

Representación cultural en las tecnologías: un acercamiento al potencial narrativo y retórico en los videojuegos

Cultural representation and hegemony through videogames: an approach to its narrative and rhetorical potential

Dr. Leonardo Andrés Moreno Toledano* Diseñador gráfico, doctor en Creación y Teorías de la Cultura por la Universidad de las Américas, Puebla (UDLAP), México. Maestro en Diseño Holístico por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Profesor investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Líder del Cuerpo Académico Diseño, Usuario y Entorno Intereses de investigación: Aproximaciones No Undisciplinarias Desde el Diseño, Generación de Conocimiento y Teoría de la Cultura.

Dra. Erika Rogel Villalba** Doctora en Research Art and Design por la Sheffield Hallam University. Maestra en Arts, Research Art and Design por la Sheffield Hallam University, South-Yorkshire, England. Especialista en Animación 2D, Texas Tech University, El Paso, Texas, EUA y licenciada en Diseño Gráfico por la UACJ. Coordinadora de Apoyo al Desarrollo Académico del IADA. Miembro del Cuerpo Académico Diseño, Usuario y Entorno. Intereses de investigación: Diseño Social, Investigación en Diseño y Responsabilidad Social del Diseño.

Ph. D. C. Salvador Edmundo Valdovinos Rodríguez*** Doctorante por la Universidad Concordia en Montreal, Canadá. Estudios en Tecnología Educativa por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Maestro y licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Miembro del Cuerpo Académico Diseño, Usuario y Entorno. Intereses de investigación: Educación y Diseño y Diseño Sostenible.

Resumen

La finalidad de este trabajo es explorar el papel que tienen en la actualidad los videojuegos y su potencial como un medio de representación cultural, a partir de su capacidad narrativa y retórica. Se presentará brevemente, información sobre la evolución de la industria del videojuego, desde sus inicios hasta convertirse, hoy en día, en una industria cultural equiparable al cine, y se pondrá especial énfasis en los sucesos que enmarcaron su potencial actual como medio masivo de comunicación y el interés que ha despertado como objeto de estudio. En función de lo anterior, se reflexionará acerca del potencial narrativo y retórico que los videojuegos han desarrollado en la representación de la cultura hegemónica en la contemporaneidad.

Palabras clave: videojuegos, representación cultural, hegemonía, narrativa, retórica

Resume

Present paper aims to explore the role that videogames plays nowadays as a medium of cultural representation, from its narrative and rhetorical skills. Briefly, we are presenting information about the evolution of the videogame industry, from its beginning to become in a cultural industry comparable to the cinema, with special emphasis focused on the events that framed its current potential as a mass media and interest aroused as an object of study. Based on the above, we have reflected on the narrative and representational potential that videogames have in today's culture, and the role that rhetoric plays in it.

Keywords: videogames, representation, culture, narrative, rhetoric.

Introducción

Los videojuegos se han convertido, desde su nacimiento en la década de los cincuenta hasta el día de hoy, en una industria cultural multimillonaria. Tan sólo en el 2009 se vendieron 273 millones de unidades en el ámbito mundial, lo que significa un total de 10.5 billones de dólares en ingresos. En México, según José Carmona y Melissa Trujillo (2013, p. 54), se estima que existen 16 millones de jugadores o *gamers* que cada año gastan alrededor de 1200 millones de dólares en videojuegos. Además, según expone Carlos González (2013, s/p), la edad de los jugadores oscila entre los cinco y los 60 años, el promedio es de 34 años.

En cuanto al desarrollo de los videojuegos, cabe hacer una especial mención a la aparición, en los últimos años, de los dispositivos móviles: tabletas electrónicas y celulares. La popularidad de éstos en relación con los videojuegos se ha visto reflejada en el crecimiento acelerado de ambos en la industria; aunque iniciaron con una tímida aparición de algunos videojuegos a principio del siglo, –los cuales eran versiones más pequeñas de juegos para ordenadores o consolas– han avanzado hasta conseguir videojuegos especialmente desarrollados para este tipo de dispositivos, aprovechando sus excelentes características.

Lo anterior ha logrado en los últimos años que el mercado de los videojuegos para móviles se convierta en el más grande de todos, La consultora CIU (Competitive Intelligence Unit), realizó un estudio en el cual muestra que en lo que va del 2016, los *gamers* mexicanos utilizan más sus dispositivos móviles que una consola para jugar. En el estudio menciona que del 100%, el 71% juega desde un teléfono móvil, 26% lo hace desde una consola, 15% juega desde una computadora, 11% juega desde una *tablet* y 2% juega desde una consola portátil (Milián, 2016, p. s/p). Estas cifras nos permiten obtener una perspectiva general del alcance masivo de los videojuegos en la actualidad y las implicaciones que pueden tener como medio de comunicación masiva.

Los avances tecnológicos de los últimos cincuenta años han propiciado la elaboración de juegos cada vez más complejos, no sólo en lo que se refiere a los gráficos, sino también a su capacidad narrativa y representacional de la realidad, e incluso, en su capacidad retórica, mismas que se explicarán más adelante. De ahí que los videojuegos sean desarrollados con propósitos diversos, desde ergódicos (para el trabajo), educativos, terapéuticos y lúdicos entre otros. Por ejemplo, Mark Wolf y Bernard Perron consideran a los videojuegos como “narración, simulación, performance, remediación (paso de un medio a otro) y arte. Así como una herramienta para la educación o un objeto de estudio para la psicología del comportamiento” (2005, p. 1).

Breve historia de la investigación

El concepto de juego es definido por la Real Academia Española como un “ejercicio recreativo sometido a reglas y en el cual se gana o se pierde” (2014, s/p). Esta definición, aunque somera, nos arroja tres características que generalmente podemos encontrar en los juegos:

- Tienen como fin la recreación, la diversión.
- Se desenvuelven con base en reglas que definen la manera en que inicia, se desarrolla y termina el juego.
- Conlleva como objetivo ganar al cumplir con ciertos requerimientos.

Celia Pearce explica estas características como parámetros, y después de estudiar diversos juegos plantea que las comunes entre ellos son: estar estructurados a través de reglas que los jugadores conocen y están dispuestos a seguir durante el tiempo que dure el juego; existe una meta u objetivo la cual se alcanza mediante el cumplimiento de sub-metas; hay obstáculos que sirven como desafíos y deben ser superados para llegar a la meta; inician con una cantidad de recursos determinados y estos cambian conforme se cumplan o no, las sub-metas y metas del juego. También hay consecuencias a manera de recompensas u dificultades; progresivamente se va generando información sobre el juego y aleatoriamente se origina información adicional, por ejemplo; al tirar los dados o dar vuelta a una ruleta. Estos parámetros mencionados en la definición de la Real Academia Española, pueden ser encontrados igualmente en juegos de mesa, juegos deportivos, juegos infantiles o videojuegos. Como Pearce sostiene, “la habilidad para hacer juegos recae en la capacidad para crear un balance entre estos parámetros” (2006, p. 69).

La historia de los videojuegos desde el punto de vista de la investigación, podría dividirse en tres etapas. La primera abarca desde los inicios de los años cincuenta hasta finales de los setenta del siglo xx. Durante esta etapa los videojuegos eran considerados por la mayoría de las personas como juegos inútiles, mismos que servían para entretener e incluso, aventuraban algunos, éstos pronto dejarían de existir. Los primeros escritos sobre videojuegos fueron hechos principalmente por aficionados y publicados en revistas como *Popular Mechanics*. Empero, el primer cambio importante en la manera de ver los videojuegos fue su inserción al sistema capitalista (mercado), a través de las *arcades*, también conocidas como tragamonedas. Con ello cambiaron las publicaciones, pues ahora, se centraban en estudiar el mercado de los juegos comerciales, algunas de ellas eran *Playmeter* (1974), *Replay* (1975) y *Star Tech* (1979). De los juegos más representativos de esta etapa fueron, *Pong* realizado en 1958 y comercializado por Atari en 1972, *Breakout* desarrollado por Steve Jobs y Steve Wosniak en 1976 y *Space Invaders* en 1978.



Figura 1. Breakout (1976), Obtenida el 01 de octubre 2016, <http://www.gamereviews.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/breakout.jpg>



Figura 2. Space Invaders (1978), obtenida el 01 de octubre 2016, http://i1.ytimg.com/vi/437Ld_rKM2s/hqdefault.jpg

La segunda etapa se sitúa a partir de 1978 y hasta finales de los años ochenta. Durante ella los videojuegos fueron ganando terreno tanto en la esfera comercial como en lo académico. Para los años ochenta, comenzaron a surgir los primeros libros especializados en ellos, los cuales se encontraban orientados mayormente al consumo, y aunque hubo algunos relacionados con el desarrollo de los videojuegos fue en 1984, que Chris Crawford escribe *The Art of Computer Videogame*, considerado como el primer libro sobre teoría del videojuego. En él, Crawford se preguntaba qué eran los juegos y por qué jugaba la gente, además de sugerir algunas reglas sobre su diseño, lo defendía como una forma de arte. En ese mismo año es publicado *Mind and Play, Psychology of Videogames* de Geoffrey Loftus, en el cual se estudiaban las motivaciones psicológicas de los jugadores, cómo se relacionaban éstas con el sistema cognitivo (atención, memoria) y las habilidades de solución de problemas.

Para las industrias productoras de videojuegos un suceso importante lo representó la crisis que en 1984 experimentó esta área de la industria, también conocida como la debacle de Atari. Esta crisis, probablemente causada por el exceso de juegos de mala calidad colocados en el mercado, llevó a la pérdida de confianza de los clientes. Empero, ésta fue superada un año más tarde gracias a la compañía Nintendo y su invento –que volvió a concentrar la mirada del mundo académico en los videojuegos– el *Nintendo Entertainment System* (NES). Los videojuegos comenzaron a ser mencionados de nuevo, al menos tangencialmente, debido a la curiosidad generada por los llamados interactivos multimedia y el desarrollo de los CD-ROM's.

A finales de los años noventa ya se observaba, como lo plantea Rochelle Slovin, un mayor interés por los videojuegos como objeto cultural (2009, s/p). Éste se vio reflejado en *The Hot Circuits: a Video Arcade*, una exposición retrospectiva de los videojuegos presentada por el American Museum of the Moving Image entre junio de 1989 y mayo de 1990, aunque cabe reconocer que, desde el punto de vista académico, no había mucho interés por la exposición. Sin embargo, una parte esencial de ella fue el ensayo escrito por Charles Bernstein, *Play it again, Pac-Man*, en el cual se ofrecían nuevas formas de pensar en los videojuegos y lo que estos significaban social, tecnológica y políticamente. Bernstein consideraba a los videojuegos como un objeto cultural que merecía una mayor atención, lo que convirtió su ensayo en una especie de apología del videojuego. Así, a partir de los años noventa, estos juegos ganarían rápidamente respeto e interés académico al crecer su estatus como objeto cultural.

Para 1991, Marsha Kinder, en *Playing with power, movies, T.V and videogames*, los situaba en el mismo nivel que otros medios de comunicación y analizaba las conexiones entre unos y otros. Por otra parte, en 1994 Leonard Hernan, escribe el primer libro sobre la historia de los videojuegos, *The Fall and Rise of Home Videogames*.

Un cambio relevante en este sentido fue la inserción de los personajes de los videojuegos en otros medios. A finales de los años setenta, los protagonistas de las películas comenzaron a ser utilizados como temas en la creación de videojuegos, un claro ejemplo de ello, fueron los juegos *Indiana Jones and the Lost Ark* y *ET el extraterrestre*, elaborados por Atari y lanzados al mercado en 1982. Más adelante,

en los años ochenta, comenzaron a desarrollarse programas de televisión y películas basadas en los videojuegos, tal es el caso de *Pac-Man*, que a inicios de 1980 se convirtió en una serie de dibujos animados, así como *The Last Starfighter* (1984), *Mario Bros* (1993), *Street Fighter* y *Double Dragon* (1994), entre otros.

La tercera fase puede ser considerada a partir de 1992, y va desde la introducción del CD-ROM hasta la actualidad. El CD-ROM permitió manejar más memoria en la implementación de videojuegos, lo que se reflejó en una mayor capacidad en los gráficos y en la introducción de pequeños fragmentos de video. Esto propició un aumento en la complejidad de los juegos, surgiendo algunos como *Doom* (1993) y *Myst* (1993), lo que hizo que la crítica a los videojuegos fuera más difícil. Este reto provocó la necesidad de hacer estudios completos y profundos, más allá de las reseñas hechas anteriormente. Poco a poco, el videojuego pasó de ser un objeto de poco interés a ser un medio diferenciado y valioso. En esta etapa se hizo evidente que los videojuegos ya no necesitaban imitar a los otros medios para existir, ya que, estaban generando nuevas experiencias como la interactividad misma que el cine y la televisión no podían.

Sobre lo anterior, Steven Poole publicó en el año 2000 su libro *Trigger Happy-Inner Life of Videogames*, en donde explica que la vida interior de los videojuegos se encuentra ligada a la vida interior del jugador, mediante una experiencia estética. Poole examinaba cómo se construían mundos, se explicaban historias y cómo los personajes se convertían en ídolos. Este libro se considera importante académicamente porque presenta una tendencia más teórica que práctica, en el que se enuncian autores como Walter Benjamin, Theodor Adorno, Platón, Charles Pierce y Ludwig Wittgenstein, entre otros. El libro de Poole adquiere un interés particular relacionado con este trabajo, debido a su aproximación a la manera en que se representa la cultura, “los mundos”, y cómo estos se construyen o “se representan” en el mundo virtual.

Poole se pregunta en su texto “¿Qué tan precisamente puede el videojuego aspirar a recrear algo del mundo real y cómo otros tipos de juego, como aquellos que presentan mundos fantásticos pueden persuadirnos de que son de alguna manera reales?” (2000, p. 84). Esta pregunta resulta central para el presente texto y por ello volveremos a ella más tarde.

Volviendo a la investigación de la industria del videojuego, podríamos asegurar que para el siglo XX, estos habían conseguido reconocimiento en el mundo académico, manifestado en las diversas tendencias aplicadas para su estudio en América del Norte y Europa entre las que se encuentran:

- La narratología, que estudia la capacidad de los juegos para narrar historias.
- Los estudios cognitivos, que analizan campos como la memoria, el pensamiento, y el desarrollo de habilidades cognitivas de los usuarios de videojuegos, entre otros.
- Las teorías de la representación, que estudian la manera en que es incorporada la realidad en los medios.
- La ludología, que estudia el carácter lúdico de los videojuegos.

Muchos de los primeros textos escritos en esta etapa, intentaban conectar los videojuegos con otros medios de comunicación fijándose en los elementos que compartían, es decir, exponían que los videojuegos eran, en palabras de David Bolter “remediaciones” o sea, medios dentro de otros medios (2000).

Narración y Videojuegos

Los estudios sobre la narrativa en los videojuegos según explica González, tienen su contraparte en los análisis lúdicos (2000, p. 116). Unos sostienen que, los videojuegos, en tanto objetos culturales, conllevan una narrativa particular, misma que remite a las características propias del contexto social que las diseña, mientras que otros piensan, que los videojuegos están constituidos por peripecias sin narración y temas que no cambian.

Jakub Majewski explica que la narrativa es una historia que consiste en una serie de eventos y que la narración es el acto mediante el cual se lleva esta historia a la audiencia. Asimismo, manifiesta de acuerdo a lo anterior, que:

“[...] la distinción básica entre las formas narrativas y las no narrativas de los medios es generalmente simple, el narrador en las formas narrativas busca acercar de la mejor manera el contexto a la audiencia, para permitirle crear la historia, mientras que en las formas no narrativas, incluso aunque exista un narrador, él no intentará hacer esto” (Majewski, 2003, p.3).

Para ejemplificar lo anterior, Jakub hace una comparación entre los juegos *Tetris* (1984) y *Space Invaders* (1978), y explica, que mientras que el primero no contiene ninguna narración porque no busca contar una historia, el segundo es más complejo, pues en él se sugiere que una invasión se está llevando a cabo y por lo tanto, existe una causa implícita entre la lucha del jugador contra las criaturas alienígenas. De ahí que Jakub afirme: “[...] la narrativa es apropiada para algunos juegos e inapropiada para otros” y agrega, que una manera de identificar la diferencia entre las formas narrativas y las no narrativas en los videojuegos es que las formas no narrativas generalmente premian al jugador con puntos, mientras que en las formas narrativas, es más importante la conclusión de la historia (2003, p.4).

Por otra parte, Jakub se apoya en McKee para describir la estructura básica presente en los videojuegos narrativos, de las que muestra tres modelos:

- *Modelo Spring of pearls*: el jugador avanza a través de varios eventos, y aunque en algunos casos parezca que tiene libertad, al final sólo avanzará al siguiente evento, *Shenmue* (2000) y *Legend of Zelda Skyward Sword* (2011).
- *Modelo Branching storyline*: en este modelo el jugador puede generar cambios en la historia, al seleccionar entre varias opciones que se le presentan en momentos estratégicos de la narración, *Fable* (2004, 2008 y 2010) y *Call of Duty-Black Ops II* (2012).
- *Modelo Amusement park*: el jugador posee cierta libertad en la historia para moverse de un lugar a otro, y lo que haga en algún momento afectará la manera en que se desarrolle el juego, *Massive Multiplayer Online Roleplaying Games* (MMORPG), *Final Fantasy XIII* (2009) y *The Elder Scrolls v- Skyrim* (2011).

Jakub manifiesta que existe una dicotomía entre narración e interactividad, entre las cuales debe existir un equilibrio. En la actualidad, la mayoría de los juegos son acompañados de pequeños videos que tienen como fin desarrollar la historia, pero si en un juego encontráramos demasiadas “pausas”, es decir, demasiadas partes en las que se interrumpe la interactividad, es posible arruinar el juego; de la misma manera, un juego en el que la interactividad permite demasiadas libertades y en el que no existe suficiente narración, debilitará el impacto de la historia. Así, en palabras de Jakub “conforme la interactividad sea incrementada en el juego, es más difícil desarrollar la narrativa” (Majewski, 2003, p.19).

Representación y Videojuegos

La manera en que interpretamos nuestro mundo se encuentra intrínsecamente relacionada con la forma en que se nos presenta a través del lenguaje. Como explica Stuart Hall (1997, p. 24):

“[...] lo que significan las cosas para nosotros, su significado, no es inherente a ellas. Es algo construido, producido, es el resultado de prácticas de significación, prácticas que producen significados, que hacen que las cosas tengan significado.”

Según Hall, existen tres aproximaciones que intentan explicar cómo la representación de las cosas funciona a través del lenguaje:

La aproximación reflectiva o mimética, sostiene que el significado recae en el objeto, persona, idea o evento en el mundo real y que el lenguaje funciona como un espejo, el cual refleja su verdadero significado que ya existe en el mundo.

La aproximación intencional, se presenta como el caso opuesto a la representación reflectiva. Ésta sostiene que es el emisor, el autor, quien impone su único significado sobre el mundo a través del lenguaje. “las palabras significan lo que su autor quiere que signifiquen” (p. 25).

La aproximación constructiva, por su parte, reconoce el carácter público y social del lenguaje. Sostiene que ni las cosas ni el individuo pueden hacer encajar el significado en el lenguaje. “Las cosas no significan, nosotros construimos su significado” (p. 25), al utilizar los sistemas de representación.

Así, para Hall, la representación es la producción de significados a través del lenguaje y el lenguaje es un sistema de representación, el cual se encuentra inserto en los códigos dominantes propios de un lenguaje. Hall explica que los códigos nos permiten construir mapas de significados que a su vez generan mapas de realidad social, mediante los cuales nos desenvolvemos socialmente (1973, p. 98). Sostiene a su vez, que la representación también puede referirse a objetos, personas, eventos o mundos imaginarios que no son parte de nuestro mundo material. “No existe una relación sencilla entre la reflexión, la imitación o la correspondencia entre el lenguaje y el mundo real” (Hall, 1997, p. 28).

Esto nos lleva nuevamente a la pregunta planteada por Poole (2000):

¿Qué tan precisamente puede un videojuego, aspirar a recrear algo del mundo real y cómo otros tipos de juegos que son formados por la fantasía, pueden persuadirnos de que son de alguna manera reales? ¿Cómo pueden simular lo que no existe?

“...la representación es la producción de significados a través del lenguaje y el lenguaje es un sistema de representación”

Un requerimiento crítico para ello, según Poole es “que el sistema de juego sea consistente, que mantenga una coherencia interna [...] Es la pobreza de coherencia más que la falta de realismo lo que arruina un videojuego” (2000, p. 95). Por ejemplo, podemos encontrar en varios videojuegos herramientas que tienen una utilidad para hacer algo, pongamos el caso de un hacha, que sirve en alguna parte del juego para quitar algo que obstaculiza el camino, ahora imaginemos por otra parte, que con esta misma herramienta sea imposible romper una puerta de madera cerrada con una simple cerradura.

Pero siguiendo la idea de Hall, Ian Bogost, sostiene que debemos entender cómo construir y criticar las representaciones de nuestro mundo en las formas del videojuego para deducir la manera en que se entrelazan la narrativa, el lenguaje y la representación en la cultura, (Bogost, 2008, p. 8).



Retórica y representación cultural en los videojuegos

La retórica entendida como acto de comunicación consiste, según Prieto Castillo en “una elaboración programada y por lo tanto, no espontánea de un mensaje a fin de que resulte efectivo para persuadir” (Prieto, 2001, p. 21). La retórica no es simplemente un acto desinteresado de comunicación sino que es elaborado, lo que implica que cuando se realiza un mensaje retórico, sus elementos se encuentran cuidadosamente seleccionados para cumplir con el objetivo establecido.

Siguiendo esta idea, la retórica sirve de vehículo integrador de los conceptos vistos anteriormente: la narrativa y la representación en el videojuego, responden a una cuidadosa selección de conceptos, ideas, lugares, personajes y eventos que tienen como objetivo darle coherencia mediante la representación de una cultura generalmente dominante, tal como lo refería Marx en su *Ideología Alemana*:

“Las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes, es decir, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad resulta al mismo tiempo la fuerza espiritual dominante. La clase que controla los medios de producción material controla también, los medios de producción intelectual.” (Marx, [1845] 1974, p. 50).

Ahora bien, Ian Bogost sugiere que los videojuegos se presentan de manera diferente a otras formas de persuasión digital, y que éstos cuentan con poderes persuasivos únicos, y agrega incluso, que los videojuegos tienen la capacidad de cambiar actitudes y creencias acerca del mundo, liderando un potencial de cambio social a largo plazo (Bogost, 2007, p.10).

Para Prieto Castillo “la persuasión se ejerce sobre la vida cotidiana y a partir de ella”, la vida cotidiana se encuentra llena de lugares comunes, por ejemplo: los refranes. Gran parte de lo que hacemos, incluidas nuestras decisiones se fundan en estos lugares comunes que implican cosas que todo el mundo acepta y nadie pone en cuestión. “En ello se basa en gran medida la eficacia de la retórica” (Prieto, 2001, p. 23).

Es importante recalcar que en la retórica no hay ninguna imagen objetiva. Según Prieto, “lo dicho por una imagen no es sólo el objeto sino también la intencionalidad del comunicador” (p. 37). Y agrega, “no hay retórica que no haya sido previamente programada. No hay gesto, vestido, color, que no esté calculado en función del impacto que puede producir en el receptor” (p. 38).

Dado lo anterior, podemos resumir que para que la narrativa pueda ser codificada y decodificada adecuadamente –siguiendo los códigos dominantes–, estos tienen que ser reconocidos en primer lugar por las audiencias, es decir, que cualquier personaje, lugar u objeto que sea representado ante nosotros debe poder ser comparado con algo conocido, de no ser así, no habría código, no habría comunicación. Por ejemplo, si observamos al personaje David Jones de la *Película Piratas del Caribe*, podemos discernir que para formarlo, los creativos utiliza-



Figura 3. David Jones, personaje de la película Piratas del Caribe. Obtenida el 01 de octubre de 2016 en <http://www.bigbad-toystore.com/images/products/out/large/HOT10100.jpg>

ron diversos elementos que eran primeramente reconocidos por ellos, la vestimenta de un pirata, la forma humanoide, un rostro que podría reconocerse como humano, una tenaza, una pata de cangrejo y una barba en la que además, se consigue ver la similitud con los tentáculos de algún molusco. Estos mismos elementos son registrados por la audiencia, en el entendido de que reconocen los signos y sus significados. Dicho de otra manera, ninguna persona puede crear algo de la nada, lo concibe a partir del reconocimiento y construcción de significados ante el entorno. De la misma manera, nadie puede reconocer algo sin haber registrado “eso” anteriormente.

Otro elemento que nos sirve para ejemplificar lo anterior, es la aspiradora *Hombot*, dicha aspiradora es irreconocible como tal sin tener conocimiento previo de lo que es, por el simple hecho de que no cuenta con las características que esperamos reconocer de una aspiradora.



Figura 4. Ejemplos de una aspiradora tradicional y la aspiradora Hombot, que no cuenta con las características propias de una aspiradora. Obtenido el 01 de octubre de 2016 en <http://www.culturamix.com/wp-content/uploads/2011/12/robo-aspirador-2.jpg>

En los videojuegos, la representación y la narrativa, juegan un papel muy importante junto a la retórica en la selección y representación de los objetos, personajes, ambientes y eventos que observamos en ellos, recreando el reforzamiento de la ideología de la cultura dominante, como ejemplo; podemos mencionar el juego *Yo Ville* (2008-2014), comercializado por la empresa Zinga en el portal de Facebook. *Yo Ville* es un juego interactivo desarrollado en Actionscript por Adobe, mediante la herramienta Flash, en dicho juego el personaje/usuario (conocido comúnmente como avatar), puede reflejar su personalidad mediante el cambio en la vestimenta, color de piel, cabello, etc.

“...la representación y la narrativa, juegan un papel muy importante junto a la retórica en la selección y representación de los objetos, personajes, ambientes...”

El juego tiene como objetivo desenvolverse en un mundo virtual en el que se reproducen las prácticas culturales dominantes del capitalismo. Durante el juego, el usuario tendrá que ir a trabajar en una fábrica para ganar dinero virtual, el cual podrá gastar en infinidad de productos y servicios ofertados dentro del mismo mundo virtual.



Figura 5. Diversas imágenes del juego Yo Ville de Zinga. Consultado el día 01 de octubre de 2016 en <http://www.proprofs.com/quiz-school/upload/yuii-upload/452709142.jpg>, http://www.gamebook.fr/wp-content/uploads/2009/05/yo_ville.jpg, http://globedia.com/imagenes/noticias/2012/5/17/trucos-juegos-facebook_1_2_1217886.jpg y <http://friskymongoose.com/wp-content/uploads/2010/02/yoville-olympics-items.jpg>

Un ejemplo más de lo anterior, lo podemos observar en el juego *Gears of Wars* (2006, 2008, 2011), producido por Microsoft para la consola Xbox 360, en él se simula una batalla entre una fuerza alienígena, que curiosamente presenta una mezcla de rasgos alemanes y rusos y los defensores, con rasgos norteamericanos. Asimismo, en todos los objetos que en él aparecen, entre ellos las criaturas, es posible encontrar que por extrañas que parezcan, no dejan de tener rasgos reconocibles de la cultura y de las ideas dominantes de los creadores.



Figura 6. Imágenes de *Gears of Wars*, (Arriba). Defensores, (Abajo). Invasores extraterrestres. Recuperado el 01 de octubre de 2016 en <http://mp1st.com/wp-content/uploads/2011/09/gears-of-war-3-group.jpg> y http://images2.wikia.nocookie.net/_cb20110715224830/gearsofwar/es/images/thumb/f/f9/LocustHorde_by_BlackDragonGears.png/500px-LocustHorde_by_BlackDragonGears.png

Conclusión

Podemos concluir, a partir de lo aquí expuesto, que los videojuegos desde mediados de los años noventa han experimentado un rápido desarrollo gracias a los avances tecnológicos, entre los que destacan la cada vez mayor capacidad de almacenamiento y las velocidades y arquitecturas de procesamiento de los diferentes chips (GPU y CPU) para reproducir gráficos y videos de alta definición. Gracias a lo anterior, los videojuegos se han convertido, a partir del nuevo milenio, en un producto cultural con una enorme habilidad para representar la cultura (dominante). Asimismo, cabe destacar su capacidad para reproducir relaciones culturales y sociales, en ellos (interface) y a través de ellos (redes), algo que va más allá de la aplicación lúdica observada en sus orígenes. Como consecuencia de lo anterior, el interés en los videojuegos como objeto de estudio se ha extendido a áreas tan diversas como los estudios cognitivos, la narrativa, las teorías de la representación y en nuestra opinión, la retórica y el diseño gráfico. Además, cabe destacar que, en la actualidad, los videojuegos se nos presentan como importantes herramientas para el desarrollo social; estos cuentan —en especial con el crecimiento en el uso de juegos en dispositivos móviles— con el potencial para ser aplicados en diversas áreas como: la educación, la promoción de valores, el cambio de hábitos y la promoción de una conciencia ecológica, más allá de su dimensión como medio de entretenimiento. Sin embargo, creemos que para poder utilizar a los videojuegos con estos fines, es de suma importancia entender cómo es que los mundos virtuales son construidos y cómo es que pueden ser representados a través de ellos los valores culturales y sociales de una sociedad.

Además de lo anterior, debemos aprender a entrelazar el lenguaje, la narrativa, la representación y la retórica de manera congruente y eficaz, de tal manera que el videojuego en todas sus manifestaciones, tanto actuales como futuras, funcione como un facilitador en el aprendizaje de los más diversos temas a través de medios visuales. Por último, si agregamos la capacidad “online” que tienen los videojuegos de última generación, además de su capacidad para conectarse con otros medios (televisión, radio, películas), podríamos plantear al videojuego como el medio masivo predominante para el desarrollo de aplicaciones educativas en la economía y la cultura del siglo XXI.

Bibliografía

- Bogost, I. (2007). *Persuasive Games, the expressive power of videogames*. Inglaterra, MIT.
- Bogost, I. (2008). *The rhetoric of videogames*. The Ecology of Games: Connecting Youth, Games and Learning. Estados Unidos, MIT, pp. 117-140.
- Carmona, J & Trujillo, M. (2013). *La industria de los videojuegos en México*, Mercados especiales, pp. 54-58.
- González, C. (2013). *El negocio de ser gamer*. Reporte Índigo. Recuperado el 10 de septiembre de 2014, de <http://www.reporteindigo.com/indigonomics/el-negocio-de-ser-gamer>
- González H. (2000). *Veinticinco años de videojuegos en México*. Las mercancías tecno culturales y la globalización económica. México: Universidad de Guadalajara. Recuperado el 08 de diciembre de 2013, de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/38_2000/103-126.pdf
- Hall, S. (1997). *Representation, cultural representations and signifying practices*. Estados Unidos: Sage.
- (1973). *Encoding/Decoding. Culture, Media, Lenguaje*. Working Papers in Cultural Studies. pp. 128-138.
- Loguidice, B. (2009). *Vintage Games*. Estados Unidos: Focal Press.
- Majewski, J. (2003). *Theorising Videogame Narrative*. Australia: Bond University. Recuperado el 06 de octubre de 2015 de http://www.cs.vu.nl/~eliens/CREATE/local/story/mthesis_jakub.pdf
- Marx, C & Engels, F. (1974). *La ideología alemana. Crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner y del socialismo alemán en sus diferentes profetas*. Barcelona, España: Grijalbo.
- Milián, H. (2016). *Los mexicanos consumen más los videojuegos en sus dispositivos móviles*. Recuperado el 01 de octubre 2016 de <http://www.meristation.com.mx/noticias/los-mexicanos-consumen-mas-los-videojuegos-en-sus-dispositivos-moviles/2150060>
- Poole, S. (2007). *Trigger Happy, Videogames and the Entertainment Revolution*. Estados Unidos: Self Published.
- Pearce, C. (2006). *Games as Art: The Aesthetics of Play*. Visible Language. 40, 1, pp. 66-89.
- Prieto, D. (2001). *Retórica y manipulación masiva*. México: Ediciones Coyoacán. Real Academia Española. En línea. Recuperado el 8 de diciembre de 2011, de <http://lema.rae.es/drae/?val=juego>
- Wolf, M. (2005). *Introducción a la Teoría del Videojuego*. Formats, 4, pp. 1-25.