades complejas, sino algo mucho más simple: plantear el modo de manejar esa emoción desde la dicotomía entre enfrentar el miedo o huir de él. La sencillez de este planteamiento influye en su finalidad educativa y, al mismo tiempo, permite darle un enfoque muy cercano al de los cuentos clásicos. En definitiva, se está recreando una historia relativamente sencilla que, entre otras cosas, nos está ofreciendo una lección; sin embargo, es aquí donde todo cambia con respecto a los formatos tradicionales: ya no es posible limitar la figura del lector a un papel pasivo en que tan solo puede ver cómo se suceden las consecuencias de las decisiones que toma un personaje que, en cierto modo, resulta indiferente. En esta ocasión, gracias a las peculiaridades del videojuego que venimos resaltando a lo largo del texto, son los propios jugadores y jugadoras quienes se ponen en la piel del personaje protagonista y deciden cómo actuar.

Se confirma, pues, que *Fobos* puede constituir un procedimiento metodológico válido para el objetivo que se perseguía; pero, además, su creación dio pie a nuevas preguntas que podrían tanto enriquecer la línea que se buscaba como ayudar al desarrollo de nuevas posibilidades de investigación. Por ejemplo: ¿qué incidencias puede tener esa cualidad interactiva del videojuego en niñas y niños? ¿Es posible darle un uso pedagógico a *Fobos* partiendo de ese mismo rasgo? ¿Genera más interés hacia determinada temática el hecho de llevar un videojuego a las aulas?

Reflexionar acerca de qué hacer con este videojuego una vez creado abría la puerta a numerosas posibilidades. Así, pues, una vez decidido que *Fobos* se convertiría en un videojuego, llegó el momento de darle forma.

### 3. RESULTADOS

Tomando en consideración lo anterior, el desarrollo de *Fobos*<sup>1</sup> llegó a su aspecto más formal: su conversión a un programa funcional que permitiera a sus usuarias y usuarios interactuar con él como con cualquier videojuego normativo. Para ello, se emplearon RPG Maker VX Ace y un motor gratuito —Arc Engine— que permitieron convertirlo en un título de plataformas al uso. A partir de esto, se terminaron de perfilar otros apartados teniendo en cuenta las características técnicas e informáticas: las imágenes y las animaciones se ajustaron a la resolución del programa y se compuso la música en un formato simple que permitiera su repetición —MIDI— a lo largo de la partida. Más allá de estas cuestiones, tal vez más técnicas, se detalla a continuación el contenido de *Fobos*, pormenorizando los detalles que realmente hacen de él una gran obra dentro de la línea que trabaja este texto.

En primer lugar, cabe señalar el hilo conductor de su historia. *Fobos* recupera la famosa historia de Caperucita Roja, ampliamente conocida por el público en general y cuyos personajes y acontecimientos resultan familiares. Aprovechando este hecho, *Fobos* busca llamar la atención de sus jugadoras y jugadores al ofrecer una renovación de la historia mediante dos vías: el contarla a través de un medio menos convencional que el texto en papel, el videojuego, y el hecho de haberla reescrito desde la ironía y el humor. Es habitual, dado ese gusto por la inmediatez que, como venimos señalando, define al nuevo perfil infantil y adolescente, que se inicie una partida y se comience a jugar buscando la acción e ignorando los diálogos. Por

esto *Fobos* intenta, desde el principio, atraer la atención sobre sí mismo: ofrece un texto inicial (Figura 1) que, con rapidez, abre un misterio (¿qué ha pasado con la abuelita de nuestra protagonista?) y lo sitúa en un contexto actual (la abuelita en cuestión, por ejemplo, maneja con soltura las redes sociales).

Figura 1

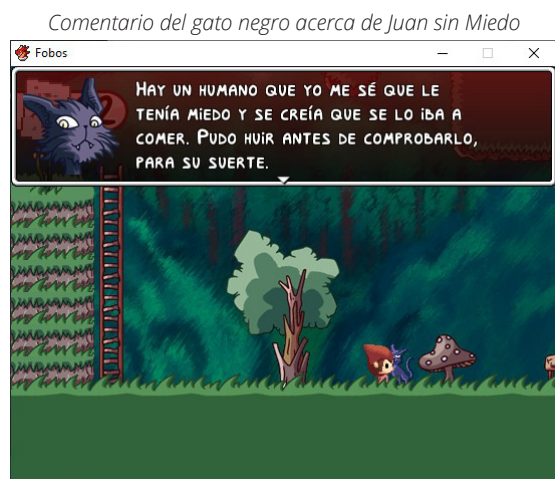


Además, concluida esta entradilla y habiendo tomado la jugadora o el jugador los controles, se encontrará inmediatamente con un escenario limpio y claro, lleno de elementos concretos que, rápidamente, animan a explorar (una rana con corona sobre un tronco, una nota abandonada en el suelo...), lo que evita una saturación de información que pudiera resultar agobiante o provocar que no se sepa hacia dónde ir. Otro rasgo reseñable de *Fobos* es que, si bien toma a Caperucita como eje vertebrador, también recupera a numerosos personajes propios de la literatura popular, los cuales ofrecen pinceladas que reformulan sus propios cuentos con el fin de incidir, a través de diferentes reflexiones, en el tema principal: el miedo. Un ejemplo de esto son las pistas que encontraremos a lo largo del juego y que son ni más ni menos que unos textos escritos por el famoso Juan sin Miedo. Si bien en el cuento original se caracteriza precisamente por no haber encontrado

<sup>1</sup> Es posible descargar *Fobos* de forma gratuita a través del siguiente enlace: [https://mega.nz/file/RwskiC-6B#EpgdV2BkiLzRMI2oc8Rz\\_O2WAF4ycZ1gXCJdJjxqFil](https://mega.nz/file/RwskiC-6B#EpgdV2BkiLzRMI2oc8Rz_O2WAF4ycZ1gXCJdJjxqFil)

jamás nada capaz de asustarle, en *Fobos* nos damos cuenta de que lo que sucede es justo lo contrario: se han alterado algunos aspectos de su historia y, leyendo entre líneas sus mensajes y lo que nos dicen otros personajes, es fácil percibir que, en el bosque donde transcurre *Fobos*, Juan sin Miedo está verdaderamente asustado (Figura 2).

**Figura 2**



Es también reseñable el hecho de que estas notas que Juan sin Miedo ha dejado por el camino se encuentran repartidas por los diferentes mapas, por lo que será necesario explorarlos si queremos leerlas todas. Se trata de una posibilidad secundaria y no es un requisito necesario para superar el juego, pero enriquece la experiencia. Desde una perspectiva artística, obliga a quien juega a interactuar con su entorno, a explorarlo, a reconstruir mentalmente al personaje que ha escrito esos mensajes, etcétera. Desde un punto de vista más pedagógico, contribuye a trabajar la paciencia y transmite el valor de la dedicación de cara a completar una tarea. También, aunque más adelante profundizaremos en la jugabilidad de *Fobos*, anima a probar las diferentes direcciones que el juego permite tomar, sugiriendo que puede ser interesante romper la dinámica de ir solo hacia la derecha (hacia “adelante”, según los

convencionalismos del videojuego de plataformas) y avanzar hacia el final del juego. Además, como no existen un tiempo límite ni un número de vidas pero sí, pese a la brevedad del juego, varios puntos de guardado, al jugar es posible darse el lujo de investigar y explorar diferentes opciones.

Como ya se ha señalado, el humor cumple con un papel fundamental en este juego. No se trata de un recurso empleado a la ligera, sino que *Fobos* se sirve del mismo para trabajar su propio discurso y ayudar a generar reflexiones sobre el miedo. Gracias a esto, jugar resulta particularmente divertido, aparte de que facilita provocar ese contrapunteo que se buscaba con respecto a los cuentos originales. En este sentido, comienzan a surgir una serie de cuestiones en relación con el juego: ¿Qué me está contando? ¿Por qué la historia es diferente a la que conozco? ¿Qué relación tiene este personaje, que pertenece a otro cuento, con la trama principal? ¿Por qué lo que me cuenta me resulta divertido? Plantearse y resolver estas preguntas mientras se juega constituye una de las bases de *Fobos*. Y es que todos estos elementos tienen especial importancia dentro del juego, no solo por su carga narrativa sino, especialmente, por lo que suponen desde el punto de vista interactivo. Los personajes se dirigen directamente a la persona que está jugando y, en función de las acciones que esta lleve a cabo (dirigirles la palabra o ignorarles, explorar o no ciertas zonas...), alterarán sus diálogos. Esta ruptura de la cuarta pared, tan propia de los videojuegos, por un lado, favorece la inmersión y, por otro, apela al sentido de la responsabilidad —muy interesante, también, desde un punto de vista pedagógico—.

En términos de jugabilidad, *Fobos* destaca por su sencillez. Se trata de un juego de plataformas con unas mecánicas muy convencionales: desplazamiento lateral con opción de salto y



botón para interactuar con los elementos del escenario. Este enfoque es intencional, pues se ha buscado una jugabilidad consolidada en el sector, estimulante y familiar para jugadoras y jugadores habituales, lo que facilita que sea posible centrar la atención en otros aspectos de la historia. Además, la forma de mover a nuestra protagonista se relaciona directamente con la dicotomía principal de *Fobos* en cuanto al modo de afrontar los miedos: enfrentarlos o huir; lo cual, de forma paralela, establece una asociación entre moverse hacia la izquierda (retroceder) y hacia la derecha (avanzar). Este aspecto está directamente vinculado con las escenas principales del juego: los enfrentamientos con el Lobo Feroz, el cual simboliza el propio miedo; es gigante, de aspecto agresivo, con dientes muy afilados y muchos ojos que se fijan en Caperucita. Esta apariencia, surrealista e imponente, busca que quien esté jugando se sienta vulnerable al verlo, razón por la cual —unida a que las únicas opciones de jugabilidad que nos ofrece *Fobos* consisten en desplazarse— la reacción automática es la de huir (desplazarnos de izquierda a derecha, buscando avanzar con la esperanza de alcanzar un lugar seguro o perder de vista al lobo). Esta huida puede completarse de un modo relativamente sencillo, pues los obstáculos que hay en el camino son fácilmente salvables. Sin embargo, lo que busca *Fobos* no es defender que la huida sea la única solución posible ante el miedo, sino que tenemos la opción de enfrentarlo. Por ello, normalmente, el lobo nos perseguirá a la misma velocidad a la que corre Caperucita, pero solo con el hecho de darnos la vuelta, la jugabilidad cambiará: el animal retrocederá muy lentamente en cuanto crucemos la vista con él. Si retomamos la huida, volverá a perseguirnos; si nos acercamos demasiado, llegaremos a otro final de la partida; si mantenemos las distancias y avanzamos hacia él, lentamente, terminará marchándose. Estas me-

cánicas simbolizan tres ideas: en primer lugar, que encarar el miedo puede ser positivo, pues podemos, simplemente, estudiarlo con cautela (girarse para mirar al lobo), sin exponernos al peligro; en segunda instancia, que lanzarse de cabeza hacia él, de forma imprudente, tampoco es la mejor solución. Finalmente, la importancia de cultivar la paciencia. Y es que un miedo no se supera de repente; no existe una fórmula mágica para ello. Requiere un cuidado, una prudencia y un tiempo que, en ocasiones, no podemos controlar (el juego presenta un ritmo determinado y es necesario adaptarse a él). Esto puede resultar incómodo, molesto y desesperante; puede sacar a quien esté jugando de la zona de confort. Esto es algo que también provocan los miedos, pero el mensaje es que, tarde o temprano, ese miedo desaparecerá.

En definitiva, *Fobos* permite (incluso, inicialmente, empuja a ello) la opción de huir. No es algo que se penalice, porque es una alternativa que tenemos en la realidad a la hora de afrontar un miedo o un conflicto en general. Se trata de una respuesta natural, incluso cómoda, y nos evita estar en la tesitura de decidir inmediatamente qué es lo que vamos a hacer. Además, el juego busca poner el foco en la importancia de la superación, sin importar el tiempo que se tarde en lograrlo; es igual de válida la persona que lo consigue (se enfrenta al lobo) antes que quien no se anima a hacerlo hasta el final. En el último nivel, eso sí, llegará un punto en que la opción de escapar habrá desaparecido, por lo que las únicas opciones disponibles para el personaje serán encarar al lobo o terminar la partida. Esto busca simbolizar, si bien de forma superficial —porque, de nuevo, no es el objetivo que se persigue, las situaciones límite— el hecho de encontrarse, casi literalmente, entre la espada y la pared. Aunque no hayamos pensado el modo de vencer al lobo hasta este mo-

mento, el propio juego nos da la pista definitiva sobre cómo hacerlo.

## 4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El aprendizaje basado en el juego constituye, sin duda, una metodología activa que responde tanto al perfil como a los intereses y gustos propios de la infancia y la adolescencia en la actualidad. Facilita un entorno lúdico para el aprendizaje, implementa la consecución de logros con retroalimentación inmediata y la obtención de recompensas y hace visibles los avances, entre otros muchos aspectos. Los videojuegos, como se ha planteado a lo largo del texto, se sitúan dentro de esta misma línea metodológica, con el añadido de que dan pie a nuevas posibilidades gracias a algunas características inherentes a ellos. Por ejemplo, su vinculación directa con la tecnología, sus narrativas intrínsecas, propias de un texto multimodal y, especialmente, su naturaleza como medio artístico, abierto a cualquier tipo de temática e intención representativa.

En el ámbito pedagógico, el juego ha tenido, tradicionalmente, un gran peso, si bien su presencia, potente en la etapa de Educación Infantil, va difuminándose a lo largo de los cursos de Primaria hasta desaparecer en los últimos cursos de Educación Secundaria Obligatoria. Desde nuestra perspectiva, buscamos defender el papel del juego —el videojuego, en este caso— más allá de las primeras edades, pues facilita un entorno seguro para el ensayo y el error (Brull & Finlayson, 2016) y para la libre exploración. Además, puede conseguir un incremento en la motivación e incluso lograr, en algunos casos, que el alumnado tenga más ganas de completar la tarea propuesta que de dar por finalizada la clase (Fernández et al., 2016). Por supuesto, es importante cuidar la selección

de títulos que llevamos a las aulas. Esto podría abrir la puerta a otra línea: el interés que supondría, en términos pedagógicos, la elaboración de videojuegos (no serios) independientes que pudieran ser del interés del alumnado al tiempo que permiten aproximarles a diferentes realidades. En esta línea podríamos situar a *Fobos*.

De hecho, quisimos que este juego abandonara el paradigma de lo teórico para comprobar su funcionamiento al implementarlo en un entorno educativo. Así, pues, *Fobos* fue llevado a las aulas de 1.º y 2.º de la ESO en el Colegio Santa Teresa de Jesús, en Tarragona. Para ello, se diseñó un pequeño taller<sup>2</sup> dividido en tres partes: una breve presentación del juego por parte de su autor, un tiempo de juego de media hora (previsiblemente, el necesario para completarlo incluso si se desea explorar, buscar las notas...) y, por último, un breve cuestionario de comprensión lectora que daría pie a una puesta en común y una tertulia, que resultaron muy interesantes. Al tratarse de una dinámica no estructurada con una muestra reducida, no hemos querido plantearla en términos de investigación y resultados para este documento, si bien tenemos intención de continuar con esta línea próximamente con el fin de obtener datos reseñables que nos permitan continuar perfilando tanto *Fobos* como cualquier actividad que pudiésemos derivar del juego. Lo que sí podemos afirmar es que el taller tuvo una muy buena acogida en términos de motivación e interés y, a tenor del debate, pudimos valorar de qué manera el alumnado percibía y se implicaba en la actividad. El aspecto más reseñable fue la facilidad con que se interpretó el simbolismo del juego, pues la mayor

---

2 Se pueden consultar comentarios acerca del taller en la página de Facebook del centro: <https://www.facebook.com/545243635611440/posts/2195437033925417/?sfn=scwspmo>

parte del grupo comprendió tanto el tema del videojuego como el rol del lobo y el porqué de las mecánicas seleccionadas para trabajarlo. La propuesta, sin embargo, no está limitada a la realización de esta actividad, sino que se está trabajando también en el diseño de materiales para propuestas didácticas relacionadas con el currículum de los diferentes niveles educativos y que forman parte de la prospectiva de esta línea de investigación.

En conclusión, los videojuegos no solo constituyen un medio de expresión artística idóneo para la representación de cualquier temática o simbolismo, sino que son, además, un recurso muy versátil para el aula en la actualidad. Se adapta al nuevo perfil del alumnado y está abierto a una gran diversidad de propuestas y dinámicas que van a favorecer la motivación y el aprendizaje. En este sentido y dentro de dicho campo, *Fobos* puede ser una alternativa interesante, además de que abre la puerta a nuevas líneas de investigación y propuestas didácticas que podría ser interesante explorar.

Creemos, asimismo, en el potencial que podría tener la creación de nuevos títulos en la línea de *Fobos*: videojuegos que aprovechen las características propias del medio para, sin ser instrumentalizados, facilitar el planteamiento de temáticas complejas, delicadas y/o abstractas en las aulas.

## REFERENCIAS

- Brull, S., & Finlayson, S. (2016). Importance of Gamification in Increasing Learning. *The Journal of Continuing Education in Nursing*, 47(8), 372-375. <http://dx.doi.org/10.3928/00220124-20160715-09>
- Colomer, T., & Durán, T. (2000). La literatura en la etapa de educación infantil. En M. Bigas y M. Correig (Coords.), *Didáctica de la lengua en la educación infantil*, (pp. 213-249). Síntesis.
- Cooper, J. C. (2000). *Cuentos de hadas. Alegorías de los mundos internos*. Sirio.

- Fernández, A., Olmos, J., & Alegre, J. (2016). Pedagogical value of a common knowledge repository for Business Management courses. *@TIC: Revista d'Innovació Educativa*, 16, 39-47. <https://doi.org/10.7203/attic.16.8044>
- García, A., Basilotta, V., & López, C. (2014). Las TIC en el aprendizaje colaborativo en el aula de Primaria y Secundaria. *Comunicar*, 21(42), 65-74. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-06>
- Lluch, G. (2003). *Análisis de narrativas infantiles y juveniles*. Universidad de Castilla-La Mancha.
- Marín, V. (2015). La Gamificación educativa. Una alternativa para la enseñanza creativa. *Digital Education Review*, 27, 5-8.
- Méndez, R. (2021). El videojuego y las distintas realidades culturales. En A. C. Moreno Cantano y A. Venegas. (Eds.), *La vida en juego. La realidad a través de lo lúdico* (pp. 317-341). AnaitGames.
- Moreno Cantano, A. C., & Venegas, A. (2020). El videojuego como espejo de la sociedad contemporánea. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 29, 1-8. <http://doi.org/10.20932/barataria.v0i29.577>
- Prensky, M. (2001). Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales. *On the Horizon. MCB University Press*, 6, 1-7. <https://aprenderapensar.net/wp-content/uploads/2010/10/Nativos-digitales-parte1.pdf>
- Reyes, V., Rodríguez, A. R., Alcázar, R. J., & Reidl, L. M. (2017). Las estrategias de afrontamiento que utilizan los adolescentes ante situaciones que provocan miedo. *Psicogente*, 20(38), 240-255. <https://doi.org/10.17081/psico.20.38.2544>
- Serna-Rodrigo, R. (2020). Posibilidades de los videojuegos en el ámbito de la Didáctica de la Lengua y la Literatura. Una propuesta de clasificación. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 9(1), 104-125. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i1.12245>
- Vallières, S. (2009). *Les Psy-trucs pour les enfants de 6 a 9 ans*. Les Éditions de l'Homme.
- Vivas, M., Gallego, D., & González, B. (2007). *Educar las emociones*. Producciones Editoriales C. A.
- Yohalem, J. (2014). *Child of light*. Ubisoft Montreal.
- Zepeda-Hernández, S., Abascal-Mena, R., & López-Ornelas, E. (2016). Integración de gamificación y aprendizaje activo en el aula. En *Ra Ximhai*, 12(6), 315-325.