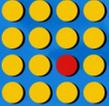


COLECCIÓN COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO

# Comunicación y videojuegos. Reflejando la sociedad a través del ocio interactivo

Editor  
**Guillermo Paredes-Otero**



**EGREGIUS**  
*ediciones*

COMUNICACIÓN Y VIDEOJUEGOS.  
REFLEJANDO LA SOCIEDAD  
A TRAVÉS DEL OCIO INTERACTIVO



— Colección *Comunicación y Pensamiento* —

**COMUNICACIÓN Y VIDEOJUEGOS.  
REFLEJANDO LA SOCIEDAD  
A TRAVÉS DEL OCIO INTERACTIVO**

**Editor**

Guillermo Paredes-Otero

**Autores**

(por orden de aparición)

Guillermo Paredes-Otero  
Antonio César Moreno Cantano  
Carlos Álvarez Barroso  
Jesús Albarrán Ligerio  
Antonio Fco. Campos Méndez  
Sergio Jesús Villén Higuera  
Augusto David Beltrán Poot  
Fernando Martínez López  
Rafael Jaén Pozo



COMUNICACIÓN Y VIDEOJUEGOS.  
REFLEJANDO LA SOCIEDAD A TRAVÉS DEL OCIO INTERACTIVO

Ediciones Egregius  
[www.egregius.es](http://www.egregius.es)

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Ediciones Egregius

N.º 65 de la colección Comunicación y Pensamiento  
1ª edición, 2020

ISBN 978-84-18167-35-5

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Ediciones Egregius ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

*Colección:*  
**Comunicación y Pensamiento**

Los fenómenos de la comunicación invaden todos los aspectos de la vida cotidiana, el acontecer contemporáneo es imposible de comprender sin la perspectiva de la comunicación, desde su más diversos ámbitos. En esta colección se reúnen trabajos académicos de distintas disciplinas y materias científicas que tienen como elemento común la comunicación y el pensamiento, pensar la comunicación, reflexionar para comprender el mundo actual y elaborar propuestas que repercutan en el desarrollo social y democrático de nuestras sociedades.

La colección reúne una gran cantidad de trabajos procedentes de muy distintas partes del planeta, un esfuerzo conjunto de profesores investigadores de universidades e instituciones de reconocido prestigio. Todo esto es posible gracias a la labor y al compromiso de los coordinadores de cada uno de los monográficos que conforman este acervo.

*Editora científica*

**Rosalba Mancinas-Chávez**

*Editor técnico*

**Francisco Anaya Benítez**

*Consejo editorial*

Ramón Reig (*Universidad de Sevilla*)

José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)

Ma. del Mar Ramírez Alvarado (*Universidad de Sevilla, España*)

Augusto David Beltrán Poot (*Universidad Autónoma de Yucatán, México*)

Rafael Marfil Carmona (*Universidad de Granada*)

Amor Pérez Rodríguez (*Universidad de Huelva*)

Carmen Marta-Lazo (*Universidad de Zaragoza*)

Gloria Olivia Rodríguez Garay (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

M<sup>a</sup>. Ángeles Martínez (*Universidad de Sevilla, España*)

Marta Pulido (*Universidad de Sevilla, España*)

Martha Elena Cuevas Gómez (*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*)

Martha Patricia Álvarez Chávez (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

*Edita:*

  
**EGREGIUS**  
*ediciones*



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
GUILLERMO PAREDES-OTERO	
CAPÍTULO I. El estudio de la problemática internacional a través de la serie de videojuegos <i>Global Conflicts</i> .....	15
DR. ANTONIO CÉSAR MORENO CANTANO	
CAPÍTULO II. La mecánica como texto: el caso de <i>What Remains of Edith Finch</i> .....	33
CARLOS ÁLVAREZ BARROSO	
CAPÍTULO III. Estructuralismo figurativo en el cibertexto <i>The Witcher 3: Wild Hunt</i> : Mitocrítica de los Reinos del Norte.....	55
DR. JESÚS ALBARRÁN LIGERO	
CAPÍTULO IV. La disyuntiva del terror como tratamiento estético e interactivo de la psicosis: el caso de <i>Hellblade: Senua's Sacrifice</i> .....	83
ANTONIO FCO. CAMPOS MÉNDEZ	
CAPÍTULO V. Informando sobre deporte electrónico: los esports como contenido periodístico en <i>Antena 3 Noticias</i> .....	105
GUILLERMO PAREDES-OTERO	
CAPÍTULO VI. La gamificación en los sistemas de pago móvil en China: el caso de Alipay .....	133
DR. SERGIO JESÚS VILLÉN HIGUERAS	
CAPÍTULO VII. El uso de la lógica transmedia y la gamificación en un curso universitario.....	157
DR. AUGUSTO DAVID BELTRÁN POOT	
CAPÍTULO VIII. El Lore en los videojuegos. Una forma de estimular la motivación de los estudiantes en educación superior.....	181
DR. FERNANDO MARTÍNEZ LÓPEZ Y DR. RAFAEL JAÉN POZO	



## INTRODUCCIÓN

---

Las acciones más simples pueden ser las más importantes, con unos efectos inesperados y una repercusión que supera el espacio y el tiempo. Sería interesante estar en el Laboratorio Nacional de Brookhaven en ese trascendente año de 1958 para preguntarles a William Higinbotham y a Robert Dvorak si eran conscientes de que aquel rudimentario tenis de mesa interactivo que construyeron para una exposición, conocido como *Tennis for Two*, recreando en la pantalla de un osciloscopio una pista vista desde el aire con una red en el centro y dos raquetas en forma de línea iba a derivar en el fenómeno cultural que en la actualidad conocemos como videojuego con una relevancia tanto económica como social a nivel mundial. Si esos estudiantes del Tech Model Railroad Club que se pasaban las noches de 1961 para echar y ver partidas de duelos de naves espaciales de *Spacewar!* o los asistentes y participantes que acudieron en 1972 a la Universidad de Stanford para ver las primeras competiciones oficiales de dicho juego imaginaban que estaban en los orígenes de los llamados eSports, de torneos que, a día de hoy, los enfrentamientos entre equipos en un mismo videojuego acumulan millones de espectadores por todo el globo gracias sobre todo al papel de las redes sociales y las plataformas de retransmisión.

En poco más de medio siglo estas experiencias pioneras y rudimentarias se han convertido en un fenómeno de masas hasta el punto de que vivimos una ludificación de la sociedad. Dicho de otra forma, el videojuego ya no es un simple producto de entretenimiento basado en estar delante de una pantalla e interactuando con los elementos que aparecen en ella, sino que su uso se está implementando en prácticamente todos los campos de la sociedad -educación, periodismo, sanidad, empresas- teniendo tanto prácticas como objetivos diferentes a la finalidad lúdica. Pongamos un par de ejemplos para ilustrar esto. El 3 de noviembre de 2018 tenía lugar la final del campeonato mundial de *League of Legends* entre los equipos Invictus Gaming y Fnatic. Dicho enfrentamiento, que acabó ganando Invictus, llegó a superar la cifra de 205 millones de

visualizaciones simultáneas<sup>1</sup>. Para hacernos una idea, la Super Bowl de dicho año apenas llegó a los 103,4 millones de espectadores<sup>2</sup>. Por otro lado y cambiando de escenario, *This War of Mine* (11 Bit Studios, 2014) será el primer videojuego en ser incluido como lista de lectura durante el curso académico 2020/21 para los estudiantes de Sociología, Historia, Ética y Filosofía en Polonia<sup>3</sup>. La expectación que causa una partida de ocio interactivo o el uso de un videojuego como material educativo son dos de las múltiples oportunidades que puede ofrecer el mayor fenómeno cultural del siglo XXI

La relevancia que tiene el videojuego en la actualidad no es indiferente en el mundo académico. El presente manuscrito es el resultado del simposio homólogo, *Comunicación y videojuegos. Reflejando la sociedad a través del ocio interactivo*, que tuvo lugar en abril de 2020 dentro del V Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento (Universidad de Sevilla). Un congreso que se vio afectado, al igual que el resto de la sociedad, por la pandemia del Covid-19, cuyos efectos aún están presentes mientras se escriben estas líneas. De ser un evento presencial tuvo que convertirse en una actividad académica online. Una transformación ante la que respondieron de manera magistral los investigadores e investigadoras de este simposio que tuve la oportunidad de coordinar. Este libro no es sino la materialización de los trabajos abordados en dicho simposio<sup>4</sup>. Por lo tanto, el primer agradecimiento va destinado a todos los participantes por el interés y compromiso demostrado durante el

---

<sup>1</sup> Guiñón, A. (5 de noviembre de 2018). Más de 200 millones de espectadores vieron la final del Mundial de LOL. AS. Recuperado de [https://esports.as.com/worlds-2018/audiencia-espectadores-final-Mundial-LoL\\_0\\_1188181179.html](https://esports.as.com/worlds-2018/audiencia-espectadores-final-Mundial-LoL_0_1188181179.html)

<sup>2</sup> EFE. (6 de febrero de 2018). La baja audiencia de la Super Bowl confirma la crisis de la NFL. *Sport*. Recuperado de <https://www.sport.es/es/noticias/deportes/baja-audiencia-super-bowl-confirma-crisis-nfl-6604251>

<sup>3</sup> Pérez, C.M. (19 de junio de 2020). *This War of Mine*: Gratis para estudiantes de sociología, historia o filosofía en Polonia. *Vandal*. Recuperado de <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350735515/this-war-of-mine-gratis-para-estudiantes-de-sociologia-historia-o-filosofia-en-polonia/>

<sup>4</sup> <https://comunicacionypensamiento.org/inicio/simposios/comunicacion-y-videojuegos-reflejando-la-sociedad-a-traves-del-ocio-interactivo/>

congreso. En estas páginas encontrarás el efecto del videojuego en ámbitos tan diversos como la educación, el periodismo, la narrativa e incluso la mitología y su relación con los mismos, a través de variadas líneas de investigación y metodología tanto cuantitativa como cualitativa.

Centrándonos en el contenido de las páginas posteriores, en el primer capítulo, Antonio César Moreno Cantano, de la Universidad Complutense de Madrid, analiza la narrativa de la colección de videojuegos *Global Conflicts*, una serie de títulos centrada en temáticas como la guerra de Afganistán, los niños de la guerra en Uganda, la violencia en México o el conflicto entre Israel y Palestina, y que demuestran cómo el ocio interactivo también puede verse como una herramienta de aprendizaje e incluso como una forma de hacer periodismo. Aplicando una metodología comparativa e interdisciplinar, centrándose en los personajes, diálogos e imágenes de los títulos *Child Soldier's Uganda* y *Global Conflict: Latin America*, el autor llega a la conclusión de que estos juegos tienen un valor como herramienta digital en los ámbitos informativos y educativos, siendo una forma de concienciar a través del conocimiento sobre problemáticas internacionales.

La importancia de la mecánica como texto es el tema que se aborda en el segundo capítulo. El investigador de la Universidad de Sevilla, Carlos Álvarez Barroso, pone sobre la palestra el eterno debate de si el videojuego debe ser considerado como una forma de expresión narrativa o, en cambio, ludológica con el título desarrollado por Giant Sparrow y lanzado al mercado en 2017, *What Remains of Edith Finch*. Tras repasar las características propias del género *walking simulator*, este trabajo pretende ser a través de este juego una forma de cohesionar ambas teorías, para estudiar cada uno de los personajes de este título desde el punto de vista de la ludonarrativa. Empleando una metodología descriptiva enfocada en cada avatar y las mecánicas con las que debe interactuar el usuario cuando tome el rol de cada uno de los miembros de la familia Finch, este trabajo expone la importancia del cibertexto como una herramienta válida para el estudio de la ludonarrativa con un juego que reconstruye el género de los videojuegos conocido como *walking simulator*.

El tercer capítulo de este libro sigue centrándose en un nombre propio, en este caso el videojuego desarrollado por CD Project RED para su lanzamiento en 2015, *The Witcher 3: Wild Hunt*. Jesús Albarrán Ligeró, de la Universidad de Sevilla, pone el foco en el considerado por la crítica y la comunidad de usuarios como uno de los juegos más importantes de la octava generación de consolas para examinarlo desde el punto de vista del estructuralismo figurativo. Aplicando un análisis neohermenéutico, el autor de este trabajo compara la última aventura del personaje Geralt de Rivia con las estructuras antropológicas del imaginario que acuñó el teórico y mitólogo Gilbert Durand en 1984 para comprobar si éstas son aplicables tres décadas después a un producto interactivo, demostrándose gracias a un amplio número de ejemplos, desde personajes, objetos, hasta los propios diálogos que tienen lugar en el juego.

El uso del terror como una alternativa para reflejar la psicosis desde un punto de vista estético e interactivo es el tema del cuarto capítulo. Desde la Universidad de Sevilla, Antonio Francisco Campos Méndez analiza el viaje de la protagonista del videojuego *Hellblade: Senua's Sacrifice* y cómo se representa la enfermedad mental que padece. Tras contextualizar el estudio con ejemplos de terror como género del ocio interactivo, presentando el título de *Silent Hill 2* como antecedente, estamos ante una nueva investigación que demuestra el papel que tienen los videojuegos como herramienta de concienciación, en este caso sobre la psicosis, con el objetivo de analizar qué elementos se utilizan para realizar una visibilización real de la psicosis en aras de lograr la sensibilización del usuario. Para ello, el investigador ha tenido en cuenta elementos como el desarrollo argumental, la temática, la intencionalidad de los desarrolladores, la estética del entorno y la construcción del mismo y factores comunicativos y expresivos. Con este análisis discursivo, estético y mecánico, se llega a la conclusión de que el videojuego de Ninja Theory estrenado en 2017 es capaz de crear una nueva perspectiva en el desarrollo del ocio interactivo.

En el quinto capítulo, el investigador de la Universidad de Sevilla, Guillermo Paredes Otero, analiza cómo es el tratamiento informativo que reciben los eSports por parte de la prensa generalista en televisión. El autor hace un recorrido que va desde la importancia que tiene el deporte

electrónico a nivel mundial y en España a raíz de las cifras que mueve este sector, los eventos más importantes que tienen lugar así como los espectadores que acumulan los torneos, hasta las distintas formas de cubrir informativamente los eSports. Todo esto en aras de contextualizar la investigación para posteriormente centrarse en observar qué informaciones emite sobre este ámbito de los videojuegos *Antena 3 Noticias*, amparándose en el hecho de que éstos son los informativos con más audiencia en suelo español. La investigación refleja cómo la amplia audiencia de este medio recibe una imagen que en muchos casos es errónea y sin relación con el tema, por lo que se ofrece una idea equivocada sobre en qué consisten los eSports. Al mismo tiempo el deportista electrónico es dejado de lado para informar desde un punto de vista limitado a la perspectiva empresarial y económica.

Desde la Universidad de Málaga nos llega la influencia de los videojuegos en los sistemas de pago móvil en China, concretamente el caso de Alipay, al ser la plataforma más usada en el país oriental. Con el gigante asiático teniendo la mayor comunidad de usuarios de Internet y la gamificación como contexto, Sergio Jesús Villén Higuera estudia en el sexto capítulo el uso que se hace de las funciones gamificadas *El bosque de hormigas* (2016), *La granja de hormigas* (2017) y *Semillas de sésamo* (2018) prestando atención a las funciones no eventuales que emplean sistemas gamificados y las sinergias que se establecen con el resto de funciones y contenidos que ofrece Alipay. El autor llega a la conclusión que estas tres oportunidades hacen de la gamificación un medio para construir una dimensión lúdica, social, ecológica y solidaria, consiguiendo hacer una plataforma multidimensional de uso cotidiano, capaz de mejorar la sociedad y crear hábitos en los usuarios en función de sus intereses.

Continuando con la gamificación, el uso del videojuego más allá de como opción de entretenimiento se presenta en el séptimo capítulo junto a la lógica transmedia dentro de un curso universitario. Desde México, concretamente desde la Universidad Autónoma de Yucatán, Augusto David Beltrán Poot expone cómo la gamificación y la lógica transmedia se han empleado en la asignatura de teoría curricular y las reacciones de los 36 alumnos que cursan dicha materia. Usando herramientas de simulación así como la plataforma Moodle y la red social Facebook, los resultados

reflejan que estas técnicas de enseñanza hacen que el compromiso de los estudiantes sea mayor gracias al avance de niveles, el cumplimiento de desafíos y la obtención de recompensas.

Finalmente, el octavo y último capítulo de este libro sigue la línea expuesta en la investigación anterior presentándose como una forma de orientar la realización de programas formativos de enseñanza superior. Los investigadores Fernando Martínez López y Rafael Jaén Pozo, de la Universidad Alfonso X el Sabio y la Universidad Rey Juan Carlos respectivamente, toman como referencia el concepto de Lore para ofrecer una investigación-acción basada en la publicación de material académico complementario en la red social Instagram y destinado a los estudiantes de la asignatura Distribución y Logística de ambas universidades durante el curso académico 2019/20. La conclusión a la que llegan ambos investigadores es que con esta herramienta los estudiantes muestran mayor interés tanto durante el periodo lectivo como fuera del mismo, demostrándose igualmente la relevancia y utilidad que tiene la gamificación en la actualidad.

En términos generales, *Comunicación y videojuegos. Reflejando la sociedad a través del ocio interactivo* es una obra de divulgación académica de la cual el lector podrá llegar a la conclusión de que el videojuego es mucho más que entretenimiento: es cultura, es educación, es narración, es simulación y, en definitiva, es un fenómeno aplicable a todos los ámbitos de la sociedad con enorme potencialidad como demuestran los trabajos expuestos en esta obra. Sin más, dar mi agradecimiento más profundo a los autores que han participado en este libro por su trabajo y dedicación, gracias a los cuales no habría sido posible la publicación de este manuscrito.

Finalmente, al lector de este libro, sea gamer o sin haber tocado nunca un mando recomendarle que se extraiga de opiniones externas y personales sobre el ocio interactivo y disfrute del conocimiento que adquirirá con cada una de las investigaciones. Con total seguridad podrá ver el videojuego con otros ojos cuando lo finalice.

GUILLERMO PAREDES-OTERO  
*Universidad de Sevilla*

EL ESTUDIO DE LA PROBLEMÁTICA INTERNACIONAL  
A TRAVÉS DE LA SERIE DE VIDEOJUEGOS  
*GLOBAL CONFLICTS*

---

DR. ANTONIO CÉSAR MORENO CANTANO  
*Universidad Complutense de Madrid, España*

RESUMEN

La empresa danesa *Serious Games Interactive* y su serie de títulos *Global Conflicts*, que recogen temáticas tan variadas como la guerra de Afganistán, los ‘niños de la guerra’ en Uganda, la violencia en México o el conflicto israelí-palestino, son un claro ejemplo de la interacción entre medios digitales, periodismo interactivo y aprendizaje.

A través de la presente comunicación nos aproximaremos brevemente a las narrativas de todos ellos, evaluando -mediante un método comparativo e interdisciplinar- el grado de realismo o discordancia de los mensajes e imágenes contenidas. ¿Es posible mediante el avatar de un periodista conocer aspectos tan relevantes como los niños de la guerra en el corazón de África, las tensiones geopolíticas en Gaza o el intervencionismo norteamericano en Oriente Medio? Mediante un análisis textual y visual valoraremos las amplias posibilidades que ofrece este formato para conocer de manera interactiva (dentro de las corrientes de periodismo inmersivo y los *newsgames*) estas problemáticas.

Los resultados se presentarán a través de los casos y situaciones más llamativos y relevantes, ponderando a la par su utilidad educativa y como elemento de resolución de conflictos.

PALABRAS CLAVE

Conflictos bélicos, Narrativas Transmedia, Periodismo, Relaciones Internacionales, Videojuegos.



## 1. INTRODUCCIÓN. CONFLICTOS INTERNACIONALES Y SERIOUS GAMES: NUEVAS FORMAS DE PERIODISMO INMERSIVO Y PREVENTIVO

Siguiendo la estela de estudios como los del profesor de Relaciones Internacionales de la Universidad de New York, Marcus Schulzke (2016), o Nick Robinson (2015), de la Universidad de Leeds, consideramos que los videojuegos pueden ser un instrumento cultural, visual y educativo muy válido para conocer detalladamente los principales conflictos armados y crisis humanitarias que azotan a la estructura y sociedad mundial. Conviene delimitar, por tanto, en estas líneas introductorias qué entendemos por conflicto internacional. Según el informe *Alerta 2019!* de la Escola de Cultura de Pau (Universitat Autònoma de Barcelona, 2019), es definido como todo enfrentamiento protagonizado por grupos armados regulares o irregulares con objetivos percibidos como incompatibles, en el que el uso continuado y organizado de la violencia: a) provoca un mínimo de 100 víctimas mortales en un año y/o un grave impacto en el territorio (destrucción de infraestructuras o de la naturaleza) y la seguridad humana (ej. población herida o desplazada, violencia sexual, inseguridad alimentaria, impacto en la salud mental y en el tejido social o disrupción de los servicios básicos); b) pretende la consecución de objetivos diferenciados de los de la delincuencia común y normalmente vinculados a: demandas de autodeterminación y autogobierno, o aspiraciones identitarias; oposición al sistema político, económico, social o ideológico de un Estado o a la política interna o internacional de un gobierno, lo que en ambos casos motiva la lucha para acceder o erosionar al poder; o control de los recursos o del territorio. La mayoría de ellos, por tanto, se ven acompañados de desplazamientos forzados de población y, en el peor de los casos, pueden derivar en genocidios y matanzas indiscriminadas de población civil. En el año 2017, y aplicando estas características, se podían nombrar 117 puntos de conflictividad global.

Muchas de estas problemáticas internacionales han sido representadas en las creaciones de *Serious Games Interactive*. Se trata de una empresa danesa constituida en 2006 especializada en la creación de productos digitales para el aprendizaje, el entretenimiento y la concienciación. Constituye un ejemplo más de la gran representatividad del interés

nórdico por este género de juegos, como bien ejemplifica los que hemos escogido en esta ponencia. Cuando pensemos en títulos como *3rd World Farmer* (Frederik Hermund, Jakob Elias Nielsen, Ole Fabricius Toro y Roman Spycher, 2005), centrado en la hambruna africana; *Agaisnt All Odds* (financiado inicialmente por la petrolera noruega *Statoil*, desarrollado por las compañías suecas *Tic Tac AB* y *Paregos AB*, y patrocinado por ACNUR, 2005), sobre el drama de la inmigración y los refugiados; o la serie de *Global Conflicts*, que engloba áreas como Palestina, Afganistán o América Latina; los juegos de índole histórica de la compañía sueca *Paradox Interactive* (*Hearts of Iron*, *Crusader Kings* o *Europa Universalis*); o *Minecraft*, desarrollado en su origen por el sueco Markus Persson, de *Mojang AB*, tenemos que tener muy presente su adscripción geográfica. Todo ello sin olvidar el foco teórico en la programación y desarrollo de videojuegos que constituye la *IT University of Copenhagen*, con nombres tan relevantes como Espen Aarseth, Simon Engeldt-Nielsen, Gonzalo Frasca o el español Miguel Sicart.

Y de nuevo, ¿por qué en esta localización? Como nos relató en un cuestionario que remitimos al máximo responsable de *Child Soldier's*, el referido Simon Engeldt, en Dinamarca -por ejemplo- existe una amplia tradición educativa, que se remonta a los años sesenta del pasado siglo, en la que juego y aprendizaje han ido de la mano. Por tanto, no es de extrañar, la incorporación de las nuevas tecnologías -como los videojuegos- para profundizar en este campo. Además, y es una de nuestras hipótesis explicativas, la importancia de la solidaridad y cooperación con el desarrollo hacia los países más necesitados del mundo por parte de los Gobiernos escandinavos. Según el ranking del Índice de Repuesta Humanitaria (HRI) del año 2007 (Indexmundi, 2013), que mide la generosidad de Asistencia Humanitaria comparada con el Producto Nacional Bruto (PNB), las tres primeras posiciones eran ocupadas por Suecia, Noruega y Dinamarca. Son miembros del Comité de Ayuda al Desarrollo y uno de los principales donantes de préstamos a interés mínimo a países africanos (Indexmundi, 2013). Todos estos factores, en mayor o menor medida, han contribuido al enorme desarrollo de este género de videojuegos en Escandinavia, siendo la serie *Global Conflicts* el mejor ejemplo de todos. El primero de ellos fue *Global Conflict: Palestine*

(2007), después *Global Conflict: Latin America* (2008), siendo finalista del Premio BETT (*British Educational Training and Technology Show*), uno de los galardones más prestigiosos en el ámbito de la educación (The Guardian, 2010), y finalmente *Global Conflict: World* (2009). Como se demostró en un artículo, el alumnado de dos institutos de Enseñanza Superior en Copenhague que accedió a *Palestine* expresó que, tras jugar durante dos días, aprendió más con esta experiencia sobre el conflicto de Oriente Medio que a través de la enseñanza tradicional basada en lectura y explicaciones orales (Buch y Egenfeldt-Nielsen, 2007). La misma lógica se podría aplicar a cualquier *serious games / newsgames* debidamente diseñado y documentado.

En los últimos años, sobre todo a raíz de los atentados del 11-S, se ha producido un enorme cambio en el formato de las noticias. Se requiere, en la actualidad, llegar al gran público de una manera más directa e impactante. En consonancia con estos cambios, se han desarrollado una serie de productos digitales interactivos, que trascienden el ocio, con finalidades educativas y de sensibilización. Nos referimos a los *docugames* y, en especial, a los *newsgames* («Jugar la Actualidad»). Los *newsgames* participan de las características del periodismo inmersivo y constituyen una herramienta muy útil y válida en la sociedad actual para atraer al ciudadano hacia la realidad internacional. El actual panorama mediático viene determinado por la “convergencia digital”, es decir, “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias” (Jenkins, 2006, p. 101). Este texto trae consigo importantes transformaciones desde el punto de vista de la creación y consumo de contenidos mediáticos. Es necesario contar las historias de forma diferente, tal y como propugnan las nuevas Narrativas Transmedia (en adelante, NT), que han obligado al periodismo a reinventarse, pasando de un modelo de organización de la información que combina las estructurales tradicionales (Prensa, Radio, TV) junto a su presencia en plataformas digitales tales como el PC y los diferentes dispositivos móviles. Las NT permiten explicar un suceso mediante una estructura novedosa e innovadora como es la interactiva, característica que adquiere su máxima potencialidad en internet gracias a la hipertextualidad, la

multimedialidad y la interactividad. Todo ello ha dado como resultado un «Periodismo de Transmedia», donde destacan títulos como los de *Global Conflicts*. Además, este tipo de productos digitales son partícipes en cierta medida de lo que el profesor Javier Bernabé (2007) definió como *Periodismo preventivo*, es decir, aquella disciplina o corriente periodística cuya intención es dotar a la opinión pública nacional e internacional de elementos informativos que sean útiles para comprender el origen, desarrollo y finalización de las situaciones clave, destacando los esfuerzos para su resolución, haciendo visibles aspectos que permitan la prevención de situaciones con características similares en un momento posterior, a partir de la información realizada antes, durante y después del acontecimiento. Entendemos por situaciones clave: conflictos armados, crisis institucionales, crisis sociales, crisis humanitarias, crisis de derechos humanos y crisis medioambientales. Tiene tanto valor conocer el número de víctimas como los intentos de mediación, de negociaciones de paz, de iniciativas locales tendentes al perdón, etc.

## 2. MECÁNICAS DE PAZ: ESTUDIOS DE CASO DE LA SERIE *GLOBAL CONFLICTS*

En el presente epígrafe, y a través de dos títulos concretos, *Child Soldier's Uganda* y *Global Conflict: Latin America*, analizaremos cómo las narrativas, personajes, diálogos e imágenes que contienen participan plenamente de las características del periodismo inmersivo y preventivo, resaltando el papel de la empatía y la paz como principales elementos para la resolución de conflictos. Todo ello revestido de un fuerte componente educativo e informativo.

Una de las herramientas claves para lograrlo es la empatía. Diferentes agencias internacionales, como UNESCO o ACNUR, han promovido juegos digitales y estudios académicos sobre el poder de la empatía como elemento de concienciación ciudadano a través de estos formatos videolúdicos. La empatía es considerada una capacidad cognitiva y emocional que permite al que la posee adoptar la perspectiva de otra persona dándose cuenta de lo que ésta siente (*empatía cognitiva*), y también experimentar esas mismas emociones (*empatía afectiva paralela*) o reaccionar emocionalmente a ellas como si le afectaran directamente (*empatía*

*afectiva reactiva*). A tenor de lo expuesto, ¿por qué es importante ser empático y cómo pueden mejorar los videojuegos esta capacidad? La respuesta es múltiple e igual de relevante en todos los casos. La empatía amplía nuestra comprensión de diferentes tipos de experiencias y perspectivas, es decir, facilita el aprendizaje de otras culturas, religiones y comunidades. Además, facilita el «cuidado» del otro aportando estímulos positivos a toda aquella gente que participa en actividades prosociales y comportamientos altruistas. Aumenta nuestra capacidad de auto-reflexión y auto-conocimiento. Y, por supuesto, ayuda a tomar decisiones éticas y morales de manera más sencilla y válida. Para que el jugador sienta empatía hacia lo que ve desde la pantalla de su ordenador o televisión, el propio juego debe forzarlo (mediante su narrativa, diseño, elementos gráficos y sonoros) a «empatizar», a posicionarse, y no ser un mero espectador aséptico de lo que ve frente a sus ojos. De esta manera, y siguiendo esta lógica, uno de los primeros mensajes que nos aparece en *Hush* (sobre el genocidio de Ruanda) nos dice: “The Hutu are coming, Liliane. Hide your child. If you falter in your lullaby, he will grow restless. The soldiers will hear him, and he will come for you”. Es decir, de nuestras decisiones (y habilidad) dependerá la supervivencia del (nuestro) hijo de Liliane, un bebé tutsi perseguido por el ejército hutu. Otro buen ejemplo es *Liyyla y la sombra de la guerra* (Rasheed Abueideh, 2017), que narra la odisea de un padre palestino por salvar a su hija de su inevitable destino durante la «Operación Margen Protector» (2014), puesta en marcha por las Fuerzas de Defensa de Israel en la franja de Gaza y en la que murieron casi 2000 civiles como consecuencia de los ataques aéreos israelíes. La narrativa de la historia, los personajes, así como la propia elección del diseño del juego pretenden generar empatía en el jugador. El final del mismo es especialmente clarificador de este proceso. Incapaz de mantener a su hija viva, el padre de Liyyla cae de rodillas con el cuerpo de la menor entre sus brazos, mientras ve cómo su alma de color azul sube al cielo al mismo tiempo que la de otros civiles inocentes que han perecido en el conflicto. Esta situación dramática se acentúa, aún más, con la intensidad que aporta la canción *Cold* del compositor mexicano Jorge Méndez. Una excelente combinación de sombras, vivencias reales y linealidad (que nos muestra la imposibilidad de salvar a la pequeña Liyyla) convierten a este título en uno de los mejores

exponentes del género *Persuasive games* (transmitir un mensaje para intentar cambiar la percepción del jugador sobre un suceso o forzarlo a empatizar con lo que en él se narra).

Según el sociólogo noruego Johan Galtung, la empatía junto con la creatividad y la no-violencia, son los tres mecanismos imprescindibles para contrarrestar la violencia cultural o simbólica que caracterizan las relaciones de poder (Harto de Vera, 2016). En esta misma línea, Paul Darvasi (2016) al igual que Belman y Flanagan (2009), apuntan a los videojuegos y juegos digitales como «instrumentos de justicia social».

## 2.1. CHILD SOLDIER'S (UGANDA)

En el primero de los juegos nombrados, la protagonista es Christine Akello, miembro del International Court Criminal (ICC). Se nos presenta como una figura con una sólida formación, pues es Licenciada en Estudios sobre Democracia y Desarrollo, además de poseer un postgrado en Paz y Gestión de Conflictos. En su ficha descriptiva se incorpora un mensaje que tiene una gran relevancia: «conseguir la paz y la justicia puede tener un elevado coste». Es muy interesante que se haya optado por un personaje principal femenino, no en vano las primeras negociaciones con el LRA (*Liberation Resistance Army*) fueron llevadas en 1994 por la ministra para la Pacificación del Norte de Uganda, Betty Bigombe. La tarea de Akello es compleja. Debe reunirse con el todopoderoso líder Joseph Kony de manera no oficial para intentar llegar a un entendimiento o solución al conflicto, teniendo presente su exigencia de garantías legales al ICC para no ser arrestado, junto a sus principales ayudantes, por las graves violaciones de los derechos humanos durante el conflicto armado en el norte de Uganda que se le imputan. Esta misión se complementa con la necesidad de comprender cómo ha afectado el conflicto a los ciudadanos del país; si creen que la Justicia Internacional está obrando correctamente; si ven viable alcanzar la paz y subsanar todas las heridas abiertas. Para dar respuesta a todas estos interrogantes, las reglas del juego nos obliga (de ahí su elevado componente educativo) a dialogar con todas las partes implicadas, las cuales se distribuyen en los escenarios reales de relevancia. La dificultad se presenta en el hecho de que cada opción de diálogo que pulsamos nos consume 5 minutos, lo

que hace imposible poder recopilar una versión completa de todos los actores implicados. De esta manera, deberemos escoger muy bien quienes son nuestros interlocutores.

Concretemos algunos casos. En el campo de refugiados de Te-Tugu hablamos con Monica Atto, una anciana que lleva muchos años padeciendo las consecuencias de la guerra. Nos explica que Joseph Kony no cesará de luchar y asesinar hasta que reciba garantías reales del ICC que eviten su arresto. Se menciona el ataque en junio de 2008 al puesto avanzado de Nabanga por parte de sus tropas, lo que significó el punto final del Proceso de Paz de Juba, que supuso un cese temporal de las hostilidades desde 2006 (Wacha, 2008). La refugiada no quiere venganza por lo ocurrido, sino simplemente paz para evitar la destrucción de más pueblos y que más niños se vean implicados en esta tragedia. Un perdón que tiene mayor valor sabiendo que toda su familia fue tiroteada cuando intentaba huir tras ser su vivienda incendiada por los rebeldes. Para lograrlo apela al *Mato Oput*, un sistema de justicia tradicional no punitiva, que no busca la condena sino la reconciliación y el perdón. Para ello las partes implicadas, beben una porción amarga hecha de las raíces del árbol oput, mezclada con la sangre del animal que sacrifican. La ingesta de este líquido simboliza las penurias pasadas y su propósito de no repetir dicha amargura. El pago de una indemnización sigue a la ceremonia. La víctima o su familia son compensados por el daño sufrido, en forma de vacas o dinero en efectivo. Como desvelaron diferentes estudios (Afako, 2002), era la opción preferida por la comunidad Acholi para poner fin a la guerra, que no acababan de ver con buenos ojos la ingerencia de la ICC en un asunto que consideraban interno.

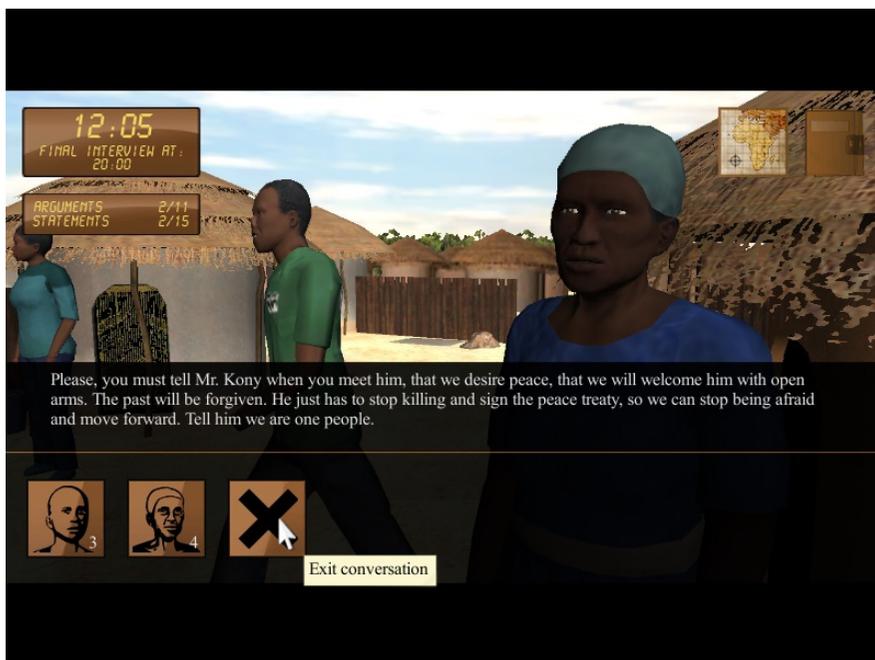


Figura 1: Captura de pantalla de Child Soldier's Uganda

En otro momento de relevancia de nuestra misión visitamos el Centro de Recepción de Niños de Gulu. Allí nos recibe su responsable, Obita John, que nos explicará las tareas que llevan a cabo y los constantes ataques que sufren a manos de las milicias rebeldes, que no consienten la desertión de los niños que formaban parte de sus tropas. El diseño gráfico de este espacio es muy rico en detalles, como se puede apreciar en los dibujos reales que decoran las paredes de este lugar. Esta práctica es una herramienta muy común entre los psicólogos, pues el dibujo en sí tiene un fin terapéutico, ya que les permite exteriorizar todas sus experiencias dramáticas de una manera libre y sin presiones. Sacar a la luz todos sus miedos interiores. Como destaca el periodismo preventivo, es necesario para solucionar los conflictos que la opinión pública conozca las causas profundas de los mismos. Estos aspectos tendrían que ser más importantes que la enumeración de los muertos o de las principales acciones militares. En esta línea se enmarca la conversación con Moses Apires, uno de los 'niños de la guerra'. Nos relata que fue secuestrado el día que cumplía 6 años, permaneciendo con los rebeldes hasta que tuvo

14. Cuando se lo llevaron le explicaron que «lo liberaban de Museveni» y que «Dios les había mandado buscarlo». Durante ese tiempo cometió todo tipo de barbaridades, como en el Distrito de Pader (en el norte del país), donde fusilaron a mujeres y bebés, y mataron salvajemente a los hombres con piedras. Mientras dialogamos con él, en la zona de literas vemos al fondo a otro menor al que le falta un brazo. El dramatismo de la escena es de gran intensidad, tanto por la narración de estos acontecimientos como por la visualización física de sus consecuencias.

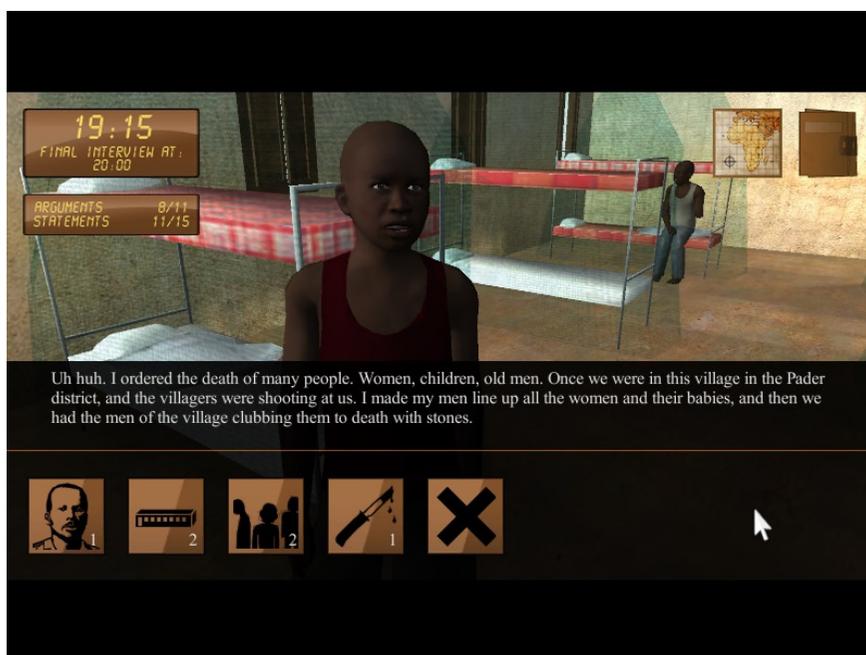


Figura 2: Diálogo con 'niños de la guerra'

## 2.2. GLOBAL CONFLICT: LATIN AMERICA

Este título nos presenta cinco misiones. La primera (si seguimos un orden geográfico de norte a sur, aunque tenemos libertad absoluta comenzar por donde queramos) sería «Maquiladoras». Nos desplazamos a Xococ, una pequeña comunidad en el norte de México, muy cerca de Ciudad Juárez, para investigar que se esconde tras el fenómeno de las maquiladoras. A través de nuestra investigación aflorarán las consecuencias de los residuos tóxicos que generan estas empresas o las difíciles

condiciones de vida de sus trabajadoras: «no ganan más de 5 dólares al día aunque trabajan diez horas seguidas». Además de Xococ, podemos trasladarnos -gracias un taxista que aparecen en todas las misiones- a Ciudad Juárez. En esta ciudad, repitiendo una dinámica que localizaremos en otros enclaves, siempre existirá una biblioteca a la que acceder libremente y profundizar en las causas y aspecto más importantes de la problemática que se nos presenta. Se promueve, de esta manera, el autoaprendizaje del usuario de una manera interactiva. En «Cruzando la frontera» viajamos a Nogales (Arizona, EE.UU.) y Heroica Nogales (México) para investigar la muerte de Adela, una joven inmigrante mexicana que intentaba buscar una nueva vida en el norte junto a su bebé de ocho meses. Será el leit motiv para analizar el tema de la migración y sus causas, así como los obstáculos físicos y políticos que encuentran millones de personas en este duro tránsito por el desierto.



Figura 3: Captura de pantalla de *Latin World*

La tercera misión es «Día de Elecciones» centrada en el asesinato de un candidato a la presidencia en Guatemala. Establecidos en Rabinal, este enclave de dramático recuerdo para la historia guatemalteca, nos

proporcionará la excusa para profundizar en la guerra civil que asoló al país durante casi cuarenta años. Fue precisamente en este pequeño poblado donde en 1982 una de los más horribles matanzas en la historia del continente. El juego incidirá en ello una y otra vez. Para evitarlo, cuando entremos en la capilla de la zona encontraremos tres placas que nos retratarán sin cortapisas el dramatismo de lo que allí sucedió. En una de ellas podíamos leer: «más de 250 mujeres y niños mayas fueron matados en Plan de Sánchez por miembros de las fuerzas y sus aliados paramilitares... nadie creía que los niños y las mujeres corrían peligro, se equivocaban». Y lo que resultaba sumamente escandaloso era que «en algunos lugares, los asesinos todavía viven en las comunidades junto a los supervivientes». Esta tensión se palpará cuando dialoguemos -en nuestra búsqueda información-, por ejemplo, con Clemente Medina, un antropólogo forense que culpará directamente al Sector de Inteligencia y al Departamento de Seguridad Presidencial por estos muertos inocentes. Tanto en esta conversación como en otras placas se apunta directamente como origen de esta violencia a la presidencia de Ríos Mont, que accedió al poder el trágico año de Rabinal, disolviendo la Constitución de 1965 y promoviendo el genocidio del pueblo maya. Una de las consecuencias de esta política fue el empobrecimiento generalizado de la población indígena y el auge de la violencia en forma de bandas juveniles. El ejemplo más palpable lo encontraremos en Inés, una maya achi que se fugó a un vertedero de la capital para escapar de los horrores de la Guerra Civil. En este punto también entramos en contacto con Emidio, un miembro de la mara, en concreto de la *Mara Salvatrucha* (MS-13), con presencia en numerosos países como El Salvador, Honduras y los propios EE.UU.



Figura 4: Representación en Latin World de la Mara Salvatrucha

Concluimos nuestro recorrido americano en Bolivia, en concreto en Cochabamba. En la misión «El Patrón» tomamos el rol de un/a periodista que investiga la desaparición de una chica guaraní (el pueblo indígena más marginado a nivel social, político y económico del país, pese a que son mayoría) que trabajaba en la hacienda «La Esperanza», dedicada a la producción de caña de azúcar. Es la excusa para aproximarnos a la «esclavitud por deudas», presente -por desgracia- en grandes zonas bolivarianas. Con la llegada al poder se intentó erradicar este tipo de prácticas, pero se encontró con la oposición de los grandes terratenientes, como representa el dueño de la referida hacienda, Rubén Márquez. Frente a la tiranía de este personaje, secundado por el jefe de la policía local, Juan José, el campesinado encontrará el apoyo de movimientos y ONGs como la *Guardia Democrática Boliviana*. Finalmente, enlazando esta problemática con las tensiones políticas entre el partido gubernamental y aquellos opuestos a las medidas de Morales, se encuentra «Año uno», sobre los incidentes del 11 de enero de 2007 en esa misma localidad. De nuevo, saltará a la palestra la exclusión de la mayoría indígena y los frenos por parte de un sector del país a su plena integración e igualdad. Haciendo gala de una objetividad ejemplar (aunque el usuario de manera inmediata empatizará con los argumentos de María Fuente, la líder indígena), el equipo de *Serious Games Interactive* pondrá sobre la mesa todas las piezas del puzzle de esta conflictividad, sin excluir ninguna

opinión o parecer, como la Eduardo Fiscales, que acusa al gobierno de «abusar sistemáticamente» contra aquellas personas que no estén de acuerdo con él: «si no eres quechua, aymara o guaraní, puedes olvidarte de tus derechos o tener influencia en el nuevo paraíso indigenista de Evo Morales». Esta «ruptura populista» fue vista por muchos sectores bolivianos como una afrenta política-económica, que rompía la ecuación que equiparaba neoliberalismo a democracia (Carrizo, 2009, p. 325). Uno de los principales opositores a Morales fue el gobernador de Cochabamba, Manfred Reyes Villa, cuyo citado intento de autodeterminación se encontraba detrás de los trágicos incidentes de enero de 2007.

Tanto en estas misiones, que sirven de ejemplificación, como en la explotación laboral de los niños en Bangladesh en fábricas textiles, (*Sweathshop*) se aplican muchos de esos principios que enumeramos del periodismo preventivo.

### 3. CONCLUSIONES

El análisis de la serie *Global Conflicts* ha puesto sobre la palestra su validez como herramienta digital, desde el punto de vista informativo, educativo y concienciador, para un mejor conocimiento de la problemática internacional. Este género de videojuegos (*newsgames*), con diseños y mecánicas de paz, pueden hacer que el aprendizaje sea más democrático, más motivador y ameno, al tiempo que provee a los jugadores para avanzar con confianza hacia el futuro como ciudadanos globales responsables. Para ello, la empresa danesa *Serious Games Interactive* se ha apoyado en un proceso de documentación previo de gran rigor -gracias a su cooperación con varias ONGs que operaban sobre el terreno- para aproximar al jugador a las realidades, conflictos y crisis humanitarias reflejadas en sus títulos. La posibilidad de guardar todas nuestras conversaciones en agendas virtuales (que permiten releer una y otra vez aquellos aspectos más significativos que aparecen en pantalla); la potenciación del pensamiento reflexivo y crítico mediante la elección de la respuesta más adecuada en cada contexto; así como el recurso a las causas y no solo consecuencias de las conflictividades tratadas; favorecen el aprendizaje significativo, objetivo e interactivo entre el gran público.

Aún partiendo de una iniciativa privada, y desarrollados una década antes de la puesta en marcha de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, las creaciones de la compañía escandinava son un ejemplo claro de cómo los juegos digitales pueden participar plenamente de ellos y contribuir a su asimilación. En noviembre de 2015, la Conferencia General de la UNESCO adoptó una resolución sobre la Educación como instrumento para prevenir el extremismo violento. Para ello apuntaba a la utilización de estos artefactos culturales por su poder de difusión y atracción entre los más jóvenes. Y reivindicaban el desarrollo de nuevas creaciones (como por ejemplo *World Rescue*) que profundizaran en la meta 4.7. de los ODS, relacionada con la formación y consecución de una ciudadanía mundial a través del estudio de los Derechos Humanos, la igualdad de género, la cultura de la paz y la no violencia.

Para el año 2020 se espera la aparición de numerosos títulos que son partícipes de estas características, como *Salaam* (cuyo responsable es Lual Mayen, un ex refugiado de Darfur que fue reconocido como "Global Gaming Citizen", por unir a las personas a través de los videojuegos), que refleja el drama de los refugiados africanos; *Musa. A Brother's Story* (del estudio independiente de Bahrein, *The Stories Studio*), que narra la odisea de dos hermanos por escapar de las guerras en Oriente Medio; o *Deadliest War: A World Game For Peace* (*Socent Studios*), que mostrará a través de la visión de un niño la dura realidad del Congo. Si todas estas producciones, como las estudiadas en el presente capítulo, pueden contribuir a potenciar el diálogo entre las nuevas generaciones y enfocar sus energías a la creación de un mundo más justo y en paz, todos los esfuerzos puestos por sus creadores habrán valido la pena.

## REFERENCIAS

- AFAKO, B. (2002). Reconciliation and Justice: Mato oput and the Amnesty Act. *Accord - Initiatives to End the Violence in Northern Uganda*. [Consulta: 1 de abril de 2020]. Recuperado de <https://bit.ly/3itSLxD>.
- BELMAN, J. y FLANAGAN, M. (2009). Designing Games to Foster Empathy. *Cognitive Technology*, 14 (2), 5-15. Recuperado de <https://bit.ly/3oogC9V>
- BERNABÉ, J. (2007). *Periodismo preventivo. Otra manera de informar sobre las crisis y los conflictos internacionales*. Madrid: Ediciones La Catarata.
- BUCH, T. y EGENFELDT-NIELSEN, S (2006). The learning effect of «Global Conflicts: Palestine». *Medi@ Terra Conference*. [Consulta: 1 de abril de 2020]. Recuperado de <https://bit.ly/3gqiIwh>.
- CARRIZO, G. (2009). Ruptura populista y política en América Latina. Bolivia en tiempo de Evo Morales. *Nómadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Vol. 22, nº 2, 317-322. Recuperado de <https://bit.ly/3jppEhd>
- DARVASI, P. (2016). *Empathy, Perspective and Complicity: How Digital Games can Support Peace Education and Conflict Resolution*. New Delhi, India: UNESCO / Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development.
- Escola de Cultura de Pau (2019). *Alerta 2019! Informe sobre conflictos, derechos humanos y construcción de paz*. Barcelona: Icaria Editorial / Escola e Cultura de Pau.
- HARTO DE VERA, F. (2016). La construcción del concepto de paz: paz negativa, paz positiva y paz imperfecta. *Cuadernos de Estrategia*, (183), 119-146. Recuperado de <https://bit.ly/2BaXofk>
- Indexmundi (2013). *1965-2013. Flujos de ayuda bilateral neta de donantes del CAD, Dinamarca*. [Consulta: 10 de abril de 2020]. Recuperado de <https://bit.ly/3ixSGJg>.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- ROBINSON, N. (2015). Videogames and IR: Playing at Method, en *Popular Culture and World Politics*. Bristol: E-International Relations Publishing.

SCHULZKE, M. (2016). War by other means: Mobile gaming and the 2014 Israel-Gaza Conflict. *Review of International Studies*, (42), 575-596. Recuperado de <https://doi.org/10.1017/S0260210515000510>

The Guardian (14 de enero de 2010). Bett Award Winners 2010. *The Guardian*. [Consulta el 10 de abril de 2020]. Recuperado de <https://bit.ly/3iLtFom>.

WACHA, J. (7 de julio de 2008). Kony Adds to Peace Process Turmoil. *IWPR*. [Consulta: 10 de abril de 2020]. Recuperado de <https://bit.ly/3e3dAg2>.

## LA MECÁNICA COMO TEXTO: EL CASO DE *WHAT REMAINS OF EDITH FINCH*

---

CARLOS ÁLVAREZ BARROSO  
*Universidad de Sevilla, España*

### RESUMEN

El debate entre la naturaleza narrativa y ludológica del videojuego sigue manteniéndose hasta nuestros días. *What Remains of Edith Finch* narra el trágico desenlace de cada miembro de la familia Finch sirviéndose de la jugabilidad como nodo con el espectador mediante unas determinadas mecánicas. El equipo tras el título, Giant Sparrow, buscaba reflejar las particularidades de cada personaje, su contexto y su desenlace a través de una jugabilidad determinada. De esta forma, el equipo subvirtió uno de los principios básicos de la narrativa de videojuegos: el jugador no se abría paso entre las adversidades para sobrevivir, sino que se acercaba, inevitablemente, a la muerte. De esta forma, se ubica entre los dos polos de la discusión y aboga por un discurso ludonarrativo; las mecánicas están al servicio de la trama y viceversa.

La presente comunicación aportará una visión del título desde la teoría ludonarrativa en complementación del trabajo de Espen Aarseth, apoyándose en determinados fragmentos del título para de la misma forma poder validar su discurso ludonarrativo.

Como resultado se observó que el título servía como un avance en el género *walking simulator*, categoría muy unida al circuito independiente. Y cómo Giant Sparrow supo aportar una diversidad mecánica creando un nexo kinestético entre el jugador y su ficción narrativa.

### PALABRAS CLAVE

Kinestésia, Ludonarrativa, Mecánica, Muerte, Videojuegos.



## 1. INTRODUCCIÓN

Durante años, han corrido ríos de tinta sobre el antagonismo entre ludologistas y narrativistas. Un recurrente debate en los circuitos académicos debido a una supuesta índole opuesta entre los términos. No es de extrañar, los estudios sobre videojuegos se encontraban en un estado germinal y ambas perspectivas pugnaban para convertirse en la teoría referencial en la mencionada área de estudio.

Los ludologistas, encabezados por Esper J. Aarseth<sup>5</sup> y su mítico ciber-texto, entienden el videojuego como una sucesión de reglas y sistemas semióticos, donde impera la simulación sobre la representación: "the hidden structure behind these, and most, computer games is not narrative –or that silly and abused term, “interactivity”– but simulation" (Aarseth, 2004). Dicha aserción acercaría al videojuego hacia la ficción interactiva, la cúspide del arte postmoderno; Linda Hutcheon la menciona como "most extreme example I can think of in art [...] Here process is all; there is no fixed product or text, just the reader's activity as producer as well as receiver" (1988, p. 77) o, en palabras del propio Aarseth, "the computer game is the art of simulation" (2004).

Por otro lado, los narrativistas gravitan sobre *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* (1997) de Janet H. Murray. La narratología entiende el videojuego como texto, proponiendo un abordaje desde los estudios literarios:

Just as the computer promises to reshape knowledge in ways that sometimes complement and sometimes supersede the work of the book and the lecture hall, so too does it promise to reshape the spectrum of narrative expression, not by replacing the novel or de movie but by continuing their timeless bardic work within another framework. (p. 15)

---

<sup>5</sup> Junto a Aarseth, Gonzalo Frasca supone uno de los mayores defensores de la corriente ludogista. Con textos tan relevantes como *Ludology meets Narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative* (1999) y *Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology* (2003).

Murray describe el videojuego como la evolución de las narrativas clásicas: un ciberespacio donde los personajes llevan a cabo representaciones implicando, interactivamente, al jugador.

Numerosos textos han dejado testigo de los continuos ataques entre ambas corrientes. Desde Aarseth, advirtiendo cómo los narrativistas están obstruyendo el acceso hacia el signo diferenciador del videojuego<sup>6</sup>, hasta Murray acusando a los ludologistas de obstinación ideológica<sup>7</sup>.

Podemos concluir que la convergencia ludonarrativa no es axiomática, aunque, recientemente, numerosos académicos han descrito esta unificación como el camino a seguir. Por ejemplo, Borja Vaz afirma que “mecánicas jugables y mundos ficcionales [...], lejos de ser antagónicas, se buscan y tienden a la confluencia en su misión por alcanzar la sublimidad lúdica” (2016, p. 1). Otra opinión referencial sería la de Eduardo Neiva y Carlo Romano: “Primarily, a game must have a point, which defines the purpose and the procedures of the gameplay” (2007, p. 37). Ambos coinciden en la existencia de una transferencia recíproca de los términos: mecánicas al servicio de la narrativa y viceversa. Esta inédita corriente comienza un periodo donde se premia la conjugación y se critica la disonancia ludonarrativa<sup>8</sup>.

Sin embargo, en 2017, el ludologista Ian Bogost, académico que recoge el testigo de Aarseth, defiende en su artículo publicado en *The Atlantic* cómo “los videojuegos son mejores sin historias” (2017), exponiendo

---

<sup>6</sup> Aarseth defiende que una aproximación desde estudios tradicionales es únicamente contraproducente para un campo incipiente que requiere de perspectivas que nazcan desde el cibertexto, en lugar de seguir una metodología que se adapte al mismo: “As long as vast numbers of journals and supervisors from traditional narrative studies continue to sanction dissertations and papers that take the narrativity of games for granted and confuse the story-game hybrids with games in general, good, critical scholarship on games will be out numbered by incompetence, and this is a problem for all involved” (2004).

<sup>3</sup> “To be a games scholar of this school [...] you must be able to look at highly emotive, narrative, semiotically charged objects and see only their abstract game function”. (Murray, 2005)

<sup>4</sup> Inevitable no recordar el pionero artículo de Clint Hocking: *Ludonarrative Dissonance in Bioshock* (2007). Una inteligente crítica que sale a la palestra cuando la obra magna de Ken Levine era premiada por su valiente narrativa antiobjetivista.

como ejemplo *What Remains of Edith Finch* (2017). Bogost defiende la naturaleza mecánica del videojuego dejando la narrativa a medios capaces de emplear de forma más eficaz. Por ello, el presente capítulo, usando la teoría del cibertexto, buscará señalar la existencia de un hermanamiento ludonarrativo en la obra de Giant Sparrow, usando ciertas mecánicas que logran enfatizar su contundente mensaje. Construyendo jugabilidad y narrativa, juntos, una poderosa experiencia videolúdica.

*What Remains of Edith Finch* aterriza en una época donde el género estaba masificado pero las decisiones de la desarrolladora Giant Sparrow lograron ubicar al título en una situación transgresora, ya que hace hincapié en el uso de mecánicas (elemento que es simplificado en los títulos de su género) y la muerte (concepto que no suele contemplarse mecánicamente en los *walking simulator* pues es recortada del abanico de opciones al no tener una función narrativa).

### 1.1. BREVES NOCIONES SOBRE EL CIBERTEXTO

Entender el videojuego desde el cibertexto supone una serie de compromisos que son necesarios de asumir. Primeramente, el cibertexto, por su naturaleza, coloca al lector en un espacio inseguro. Aarseth, para defenderse de los académicos que argumentan que los textos y los cibertextos no son tan diferentes, realiza esta serie de apreciaciones que podrían ayudarnos a agilizar la comprensión del concepto 1) toda literatura es, en cierta medida, indeterminada, no-lineal y diferente en cada lectura, 2) el lector debe tomar decisiones en orden de enriquecer de sentido al texto y 3) el texto no puede realmente ser no-lineal porque el lector solo puede procesar una secuencia al mismo tiempo (Aarseth, 1997).

Extrapolemos estas afirmaciones a ejemplos mecánicos simples. En el primer nivel de *Super Mario Bros* (1985) el personaje debe avanzar hacia adelante sobre un nivel horizontal que, poco a poco se va desplazando, imposibilitando retornar a aquello que se deja atrás. La única opción es continuar hacia adelante. Conforme avanza, encontrará adversidades: enemigos, abismos; el jugador, en ese instante, sabrá que su única opción es esquivar mediante la mecánica 'salto', de esta forma logrará sortear los distintos peligros y alcanzar el final del nivel. La implicación del jugador es clave para este desenlace: mediante una serie de

microdecisiones elabora un texto dinámico y conclusivo. Durante su periplo por los escenarios, el jugador aprenderá a asociar los distintos usos y beneficios de los ítems a su disposición, construyendo así un símbolo de obtención y resultado inmediato (por ejemplo: el famoso champiñón que aumenta el tamaño del fontanero de Nintendo, haciéndole capaz de resistir un impacto extra del enemigo o la flor de fuego, capaz de otorgarle la habilidad de lanzar proyectiles flamígeros ideales para guardar distancia con los enemigos). La mecánica del videojuego construiría microcosmos de significados simbólicos, recuperando la teoría neokantiana de Umberto Eco y otorgando nuevas dimensiones a su estudio sobre la interacción humana y los signos (1994).

Usemos, ahora, un texto con mecánicas más complejas pero que serviría como complemento perfecto a lo previamente mencionado: *Dark Souls* (2009). En este título cada combate supone la elaboración de un microtexto con una serie de reglas claras y evidentes. El enemigo va a atacar, por ejemplo, alzando su espada. El jugador sabe que lo mejor que puede hacer en ese instante es escapar del arco de trayectoria del arma, sin embargo, una serie de decisiones son tomadas antes de realizar dicha acción: una esquivada anticipada impediría contraatacar (ya que el enemigo tendría espacio para volver a realizar otra carga) y lanzarse al ataque sería una opción suicida. La mejor opción sería esquivar en el momento justo y aprovechar la guardia baja del adversario para asestar la estocada, aunque, también podría aprovechar para curar algunas heridas del personaje o elaborar alguna clase de estrategia contemplada dentro de las reglas del juego. En un mismo escenario encontramos un amplio abanico de ramificaciones con distintos resultados dependiendo de la interpretación del jugador. El videojuego supondría un sintagma que se construye desde un paradigma de posibilidades ya programadas de la mano del diseñador. Cada partida, cada elección, cada estrategia, supone la construcción de un nuevo sintagma dependiendo de las opciones que se tomen.

Como puede apreciarse en los ejemplos, el texto se alejaría de su definición más lingüística y semiótica (el texto como cadena de significantes), sino que avanzaría hacia un extenso rango de fenómenos: un sistema de estructuras estancas de significados dinámicos.

En ambos ejemplos tenemos elementos similares: la evasión de la muerte para alargar la vida útil del avatar del jugador. En los antiguos salones arcades, una mayor familiaridad con las mecánicas suponía alargar no solamente la vida del personaje, sino también la vida útil de un título sediento de las monedas del jugador. Extrapolándolo, nuevamente, a un terreno semiótico, el jugador mediante su habilidad ubicaba el desenlace del texto dependiendo de cuán lejos llegaba en el mismo, el mítico *Game Over*. Un punto final que invitaba mediante, estridentes luces y sonidos, a volver a la pantalla de título del programa y tratar de postergar esa conclusión.

Complementando la explicación previa, sería necesario resaltar la diferenciación que efectúa Aarseth entre texto y *scripton*<sup>9</sup>. Si nos posicionamos ante un texto estático (por ejemplo, un libro, un artículo, etc.) el texto y el *scripton* coinciden. En definitiva, el texto sería las posibles combinaciones de *scriptones*. Para demostrar esto, recurre al libro *Cien Mil Millones de Poemas* (Queneau, 1961), un manuscrito que se compone únicamente de 140 textones cuya combinación consigue producir cien mil millones de sonetos (*scriptones*). Esta característica es vital para comprender el cibertexto, a partir de una serie de reglas (mecánicas o elementos programados en el espacio videolúdico) se construyen un amplio abanico de posibilidades para el jugador. Para ejemplificar este concepto, podría tomarse como ejemplo el videojuego *Dwarf Fortress* (2006). *Dwarf Fortress* al iniciar partida ejecuta una construcción procedural de su mundo. Primero, empieza generando el terreno (montañas, lagos, ríos, los minerales que se encuentran bajo tierra, cavernas, etc.). Tras construir una geografía física, comienza una política: las civilizaciones (elfos, *goblins*, humanos y enanos) y sus respectivas historias.

---

<sup>9</sup> Para comprender el significado del *scriton* sería necesario citar nuevamente a Aarseth: A text, then, is any object with the primary function to relay verbal information. Two observations follow from this definition: (1) a text cannot operate independently of some material medium, and this influences its behavior, and (2) a text is not equal to the information it transmits. Information is here understood as a string of signs, which may (but does not have to) make sense to a given observer. It is useful to distinguish between strings as they appear to readers and strings as they exist in the text, since these may not always be the same. For want of better terms, I call the former scriptons and the latter textons (1997, p. 62)

Esta historia lo engloba todo: creación de los asentamientos, guerras entre civilizaciones, un bestiario de criaturas que atormentan a los pobladores de este mundo, religiones, etc. Tras la creación de dicho mundo, el jugador puede elegir entre dos modos de juego: gestionar su fortaleza o lanzándose a explorar el exterior en un modo de juego RPG *roguelike*. El jugador tendrá que lidiar con las circunstancias aleatorias del videojuego: quizás inicie la partida librando una interminable guerra contra los elfos y busque entablar una alianza con los enanos para acabar descubriendo, estupefacto, que otro conflicto previo desembocó en la extinción de dicha raza. Cada partida ofrece un contexto completamente distinto, ninguna aventura será igual. Al contrario que en una novela o película, la trama de un videojuego puede diversificarse gracias al cibertexto programado. Citando a Jesper Juul (1998): “Unlike the fixed sequence of the narrative, Games seem to be based upon the relative freedom of the player, on the players' possibility of influencing the course of action”.

## 1.2. VIRTUDES Y LIMITACIONES DEL *WALKING SIMULATOR*

Trasladar todo lo previamente mencionado a un *walking simulator* resulta complicado, pues abordamos un género puramente narrativo, de mecánicas simplificadas. Muchos títulos de este género parecen seguir un evidente diseño de sustracción: cuantos menos elementos mecánicos infieran entre la trama que se busca exponer y el jugador, mayor será su atención hacia la narrativa a pesar de su menor implicación quinestética. A su vez, el diseño espacial suele ser simple. Si Aarseth se sirve de la metáfora del laberinto para explicar los distintos niveles de complejidad de un texto, también podría servirnos a la hora de abordar el espacio de un videojuego. Es decir, un *walking simulator*, siguiendo la definición de laberinto ofrecida por Umberto Eco (1984), se orbitaría entorno al laberinto lineal: su estructura disfraza un pasillo que, a pesar de un recorrido que puede ser fatigoso y enrevesado, su trayectoria es indivisible, llegar a *a* hasta *b* mediante una recta disimulada. Títulos como *The Stanley Parable* (2011) juguetean con las limitaciones de este género, mediante un sistema de decisiones que hacen creer al jugador que encontrará alguna ramificación no contemplada y logrará abrir una segunda

vía del laberinto, pero todas sus acciones ya fueron contempladas. Su destino seguirá siendo *b*, por mucho que trate de perderse por el camino.

*What Remains of Edith Finch* no logra escapar del laberinto lineal. La aventura por la mansión de los Finch es limitada, no deja de ser un pasillo disimulado en discretas opciones de exploración. Una discreta recta escondida por la trayectoria irregular por el domicilio, como se representa en la Figura 1.

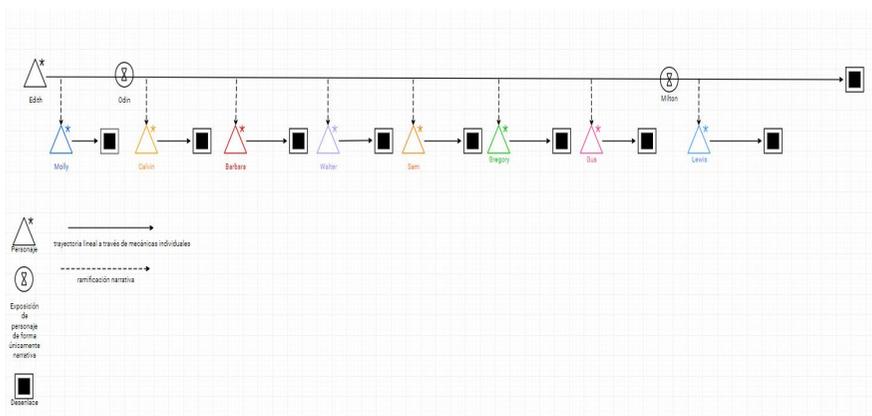


Figura 1: Diagrama sobre el transcurso narrativo de *What Remains of Edith Finch*.  
Fuente: Elaboración propia

Esta representación ofrece una serie de elementos importantes del título: en primer lugar, cada personaje, a excepción de aquellos cuyas historias son mera proyección narrativa, sigue una trayectoria lineal y conclusiva. En segundo lugar, todos poseen unas mecánicas de juego concretas que responden a unas características identitarias de los mismos y, en tercer lugar, esas mecánicas (al contrario de lo desarrollado previamente) no nos alejan de la muerte, nos acercan inevitablemente a la misma. Es decir, cada personaje, mediante unas mecánicas concretas afronta a la muerte desde su perspectiva y el transcurso de los acontecimientos nos impide, como jugador, evitar el fatídico final. La muerte es un elemento paradójico en los videojuegos. Un texto que aborda este concepto es *The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games* de Jesper Juul (2013). La muerte, desde la concepción del videojuego, siempre ha sido

concebida como la derrota, el final de la partida, el *Game Over*. Sin embargo, Juul detalla una serie de excepciones donde la muerte no desemboca en un estado de frustración por parte del jugador. En el caso de *What Remains of Edith Finch* el desenlace trágico, según Jesper Juul, se siente más como una recompensa que como una derrota, pues, tras un uso deliberadamente in crescendo de las mecánicas, el jugador obtiene una compensación catártica, revirtiendo la relación previamente mencionada de muerte y fracaso. Un título que sería digno de mencionar sería *The Graveyard* (2008), pues ostenta una estructura similar, siendo el objetivo recorrer un restringido pasillo hasta un banco, donde nuestra anciana protagonista cerrará los ojos y se sumirá en el eterno sueño. Sin embargo, existe una curiosa diferencia: el jugador podrá, en todo momento, dar media vuelta y salir del cementerio donde se encontraba. Al hacerlo, el título finalizará. A pesar del valioso intento del equipo de Tale of Tales por tratar de ofrecer algo novedoso en el paronamavideolúdico, resulta contradictorio lo fácil que resulta evadir a la muerte en un videojuego que versa sobre la descomposición para la que ha nacido el ser humano.

La narrativa instronspectiva resulta recurrente en este género. Desde el precursor *Dear Esther* (2012) y su viaje por las deoladas islas Hébridas hasta las reflexivas crónicas de un guardabosques en *Firewatch* (2016); pasando por el sincero y osado *The Beginner's Guide* (2015). La diferencia entre estos *walking simulators* y el drama de la familia Finch reside en una convergencia ludonarrativa que el título abraza, mientras que sus antecesores se refugian en una narrativa meramente expositiva de mecánicas básicas.

## 2. OBJETIVOS GENERALES

El presente estudio plantea abordar el videojuego desde la definición del cibertexto descrita por Esper J. Aarseth. Una experiencia capaz de llevar la narrativa a un nuevo nivel debido a la implicación mecánica del jugador. Proponemos el videojuego *What Remains of Edith Finch* (2017) con el objetivo de exponerlo como caso ejemplar de cohesión ludonarrativa. Esta hipótesis se cimenta mediante el análisis de personajes, ya que estos

ofrecen una paronámica de diversas mecánicas jugables específicas implementadas a una trayectoria narrativa.

### 3. MÉTODO

Se empleará una metodología descriptiva para el estudio del mencionado videojuego. Debido a su particular estructura, se dividirá el análisis entre los distintos personajes controlables de la familia Finch con el fin de denotar las peculiares mecánicas de cada miembro (excluyendo a Odin, Edie, Dawn y Milton, puesto sus historias son mera exposición), y se examinará el desarrollo narrativo de cada avatar y su ejecución jugable. Tras una revisión bibliográfica, podremos concluir si existe una adhesión con los postulados ludologistas. Este método espera resaltar una mecánica al servicio de la narrativa, configurando, en conjunto, un poderoso mensaje. A su vez, para comprender ciertos aspectos innovadores de la trama, sería necesario comentar características del género *walking simulator* y las implicaciones jugables y narrativas de la muerte en el videojuego. El artículo *La convergencia ludo-narratológica en el diseño de videojuegos de rol: las mecánicas jugables de Dark Souls contra el diagrama de flujo de Mass Effect* (Vaz, 2016) es un antecedente ejemplar para el estudio ludonarrativo; con respecto al análisis de personajes, el ensayo *Video Game Characters Theory and Analysis* (Schröter y Thon, 2014) supone un texto fundamental.

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. EDITH

El primer avatar que el jugador encarna. Ella representa el sentido más tradicional del *walking simulator*: una apuesta casi exclusivamente narrativa mediante monólogos mientras recorre las distintas estancias del domicilio. Aún así, existen elementos que ofrecen atisbos de originalidad: mientras exploramos la casa podremos escuchar a Edith a modo de narrador; sus palabras se plasman en textos que flotan sobre el escenario. A veces se adhieren a las paredes, otras se posan cuidadosamente sobre objetos significativos para ella (este fragmento practica una invocación arbitraria y extradiegética, aparece un icono sobre elementos a examinar,

atrayendo la curiosidad del jugador mediante un texto que actúa como guía). La exploración ofrece recompensas; la narrativa ambiental del título nos otorga matices de sus personajes, enriquecen un texto delimitado ofreciéndole una mayor profundidad<sup>10</sup>.

El texto que encontramos es el más cercano al estático y las posibilidades mecánicas se minimizan. Nuestro cometido como jugador es seguir la directriz del texto programado mientras viaja por el laberinto lineal de la familia Finch. Aunque sigue existiendo un propósito ludonarrativo al igual que ocurría en el pionero *Gone Home* (2013): configurar una cohesión entre avatar y jugador para conocer los hechos acontecidos en una casa que resultaba familiar a la par que extraña e inquietante invitando a la exploración e investigación de habitaciones que parecen altares a la bella muerte.

#### 4.2. MOLLY

La pequeña Molly es el siguiente personaje por controlar, pero brevemente, puesto que no tardará en convertirse en un gato. La kinestética está sumamente cuidada para que sintamos los gráciles movimientos del felino mientras trepa en busca de su presa: una mamá pájaro. Tras abalanzarse sobre ella, todo cambia nuevamente. Las ramas de aquel árbol donde estábamos posados ahora se ven distantes; volamos, somos una lechuza que tras divisar desde los cielos a una mamá conejo no piensa dejarla escapar. El animal finalmente sale a campo abierto, está expuesto, es el momento perfecto para cazarlo. Los controles cambian para transmitir la sensación de vuelo de la lechuza, al planear sobre su próxima captura sentimos la hostilidad del viento en contra; aunque eso no impide la caza. La lechuza lleva el conejo hasta la rama de un árbol y, tras saciar su apetito, cae transformada en un tiburón que cae colina abajo. Mediante movimientos torpes, el jugador debe tratar de llevarlo hasta

---

<sup>10</sup> Este aserto ya fue desarrollado por Matthias Worch y Harvey Smith (2010) durante una serie de lecturas sobre sus virtudes y cómo proyectarla en el ciberespacio: "environmental Storytelling is the act of staging player-space with environmental properties that can be interpreted as a meaningful whole, furthering the narrative of the game". (p. 16)

un mar donde podrá moverse con mayor libertad. Pero la bestia que encarnamos está hambrienta, ha encontrado a una foca y no tarda en alcanzarla. El animal consigue zafarse de la primera mordedura, aunque su herida deja un rastro de sangre que seguir. No tiene la misma suerte durante el segundo encuentro. Con su presa entre las fauces, el tiburón cierra los ojos y al abrirlos será un bizarro tentáculo que reptará por distintas localizaciones alimentándose de distraídos humanos. El tentáculo avanza por un marcado sendero hasta que nos encontramos bajo la cama de la pequeña Molly, siendo ella la última presa. La muerte ha logrado alcanzarla.

Esta sucesión de metamorfosis responde a un claro afán de Molly por los animales, con retazos de la mente fantasiosa propia de un niño. La figura materna tiende a estar presente, puesto que se menciona una discusión previa a los acontecimientos. A su vez, este episodio orbita sobre la necesidad de alimentarse continuamente, definiendo la glotonería de la pequeña. Una gula que la llevaría a ingerir pasta dentífrica, intoxicándose y sufriendo esta serie de alucinaciones en la antesala de su muerte. La jugabilidad vuelve a obedecer una intención narrativa: convertirse en aquellos animales que la pequeña admira, alimentándose en una realidad que se antoja frágil y onírica. Si Aarseth (1997) entiende la experiencia videolúdica como una serie de reglas y sistemas semióticos aquí no dejan de ser dinámicos. Las reglas cambian, se transforman como el personaje que encarnamos, construyendo, en su convergencia, una atmósfera confusa y convulsa.

#### 4.3. CALVIN

Un joven está sentado sobre un destartado columpio. Su madre lo llama; la cena está lista, pero él tiene otros planes. Su sueño siempre fue poder volar y ese día está decidido a conseguirlo. Se impulsa tratando de ganar altura. Una de sus piernas está escayolada; no es la primera vez que trata tal hazaña. Vemos, gracias la primera persona, que su ansiado cielo cada vez está más cerca. Cada balanceo lo aproxima más a su meta. Hasta que, finalmente, la rama que lo sostiene se resquebraja y colapsa. El columpio se desprende, saliendo Calvin disparado, pero, contra todo

pronóstico, no se precipita contra el barranco que hay ante él, vuela. Logra cumplir su mayor deseo.

Las mecánicas durante este capítulo son escasas. Se reducen a ascender y descender, representados en los comandos de movimiento. Las reglas son sencillas, repetitivas y estáticas, con el mero objetivo de hacer que Calvin consiga ganar altura. Como veremos próximamente, el uso de la repetición mecánica con fines ludonarrativos es una práctica recurrente en *What Remains of Edith Finch*.

#### 4.4. BÁRBARA

Su desenlace está representado ingeniosamente mediante un cómic que imita la fórmula de los tebeos de terror que tuvieron especial presencia en la cultura estadounidense durante la época de los 70's. Bárbara, una joven retirada del mundo del espectáculo tras un periodo de celebridad durante su niñez (etapa donde destacó por característicos gritos de terror pero que, con el paso de los años, había perdido), baja al sótano de la familia Finch en busca de su novio, quien, tras internarse en el mismo, lleva veinte minutos sin aparecer. Encuentra la muleta del chico y, armada con ella, recorre la estancia. Durante su periplo encuentra una radio encendida. El aparato informa que un macabro asesino anda suelto, merodeando las cercanías. ¿Estará involucrado en la desaparición de su novio? ¿Se mantendrá oculto entre las sombras esperando su siniestra oportunidad? Tras esa noche, Bárbara desaparece. Lo único que su familia logró encontrar fue una oreja mutilada que reposaba sobre la caja de música de su padre.

Entre las viñetas narradas por una espeluznante voz, se desarrollan fragmentos jugables. En ellos, podemos escuchar el mítico tema principal de la película *Halloween* (1978) que fue cedida al estudio Giant Sparrow para usarla en su videojuego. El escenario está construido para plasmar la indefensión de Bárbara: las luces titubeantes, las manchas de sangre estratégicamente colocadas, el uso del escenario, etc. El compuesto resultante configura un homenaje a la etapa artística de Bárbara en el cine de terror, un acto final. Mecánicamente el juego realiza un retorno al *walking simulator* usando, como variante, el uso de una muleta para defendernos o sortear obstáculos. Al igual que en todos los episodios de la

familia Finch, a excepción de Lewis, su texto está delimitado, no hay lugar a bifurcaciones de *scriptones*. Sin embargo, las reglas mecánicas durante los escenarios jugables ayudan a fortalecer el tenebroso ciberespacio del *gameplay*.

#### 4.5. WALTER

Tras la desaparición de su hermana mayor, Walter quedó profundamente traumatizado. Obsesionándose con la maldición que siega las vidas del linaje Finch, construye un bunker bajo la residencia donde permanecería oculto durante treinta años. Su rutina consistía en la repetición: sentarse en una silla junto a un calendario, un reloj y comer de una lata de melocotones. Perdiendo la noción del tiempo, pero a salvo, Walter deja pasar las semanas, meses y años. Hasta que finalmente decide enfrentarse a sus miedos. Se levanta de su silla, camina hasta el final del bunker y desciende por unas escaleras que lo conducen hacia un sistema de corredores subterráneos que existen bajo el mismo. Allí encuentra una pared aparentemente frágil. A continuación, agarra un mazo y empieza a golpearla hasta que finalmente cede y se desmorona, dejando a la vista una abertura por donde puede colarse. Camina a oscuras por lo que parece ser un túnel. Conforme avanza hacia la salida, la luz del día deja entrever unas vías de tren. Cruza su umbral y, tras décadas de reclusión, alza la mirada al cielo y respira aire libre. Más, sin embargo, ese instante catártico es efímero. Un tren no tarda en investirlo matándolo al instante.

Con Walter habría dos segmentos jugables claramente diferenciados. El primero sería la repetición sintagmática de una acción, reflejando la rutina desgastante del personaje: abrir una lata de conservas e ingerir su contenido. Cada acto mecánico se traduce en un salto temporal que podemos atestiguar con el calendario ubicado a su izquierda. Tras esta recurrencia, retornamos al *walking simulator*. Un Walter reivindicativo que busca romper su celda autoimpuesta escapa del bunker y, en una cruel ironía, encuentra “la luz al final del túnel”.

#### 4.6. SAM

Llegamos a la mitad del título con Sam, un cazador que enseña a su hija a como desenvolverse en un mundo que él considera despiadado mediante una acampada. Presenciamos sus últimos momentos mediante entrañables escenas y su desenlace es cuando enseña a su hija cómo cazar. La pequeña dispara a un ciervo que se encontraba en un risco. Cuando Sam se dispone a hacer la foto para celebrar la pieza de caza, el animal hace acopio de sus últimas fuerzas y se mueve espasmódicamente, empujando a Sam, quién tropieza y cae al vacío.

¿Cómo se traducen dichas acciones mediante las mecánicas? Su episodio emula al género *shooter*, es decir, mediante los controles el jugador tendrá que apuntar y disparar a una serie de objetivos, pero, en lugar de usar un arma, empleará una cámara fotográfica (ítem asociado a los recuerdos y que nos recuerda que estamos ante unos acontecimientos pasados). Para remarcar esta intencionalidad, cuando su hija dispara al ciervo, el sonido del flash y la descarga del arma se superponen. Nuevamente, la naturaleza del videojuego se emplea para complementar la narrativa. Desde la semiótica encontramos textos cortos, oraciones cuyo desenlace son mediante el acto de fotografiar. El jugador selecciona el objetivo, enfoca y realiza el retrato.

#### 4.7. GREGORY

Nos ponemos en su piel al leer una nota dejada en el reverso de una demanda de divorcio. Su final también supone la crónica de un matrimonio roto por la pérdida. Es un bebé que juega mientras se baña. En su imaginación, sus juguetes se mueven y danzan a su alrededor. La madre del pequeño vuelve y cierra el grifo de agua dispuesta a sacarlo, pero algo la detiene. El teléfono empieza a sonar y ella se retira para atenderlo. Gregory, nuevamente, está solo en la bañera y, libre de miradas vigilantes, retoma su entretenimiento. En su divertimento, acciona nuevamente el agua, la cual empieza a subir. En su último estertor, se transforma en su ítem fetiche: una ranita de juguete. Nada a través de una bañera reconvertida en un fondo marítimo hasta aproximarse al desagüe donde se introducirá mientras todos sus juguetes bailan a su alrededor, despidiéndose.

Giant Sparrow invita al jugador a ser Gregory. A jugar con muñecos tal y como un inocente bebé haría: desde controlarlos manualmente hasta cuando cobran autonomía. Haciéndolos brincar ante las risas de su cándido espectador. Concluyendo su capítulo, se recurrirá nuevamente a una metamorfosis. Este sistema mecánico dual vuelve a cumplir una función que fue reparada previamente: realizar una traslación desde una posición de confort hasta la súbita llegada de la muerte, abrazándola, más allá de negarla.

#### 4.8. GUS

Gus es el último infante en ser atrapado por la maldición de los Finch. *What Remains of Edith Finch* trata de mostrar un repertorio de personajes de franja de edad variable. Si hay objeto asociado a la muerte es la guadaña. Esta herramienta agrícola posee un filo que sesga la cosecha ignorando la madurez de los tallos. La desarrolladora traslada ese concepto a su narrativa, una maldición que arremete indiscriminadamente. Volviendo a Gus, tras rechazar involucrarse en la celebración de una boda, disfruta haciendo volar una cometa. Lo que parecía un festejo ideal termina siendo afectado sorpresivamente por una tormenta. Los invitados se marchan para refugiarse de los elementos bajo una carpa, quedando Gus sólo en el exterior. Abstraído por el vuelo de la cometa, imagina cómo el juguete causa el caos en la boda: las mesas, sillas y guirnaldas vuelan siguiendo su estela, conformando una suerte de entidad alada bajo el dominio de su dueño. La fuerza de la tormenta aumenta y el viento es cada vez más agresivo. Los enganches de la carpa colapsan y es arrastrada por la tormenta junto a un tótem cercano; en conjunto, golpean al consternado Gus, haciéndole caer y ocasionándole un golpe fatal.

Afirmar que en este segmento jugable controlamos a Gus sería un desafío: somos su cometa, la cual ha logrado independizarse de su dueño y desprenderse de las constricciones del viento. Nuestro vuelo trata de recorrer los fragmentos de textos que flotan sobre el escenario, frases que, en conjunto, conforman un poema escrito por la hermana mayor del joven tras su fallecimiento. Posteriormente, obedeciendo sus coléricos deseos, destruiremos el evento. La conclusión de Gus supone una

fusión literal de texto y mecánica, pues la estela de la cometa absorberá incluso los versos del poema haciendo alusión a la personalidad rebelde del chico. La poesía que arrasamos, el vuelo de una demodelora cometa, el feroz silbido del viento... todas las piezas disponen de un texto que nos habla de un Gus enojado por un padre que, tras divorciarse, buscó rehacer su vida con otra mujer.

#### 4.9. LEWIS

Lewis es un personaje trágico. Tras la desaparición de su hermano se recluye y cae en la droga. Tiempo después, trata de reinsertarse en la sociedad trabajando en una fábrica de conservas cortando cabezas de salmón. Para escapar de su monotonía, su única salida es la abstracción fantástica que recrea mientras trabaja. Una fantasía donde no es un peón, sino un héroe que se alza sobre los demás, aquel que destaca y salva el mundo. ¿Cómo se traduce esto en las mecánicas? Con una mano manejamos al Lewis ubicado en la realidad, quien realiza la misma acción una y otra vez: agarra el salmón, lo coloca en la guillotina, la hoja secciona la cabeza del pescado y lo coloca en la cinta transportadora. Con la otra mano, manejamos a su versión fantasiosa. Esta versión nace en un entorno sin color, ni sonido, en una discreta ubicación de la pantalla y con vista cenital en escorzo. Conforme Lewis trabaja en la fábrica, la fantasía se hace cada vez más real, las imágenes adquieren una amplia variedad cromática e incluso una banda de música acompaña a su avatar imaginario. A su vez, la ensoñación se amplía gradualmente en la pantalla hasta cubrirlo todo. En su desenlace, controlamos únicamente al Lewis ubicado en su mundo imaginario, quien camina hacia el trono donde será coronado. Baja la cabeza para recibir la corona y, en un estado de absoluta catarsis, es decapitado por una guillotina. Muere a manos de la misma hoja que empleaba para degollar a los salmones. ¿Qué acabamos de presenciar? Mediante una ingeniosa división, hemos visualizado el progresivo proceso de personalización del individuo. La despersonalización supone una alteración de la percepción o la experiencia de uno mismo de tal manera que el individuo acaba sintiéndose separado de sus procesos mentales o del propio cuerpo. Aquellas personas más vulnerables a este trastorno son aquellas que han tenido experiencias

con el consumo de drogas recreativas o aquellas que han sufrido un suceso traumático. Desde la semiótica, por un lado, tenemos la repetición de una acción, un sintagma que se repite constantemente para reflejar la rutina de Lewis, como si fuese un extenso poema que emplea un único verso. Por otro, tenemos un texto más amplio y rico para mostrar lo atrayente de su fantasía. En él, el jugador tiene la posibilidad de construir sus propios sintagmas pues tiene que tomar una serie de decisiones conforme se desarrolla la partida. Es, en este caso, una suerte de videojuego autoconsciente y que emplea sus herramientas para atraer al jugador a ese mundo ficticio, tal y como lo haría con Lewis. A su vez, estaríamos ante la perfecta representación de lo que Aarseth define como *aporía* y *epifanía*, es decir, la dialéctica entre el deseo frustrado por dar sentido a los fragmentos a partir de un todo que no sabemos si existe, y la revelación inesperada (aunque planeada) de ese sentido como una estructura no narrativa, sino más bien un componente de la propia experiencia humana y de los propios juegos en general (1997).

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como conclusión, debemos destacar que el videojuego se desmarca totalmente del cine y la literatura, su estructura no-lineal y la posibilidad del jugador de construir determinados sintagmas dependiendo de las posibilidades ofrecidas por la programación desembocan en un medio de posibilidades únicas. A su vez, contemplar al videojuego desde el cibertexto supone una eficaz herramienta para el estudio de la ludonarrativa. No debemos olvidar que la ludonarrativa es algo intrínseco en la naturaleza del videojuego y uno de sus rasgos identitarios. Por otro lado, y relativo a *What Remains of Edith Finch*, estaríamos ante un título que trata de reconstruir el género de los *walking simulator* mediante una serie de decisiones que lo hacen destacar (como es la inclusión de mecánicas, la ramificación narrativa mediante el control de varios personajes y su particular abordaje de la muerte). Yendo más allá, el título no supone una innovación únicamente en los títulos de su género, sino en los videojuegos en general. Pues revierte la relación del jugador, muerte y mecánicas haciendo empleo de la catarsis mencionada por Jesper Juul. Finalizando, y mediante el estudio de los casos expuestos previamente,

podemos afirmar que *What Remains of Edith Finch*, haciendo uso de las mecánicas, ayuda a construir unas experiencias que redirigen a características propias de cada personaje a controlar (como son sus aficiones, su situación psicológica o profesional, etc.).

## Referencias

- AARSETH, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- AARSETH, E. (2004). "Genre Trouble: Narrativism and the Art of Simulation". *Electronic Book Review*. Recuperado de <https://bit.ly/2Ajncpi>.
- BOGOST, I. (2017). *Video Games Are Better Without Stories*. Recuperado de <https://bit.ly/2AhHCtS>.
- ECO, U. (1984). *Semiótica y filosofía del lenguaje*. Barcelona: Lumen.
- ECO, U. (1994). *Signo*. Barcelona: Labor.
- FRASCA, G. (1999). *Ludology meets Narratology: Similitude and differences between (video)games and narrative*. Recuperado de <https://bit.ly/2YNeNUc>.
- FRASCA, G. (2003). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. En M. Wolf y B. Perron (eds.), *The Video Game Theory Reader* (pp. 221-235). Londres, Nueva York: Routledge.
- HOCKING, C. (2007). *Ludonarrative Dissonance in Bioshock*. Recuperado de <https://bit.ly/3g4Akos>.
- HUTCHEON, L. (1988). *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction*. Londres: Routledge.
- JUUL, J. (1998). *A Clash between Game and Narrative*. Recuperado de <https://bit.ly/2ZnAgII>.
- JUUL, J. (2013). *The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games*. Cambridge: The MIT Press.
- MURRAY, JANET H. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. Cambridge: The MIT Press.
- MURRAY, JANET H. (2005). *The Last Word on Ludology v Narratology*. Recuperado de <https://bit.ly/38gzzqn>.
- NEIVA, E. ROMANO, C. (2007). The Semiotic Immersion of Video Games, Gaming Technology and Interactive Strategies. *The Public Journal of Semiotics* I (2), 31-49. Recuperado de <https://bit.ly/3opEZ6Z>

SCHRÖTER, F. y THON, J.N. (2014). Video Game Characters Theory and Analysis. *DIEGESIS* 3, H. 1, 40-77. Recuperado de <https://bit.ly/2ChkQIB>

VAZ, B. (2016). La convergencia ludo-narratológica en el diseño de videojuegos de rol: las mecánicas jugables de Dark Souls contra el diagrama de flujo de Mass Effect. *Comunicología Cubana*, 92, 1-28. Recuperado de <https://bit.ly/2ZISDmy>

Worch, M. y Smith, H. (2010). *What Happened Here?* Recuperado de <https://bit.ly/2BowalB>.

## LUDOGRAFÍA

*Dark Souls* (From Software, 2011)

*Dear Esther* (Thechineseroom, 2012)

*Dwarf Fortress* (Tam Adams, 2006)

*Firewatch* (Campo Santo, 2016)

*Gone Home* (Fullbright, 2013)

*Super Mario Bros* (Nintendo, 1985)

*The Beginner's Guide* (Everything Unlimited Ltd, 2015)

*The Graveyard* (Tale of Tales, 2008)

*The Stanley Parable* (Galactic Café, 2011)

*What Remains of Edith Finch* (Giant Sparrow, 2017)

ESTRUCTURALISMO FIGURATIVO EN EL  
CIBERTEXTO *THE WITCHER 3: WILD HUNT*:  
MITOCRÍTICA DE LOS REINOS DEL NORTE

---

DR. JESÚS ALBARRÁN LIGERO  
*Universidad de Sevilla, España*

RESUMEN

Las dinámicas de inmediatez, interactividad e intertextualidad en los contenidos del tercer entorno han supuesto una novedad en la manera de acercarnos a los nuevos textos digitales. El videojuego, como integración metaestable de estas dinámicas, supone, además de una revolución social, cultural y económica, un campo de estudio teórico muy fértil y en continua expansión -Ludología, Narrativismo, videojuego ético, Proceduralismo, Formativismo, etc.-. Tanto en su noción narrativa, como a través de sus reglas y procesos lúdicos, el videojuego totaliza la dimensión virtual y kinética en una experiencia que nos acerca a otros mundos posibles a través de su especificidad interactiva, motriz y estética como un artefacto cultural que estimula y sugiere una nueva manera de mirarnos a nosotros mismos. Esta investigación aborda la revisión y aplicación de las estructuras antropológicas del imaginario, acuñada por el teórico y mitólogo Gilbert Durand (1984), al caso concreto del videojuego *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt, 2015). Se llevará a cabo un análisis neohermenéutico de sus actantes simbólicos, un encuentro de horizontes y diálogo con la narrativa y las peculiaridades lúdicas de este cibertexto, aplicando el dinamismo estructural mitológico propuesto por Durand.

PALABRAS CLAVE

*The Witcher 3: Wild Hunt*, videojuego, estructuras antropológicas, mitología, poética.



## 1. ESTRUCTURAS ANTROPOLÓGICAS DEL IMAGINARIO EN TIEMPOS DE CIBERTEXTO

Las estructuras antropológicas del imaginario como estudio que orienta las evocaciones y tensiones imaginarias se emplean desde hace más de sesenta años en el análisis de textos narrativos y poéticos. Esta metodología -conocida también como estructuralismo figurativo o mitocrítica-, trazada por el mitólogo Gilbert Durand en los años sesenta, dispone una voluntad integradora en la clasificación de los mitos, una taxonomía isotópica articulada como una matriz parcial que orienta el análisis de las imágenes estructurales de cualquier obra, no para desvelar las referencias mitológicas superficiales de la misma, sino para estudiar el texto “de la misma manera que se analiza un mito” (Gutiérrez, 2012, p. 22). Considerando el estructuralismo antropológico -Lévi-Strauss (1964, 1968, 1979, 1987)-, la fenomenología poética -Bachelard (1966, 1980, 2003, 2006)-, la transpsicología junguiana (Jung, 1992), la reflexología de Bechterev y basándose en el símbolo (imagen) como esencia mitológica, el mitólogo francés distingue tres tipos de reflejos dominantes que el ser humano desarrolla en su relación con el entorno y que organizan una clasificación mitológica de voluntad imaginaria: las dominantes postural, copulativa y digestiva.

Durand vehicula estas tres dominantes usando las figuras del tarot hacia las nociones imaginarias de distinción -dominante postural: materias luminosas, purificadoras, visuales y vinculadas a las armas (Espada y Centro)-, unión -dominante copulativa: (el Bastón y el Denario)- y profundidad, vinculada al descenso digestivo -el agua, la noche, la tierra cavernosa (la Copa y el Cofre)- [figura. 1]. Las macroestructuras que enmarcan a estas tres dominantes serán dos grandes regímenes: el Régimen Diurno y el Régimen Nocturno. La tabla de la figura. 1 contiene todas las representaciones posibles de la imagen mitológica según Gilbert Durand. Siguiendo esta taxonomía, estudiaremos el imaginario mitológico de *The Witcher 3: Wild Hunt*. Analizaremos a los personajes emblemáticos como “actantes simbólicos”, concentradores simbólicos de estas constelaciones semánticas en el estudio del texto -en este caso, un cibertexto-, ya que la investigación durandiana analiza aquellos “paquetes de significado” mitológicos de los que también habló Lévi-

Strauss (2002). Para la identificación de los movimientos de estas constelaciones semánticas que se sugieren, atenderemos a unidades mínimas de significación, que podrían presentarse como un “objeto emblemático” -es decir, un detalle de la narrativa o la imagen-, o como una “estructura arquetípica” que puede desvelarse a través de una acción, una situación o un decorado (Gutiérrez, 2012, p. 61). Nuestro análisis aplicará este modelo, tradicionalmente empleado para el estudio de textos narrativos y poéticos, al estudio del cibertexto (Aarseth, 2001): el videojuego de rol *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt, 2015).

### CLASIFICACIÓN ISOTÓPICA DE LAS IMÁGENES

Regímenes O Polaridades	DIURNO		NOCTURNO			
ESTRUCTURAS	<i>ESQUIZOMORFOS</i> (o Heroicos)		<i>SINTÉTICOS</i> (o Dramáticos)		<i>MÍSTICOS</i> (o Antifrásicos)	
PRINCIPIOS de explicación y de justificación e LOGICOS	1. Idealización y retroceso autístico. 2. Diarctismo (Spaltung). 3. Geometrismo, simetría, gigantismo. 4. Antifésis polémica.		1. Coincidencia oppositorum y sistematización. 2. Dialéctica de los antagonistas.dramatización. 3. Histocratización. 4. Progresismo parcial (ciclo) o total.		1. Reduplicación y perseveración. 2. Viscosidad, adhesividad antifrásica. 3. Realismo sensorial. 4. Miniaturización (Gulliver).	
REFLEJOS DOMINANTES	Dominantes POSTURAL con sus derivados <i>manuales</i> y el adyuvante de las sensaciones a distancia (vista, audifonación)		Dominante COPULATIVA con sus derivados motores rítmicos y sus adyuvantes sensoriales (sinésicos, musicales-rítmicos, etcétera).		Dominante DIGESTIVA, con sus adyuvantes cosmesésicos, térmicos y sus derivados <i>táctiles, olfativos, gustativos</i> .	
ESQUEMAS	<i>DISTINGUIR</i>		<i>UNIR</i>		<i>CONFUNDIR</i>	
ARQUETIPOS "ÉPITEOS"	SEPARAR # MEZCLAR	SUBIR # CAER	MADURAR →PROGRESAR	VOLVER RECONTAR ←	→ DESCENDER, POSEER, PENETRAR	
Situación de las categorías del juego del tarot.	PURO # MANCLADO CLARO # SOMBRIO	ALTO # BAJO	HACIA DELANTE FUTURO	HACIA ATRÁS PASADO	PROFUNDO, CALMO, CALIENTE, ÍNTIMO, OCULTO	
ARQUETIPOS "SUSTANTIVOS"	La Luz # Las Tinieblas El Aire # El Miasma El Arma Heroica #El Lazo El Bautismo #La Mancilla	La Cima # El Abismo El Cielo # El Infierno El Jefe # El Inferior El Hérces # El Monstruo El Ángel # El Animal El Ala # El Reptil	El Fuego-llama El Hijo El Árbol El Germen	La Rueda La Cruz La Luna El Andrógino El Dios plural	El Microcosmos El Nido, el Palgardeno El Animal nido El Color La Noche La Madre El Recipiente	La Morada El Centro La Flor La Mujer El Alimento La Sustancia
De los Símbolos a los SINTEMAS	El Sol, El Azul El Ojo del Padre Las Runas El Mantra Las Armas La tapia La Concursación La Tonsura, etc.	La Escala La Escalera El Betlio El Campanario El Zigarat El Águila La Gaviota La Paloma Júpiter, etc.	El Calendario, la Aritmología La Triada, La Tétrada, La Astrobiología			La Tumba La Cuna La Cristalida La Isla La Caverna El Mandala La Barca La Cobata El Huevo, La leche La Miel El Vino, El Oro, etc.
			La iniciación El "Dos veces Nacido", La Orgia, El Mesias La Piedra Filosofal, La Mística, etc.	El Sacrificio El Dragón La Espiral El Caracol El Oso, El Cordero La Liebre La Roca El Encendedor La Batidora, etc.	El Vientre Tragadores y tragados Kodols, Diécticos Oútris Los Tintes Las Gomas Meluisia, El Velo La Capa La Copa El Caldero, etc.	

Figura 1: Clasificación isotópica de las imágenes (Durand, 2005)

## 2. ESTRUCTURAS ANTROPOLÓGICAS DEL IMAGINARIO EN *THE WITCHER 3: WILD HUNT*

*The Witcher 3: Wild Hunt* se presenta como un juego de rol (categoría de mundo abierto) de estética medieval donde el usuario encarna a Geralt de Rivia, un brujo (mitad humano, mitad ser mágico) que emprenderá la búsqueda de su hija adoptiva –Cirilla– ante la noticia de que la Cacería Salvaje –un despiadado ejército de supuestos espectros– la busca con gran interés por una razón que el usuario desconoce. Mientras se desarrolla una cruenta guerra entre dos potencias militares –Nilfgaard y los Reinos del Norte–, Geralt recorrerá el Continente y las islas de Skellige cazando monstruos, socavando intrigas palaciegas y aceptando la ayuda de amigos y desconocidos, siempre tras los pasos de su esquiva hijastra. Tras esta breve descripción del argumento del juego, procederemos a analizar las constelaciones semánticas de las imágenes que se desvelan en *The Witcher 3: Wild Hunt*.

### 2.1. EL RÉGIMEN DIURNO (ESQUIZOMORFO) (LA ESPADA Y EL CETRO): RADOVIC V Y EMHYRVAR EMREIS

El Régimen Diurno articula el esquema de la dominante postural. Sus estructuras disponen símbolos diairéticos basados en la distinción, orden o idealización (antítesis); en la verticalidad (ascensión) y la espectacularidad (luz) (Durand, 2005). Este régimen –también llamado esquizomorfo– se representa en el imaginario de Durand a través de las imágenes tarotianas de la Espada y el Cetro como expresión autoritaria masculina<sup>11</sup> de escisión y conflicto. Ante los símbolos catamórficos (caída) se contraponen la verticalidad de los símbolos ascensionales, a los nictomorfos (tinieblas) los espectaculares (luz), y los diairéticos (los

---

<sup>11</sup> El calificativo de “masculino” y “femenino” no es usado aquí para fijar un género determinado al movimiento de estas estructuras, sino que supone más bien una homogeneización y orientación de las dinámicas imaginarias que proveen innumerables textos antiguos; una metáfora figurativa que sirve para ilustrar y acercarnos a unas estructuras dinámicas y a sus articulaciones. Sería necesario una revisión del modelo que diera lugar a una terminología adecuada a las formas relacionales que los nuevos relatos identitarios reivindican en cuestión de género.

que escinden) combatirán a los monstruos (tiempo), a todo aquello que es diferente a lo humano. Como se desprende de estas estructuras, este régimen se caracteriza por la huida ante el tiempo inexorable. Ante todo, el Régimen Diurno ansía el triunfo y la conquista sobre el destino y sobre la muerte (Durand, 1984, p. 115), como veremos a continuación.

El mundo de *The Witcher 3: Wild Hunt* se encuentra surcado de manera esencial por este régimen. Las circunstancias geopolíticas de una larga guerra entre Nilfgaard y los Reinos del Norte -principalmente Redania- afectarán a las decisiones y voluntad de Geralt, y con frecuencia le envolverán las intrigas de palacio, los estragos bélicos y las traiciones cortesanas. La estética del juego se encuentra bañada por la crueldad de la guerra y la gloria imperialista. Bachelard, en *La Tierra y los ensueños de la voluntad*, ya apunta una actitud de “contemplación monárquica” ligada, por un lado, con el arquetipo luminoso-visual, y, por otro, con el arquetipo psicológico de la dominación y la conquista soberana (Bachelard citado en Durand, 1984, p. 128). En *The Witcher 3: Wild Hunt*, dos grandes actantes simbólicos expresan estas constelaciones diurnas: los reyes Emhyrvar Emreis (rey de Nilfgaard) y Radovic V (Rey de Redania)<sup>12</sup>.

Como expresa la narrativa del juego, Emyhrvar Emreis, rey de Nilfgaard, lleva años enzarzado en una cruenta guerra para conquistar los Reinos del Norte y ampliar su imperio. El rey nilfgaardiano muestra su implacable ambición de anexionar cada vez más territorios a su imperio. Padre biológico de Cirilla, Emyhr contrata a Geralt para que investigue la desaparición de su hija mientras gestiona la estrategia bélica a seguir contra los Reinos del Norte (donde se encuentra el reino de Redania).

---

<sup>12</sup> El origen etimológico de los actantes simbólicos suele mostrarse muy elocuente en el análisis de las estructuras antropológicas del imaginario: EmhyrvarEmreis ya apunta estas estructuras espectaculares y antitéticas en su sobrenombre: *Deithwen Addanyr Carnaep Morvudd -La Llama Blanca que Baila sobre los Tumultos de Sus Enemigos-*, al igual que Radovic V, apodado el Severo. Los colores propios de este régimen son los colores claros y azulados, los considerados puros, son aquellos que irradian una luz blanca o dorada, mientras que la imagen del monarca se encuentra asociada al juez autoritario, a la dureza, agresividad e intransigencia del imaginario mitológico uraniano (masculino) (Durand, 2005).

Por su parte, Radovic V (Rey de Redania) aprovechará la oportunidad que le brinda Emhyr para doblegar al reino de Nilfgaard y sumar, de igual modo, más territorios a su imperio.

Este Régimen Diurno se desvela en la propia estética iconográfica ficcional de ambos actantes [figura. 2] en el juego. Los símbolos dispuestos en el blasón de Redania muestran un águila imperial que porta un cetro de mando. El vuelo y su metonimia literalizada, el ala, pertenecen al Régimen Diurno de la imagen debido a su elevación y voluntad de “trascendencia”. La constelación Ala → Vuelo → Elevación → Trascendencia se encuentra patente en prácticamente todas las mitologías del mundo, y se añaden al belicismo depredador del águila imperial de manera frecuente en las culturas imperialistas (Durand, 2005). Esto es así porque existe una “voluntad de elevación” y dominio sobre el otro. Bachelard apunta que “la contemplación desde lo alto de las cumbres traduce el sentir de un repentino dominio del universo” (Bachelard, 1986, p. 89). Como escribe Eliade, “lo alto es una categoría inaccesible al ser humano como tal, pertenece por derecho propio a los seres sobrehumanos” (Eliade, 1974, p. 66). A esta divinidad es aquella a la que aspira el monarca para superar la muerte y el destino fatal a través del legado - Emyhr con la búsqueda desesperada de Cirilla para que ocupe su lugar en el trono- y la conquista -motivación de ambos actantes-. Estos símbolos ascensionales participan de la misma constelación semántica que los espectaculares a través del fuego corrector, la llama purificadora o el sol monárquico. El sol se presenta como astro luminoso de poder y luz imperecedera, un anhelo celeste de inmortalidad. Como recuerda Eliade:

Todo un conjunto de creencias relacionadas con la iniciación y la soberanía derivan de esta valorización del Sol como dios (héroe), que, sin conocer la muerte (al contrario que la luna) atraviesa todas las noches, el reino de la noche y reaparece al día siguiente, eterno, eternamente igual a sí mismo. (Eliade, 1974, p. 135)

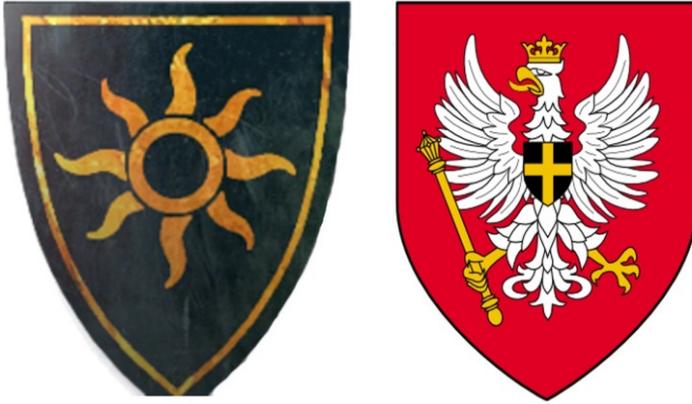


Figura 2: Blasones de los reinos de Nilfgaard y Redania. Ambos muestran símbolos propios del Régimen Diurno de la imagen. Fuentes: Pinterest<sup>13</sup> y YouTube<sup>14</sup>.

Como apunta Durand, el sol expresa “sobredeterminaciones de la elevación y de la luz del rayo y de lo dorado, la hipóstasis por excelencia de los poderes uranianos” (Durand, 1984, p. 140). De estos símbolos ascensionales y lumínicos se desprenden todos los héroes “hijos del cielo”, de la luz fulminante del rayo, pariente cercano de aquel resplandor solar que puebla innumerables mitologías masculinas soberanas -Osiris, Zeus, Mitra, Thor-; mitologías originales de la tradicional aspiración divina monárquica: Dios en la tierra, el rey Sol. El blasón de Nilfgaard luce el astro solar brillante -símbolo de la grandeza del imperio- que se realza contra un fondo oscuro. Los propios nilfgaardianos deciden abrazar una religión monoteísta donde al sumo sacerdote se le conoce literalmente como “rey Sol”, cuya personificación es el propio rey Emhyrvar Emreis. Este enconado empeño luminoso de distinción desembocará en la antítesis y la confrontación propias de las estructuras diurnas. Radovic V, el Severo, perpetrará una caza de brujas y hechiceras por el país de Redania, acusando a todo ser mágico del delito de monstruosidad inhumana. Esta

---

<sup>13</sup> [www.pinterest.pt/pin/362117626288636546](http://www.pinterest.pt/pin/362117626288636546)

<sup>14</sup> [www.youtube.com/watch?v=FO6ilRQovmw](http://www.youtube.com/watch?v=FO6ilRQovmw)

caza se llevará a cabo a través de la Iglesia del Fuego eterno, una congregación religiosa fanática que considera el fuego como elemento básico de purificación e iluminación contra los monstruos de las tinieblas. El fuego, como veremos más adelante, es uno de los elementos más polivalentes dentro de las estructuras antropológicas de la imagen. Las hogueras quemarán a brujos y hechiceras por toda Redania. Junto con la iluminación idealista, asistimos a esta voluntad distintiva de confrontación propia del Régimen Diurno. Como hemos observado anteriormente, la dimensión esquizomórfica de la imagen conduce al rechazo y a la confrontación de aquello que se muestra extraño, a perseguir al Otro diferente como un peligro mortal al que enfrentar. El mismo Geralt, al regresar por última vez a Novigrado -la ciudad colosal de Redania- y observar que la ciudadela se encuentra cerrada para iniciar una redada contra los seres mágicos, subraya de manera explícita este hiperracionalismo antitético propio del régimen diurno del héroe: “La cacería no gira entorno a las brujas. La clave es tener a un chivo expiatorio. Los humanos temen lo desconocido, lo diferente, lo extraño” (*The Witcher 3: Wild Hunt*, 2015).

Este afán de orden y jerarquización temeroso del tiempo y la muerte que distingue con claridad el Jefe del Inferior, el Abismo del Cielo, el Héroe del Monstruo y el Ángel del Animal [figura.1] se expresa en aquella línea de diálogo que Radovic dedica a Geralt y que sintetiza su filosofía solar concentrando las estructuras verticalizantes, la iluminación y la diairética. Ambos conversan sobre la utilidad estratégica del ejercicio de jugar al ajedrez para planificar una guerra:

RADOVIC: No lo entiendes porque no eres rey. Los peones sólo ven a sus camaradas a su lado y al enemigo enfrente. Un rey goza de la perspectiva del tablero de ajedrez. Sus mayores enemigos lo rodean. Sus propias piezas podrían atraparlos. Y entonces, jaque mate... y muerte. (*The Witcher 3. Wild Hunt*, 2015)

En esta lógica bélica y antitética se inscribe la popular imagen del héroe matador de monstruos, del caballero bélico que escinde y se enfrenta contra el Dragón (el caos, el uroboros, lo diferente, lo diverso) para la consagrada conquista del territorio. El Dragón primordial, signo de lo monstruoso y del caos (lo informe), se presenta como antagonista

principal del héroe, del elegido o del monarca imperialista que pretende imponer, bajo su lógica hiperracionalista, un mandato de orden y jerarquía:

El dragón se encuentra impregnado de un simbolismo cosmológico: simboliza la involución, la modalidad pre-formal del Universo, el “Uno” no fragmentado de antes de la creación (...). Por eso las serpientes y dragones son, en casi todas partes, identificados con “los señores del lugar”, con los “autóctonos” con los que habían de luchar los recién llegados, los conquistadores, los que deben formar (es decir, crear) los territorios ocupados. (Eliade, 1999, p. 45)

La imagen del dragón como símbolo de lo monstruoso (lo difuso) y, como tal, antagonista del héroe o el emperador se encuentra en numerosas culturas patriarcales: desde la epopeya babilónica de Gilgamesh (Borges, 1987), hasta la leyenda japonesa de Susanno Woo (Rubio & Moratalla, 2008), pasando por los mitos helénicos e incontables cuentos populares chinos (Requena, 2007) y latinoamericanos (Torres, 2007), hasta llegar a nuestra estandarización europea con la popular leyenda de San Jorge. Las criaturas monstruosas siempre se presentan como los autóctonos del lugar. Los monstruos pueblan el imaginario de *The Witcher 3: Wild Hunt* e impiden este libre albedrío, son expresión de lo que Durand (2005) denomina *Los rostros del Tiempo*, peligros que pertenecen a las tinieblas que desde la perspectiva de La Espada y el Cetro deben ser eliminados. Al norte de Temeria y de su capital, Gors Velen, existe una provincia apantada y desolada por la guerra que recibe el nombre de Velen o Tierra de Nadie<sup>15</sup> —*No man's Land*—. Esta es una de las zonas más extensas del juego en la que el usuario emplea alrededor de un cuarto de tiempo total del videojuego entre misiones principales, secundarias y contratos de brujo. Esta región se encuentra sin gobernante, bajo el dominio de Las Damas, tres grandes moiras (brujas) que resultan de los monstruos más formidables del juego y que ofrecen ayuda a los lugareños a cambio de sacrificios y ofrendas humanas. “Esta ya no es la Tierra de Nadie. Ya no es la tierra de las damas, ahora es vuestra” (*The*

---

<sup>15</sup>El juego en español traduce erróneamente esta provincia como «Tierra de Nadie», cuando específicamente significa «Tierra de ningún hombre», entendiéndolo por hombre «todo ser humano».

*Witcher 3*, 2015), anunciará Geralt a un aldeano tras dar muerte a las tres grandes moiras casi al final del juego, señalando este antagonismo primordial de lo monstruoso (autóctono, instintivo, dionisiaco) y lo humano (civilizado, ordenado, apolíneo).

El monstruo ejemplar en el juego deviene representado por la imagen icónica de la Cacería Salvaje. Según la información recogida en el libro *Espectros apariciones y condenados*, la Cacería Salvaje es descrita por la gente común como “una cabalgata de espectros sobre caballos esqueléticos que galopaban por el cielo y sirven como presagio de guerra y muerte” (*The Witcher*, 2008). Esta horda misteriosa se muestra como un fenómeno apocalíptico que no concierne explicación mágica posible o bien como una leyenda antigua para asustar a los niños. La Cacería Salvaje se aleja de la luz pura y fulminante del monarca y se envuelve en la fría noche sangrienta y mortal. El invierno perpetuo que despierta a su paso concita el reverso del fuego puro y eterno, pero también del calor acogedor del hogar propio de las estructuras místicas (la Copa), que estudiaremos más adelante. La Cacería Salvaje se inscribe en el régimen de los monstruos nictomórficos (tinieblas) y catamórficos (caída). Esta compañía de jinetes resulta expresión última de *Los rostros del tiempo* como enemigo formidable del juego, puesto que se asocia a la luna, al recuerdo de la muerte que acecha siempre y a la medición astral.

La valencia horrible del monstruo se encuentra ligada a un componente mortal. El terror a la muerte es aquello que el Régimen Diurno se esfuerza en destruir y aniquilar, el heraldo del terror que precede a la violenta muerte, no a aquella serena muerte-sepulcro que estudiaremos en el régimen místico, sino a la violenta negación humana de la parca. Su venida se produce sin orden ni concierto, sin orden ni planificación estratégica. En este sentido, la estética de la Cacería desvela un imaginario “monárquico de la muerte” concitado en la destrucción y la esclavitud de lo humano -utensilios decorativos con forma de calaveras, huesos- y en especial del poder real -con el ultraje y la violación de las formas estéticas reales (coronas cadavéricas, capas lúgubres como mortajas, cetros fantasmales, etc.)-.

Gran parte de la gameplay se resuelve en el combate de Geralt con diferentes criaturas, espectros y monstruos, algunos de ellos de características muy similares al dragón alado medieval. Aunque a priori el protagonista pareciera que se inscribe en la lógica de este Régimen Diurno, en esta búsqueda heroica del matador de monstruos, tanto Geralt como Cirilla participan de otro tipo de estructuras.

## 2.2. EL RÉGIMEN NOCTURNO DE LA IMAGEN EN *THE WITCHER 3: WILD HUNT*

### 2.2.1. Estructuras místicas (la Copa): La magia

Dentro del Régimen Nocturno de la imagen, se encuentran las estructuras místicas del imaginario. Estas articulaciones se caracterizan por la inversión de los valores negativos (negación de la negación) que el radical Régimen Diurno dispone unilateralmente. Las estructuras místicas de la imagen, a diferencia de aquel enconado anhelo de verticalidad, ascensión, delimitación y luminosidad propio del Régimen Diurno, se caracterizan por la expresión de los símbolos que enuncian la intimidad, la fragilidad y la armonía femenina del descenso y la penetración hacia el centro: la quietud del gran reposo.

Al pertenecer a la dominante digestiva, la imaginación mística adquiere valencias positivas ante aquellas imágenes simbólicas diairéticas que antes eran consideradas monstruosas. Estas imágenes estarán vinculadas al cálido confort del vientre digestivo (la vuelta a la matriz de la Gran Madre): el regreso al Paraíso Perdido. La delimitación y distinción del Régimen Diurno se disuelve aquí en doble negación, la negativa a cercenar y delimitar, y, sobre todo, en abrazar la confusión de las formas.

Este significado de doble negación muestra su expresión última en la valencia positiva de la propia muerte, enemigo recurrente del caballero diairético, puesto que existe una reintegración de un orden cósmico, un equilibrio homeostático. Al pertenecer a la dominante digestiva, la imaginación mística es aquella que prevé la confusión y la “transustanciación (transformación)” espiritual y armónica de las formas (Durand, 2005, p. 264), a diferencia del Régimen Diurno que dinamiza las imágenes a través de la delimitación, la antítesis y la destrucción. Estas

estructuras se encuentran ligadas a la antigua imagen mitológica de la Gran Diosa Madre. Como apuntan Eliade (1991), Cassirer (1998), Baring & Cashford (2005), el propio Durand (2005) y Gimbutas (1996), son numerosas las diosas que ocupaban un lugar preferente en la vida mitológica neolítica como “divinidad totalizadora del entorno” en muchas partes del mundo. El culto a la Diosa telúrica como expresión de toda la materia, debido a la vinculación entre la mujer y su capacidad para dar vida, se adoptó extensamente en las sociedades arcaicas mucho antes de que el belicismo de los pueblos contribuyera a la progresiva emergencia, en la Edad de Bronce, del dios uranio babilónico y de la posterior aparición de los dioses morales propios de las tres grandes religiones abrahámicas -cristianismo, judaísmo e islamismo- (Baring & Cashford, 2008):

La Diosa, en el conjunto de sus manifestaciones, era un símbolo de la unidad vital en la Naturaleza; su poder estaba en las aguas y en las piedras, en las tumbas y en las cuevas, en los animales terrestres y en las aves, en las serpientes y en los peces, en las colinas, en los árboles y en las flores; de ahí la percepción holística y mitopoeítica de la sacralidad y misticismo de todo cuanto existe en la Tierra. (Gimbutas, 1996, p. 321)

La Diosa telúrica reverbera, con una claridad a veces inusitada (Eliade, 1991), una constelación que se articula a través de signos dramáticos, aquellos que permiten la vida y representan las valencias positivas y orgánicas de lo temporal: →Mujer (dadora de vida)→ Luna (menstruación)→ Agua, ríos (mareas)→ Tierra, Flor (ritmos agrarios y crecimiento de alimentos)→Cuevas (vientre materno). A esta tradición pertenecen las innumerables Venus de Vespulge y más tarde Istar, Gea, Gaia, Demeter, Ceres y Perséfone, entre otros muchos ejemplos (Baring & Cashford, 2008).

Es cierto que en *The Witcher 3: Wild Hunt* no abundan las estructuras místicas del imaginario. Como hemos observado, el juego se encuentra inmerso en la crueldad de la guerra y la confrontación propias del Régimen Diurno -ya sea por la guerra misma o por las inesperadas apariciones de la Cacería Salvaje-. La diferencia esencial entre la perspectiva hiperracionalista y antitética propia del Régimen Diurno y la armonía de las estructuras místicas ya se muestra en las primeras líneas de explicación

del prólogo del juego, donde un sabio druida traza un breve contexto histórico de los Reinos de Norte ante una turba embelesada ante sus palabras: “En el pasado, nuestro mundo se entrecruzó con otro en una catástrofe que los eruditos llaman la Conjunción de las Esferas. Los dioses permitieron que llegaran las fuerzas impías. El origen de aquel cataclismo fue la infame fuerza llamada magia” (*The Witcher 3: Wild Hunt*, 2015).

La dimensión mágica en *The Witcher 3* parece participar de estas estructuras místicas. Como hemos escrito anteriormente, la dimensión esquizomórfica (diurna) de la imagen conduce al rechazo y a la confrontación de aquello que se muestra extraño, a perseguir al Otro diferente como un peligro al que confrontar. La misma Conjunción de las Esferas como fenómeno de confusión y dilución tan caro a las estructuras místicas se presentan intolerables para el orden hiperracionalista y antitético propio del Régimen Diurno: La Conjunción sólo trajo bestias y monstruos al mundo jerárquico humano. La individuación masculina no pertenece ya a la confusión de la Gran Madre.

Esta Gran Diosa se ha expresado en el imaginario mitológico a través del culto a todo el entorno y especialmente en la adoración de las cuevas (por su protección y abrigo) y de los ríos (por las cualidades del agua, dadora de vida y elemento curativo). Ocurre que estas estructuras místicas sí se encuentran en el juego de CD Projekt, pero operan de manera soterrada y actuando con una especial sutileza y fragilidad<sup>16</sup>. Los actantes que representan estas estructuras suelen ser las magas miembros de la Logia de las Hechiceras.

Como apuntan varios libros consultados en el propio juego, la Logia de las Hechiceras describe a una comunidad mágica exclusivamente femenina creada a partir de la caída de la antigua Hermandad de los Hechiceros. El concepto de magia pertenece al territorio del Régimen Nocturno de la imagen; aquel reino desconocido que el ser humano no ha

---

<sup>16</sup> Quizá por la doble perspectiva del elegido o el Mesías en la que incide todo el juego -la capacidad y el privilegio de mirar a los acontecimientos como el matador desinteresado- y por otra parte el respeto por la organicidad del cosmos que brinda el Bastón, del que hablaremos más tarde.

logrado alcanzar y que, de algún modo, anhela. Algunas de estas magas expresan estas constelaciones que penetran en el centro, imágenes del recogimiento y la armonía natural; del descanso y el sepulcro, del tesoro escondido.

La flor como expresión totalizadora del círculo vital maternal impregna toda la vida cultural y poética. Como escribía Henri de Regnier: “la mujer es la flor a la entrada de las vías subterráneas y peligrosas... fisuras por donde se abisman las almas” (de Regnier citado en Durand, 1984, p. 220). Es en este jardín homoestático de los inicios -el retorno al vientre materno, según Gimbutas (1996)-, este Jardín del Edén, donde el héroe y el elegido encuentran consuelo. Durante la misión principal *Cazando a una bruja*, Geralt debe encontrar a una herborista que podría revelarle información crucial sobre la actual localización de Cirilla. Cuando encuentra la casa de la herborista, una voz invita a Geralt desde un portal mágico y cuando el usuario quiere percatarse se encuentra en un sereno jardín repleto de ciervos y conejos que, por primera vez en el juego, no se ahuyentan a nuestro paso. Si el usuario alza la vista, percibirá que se encuentra en una gran gruta durante una aplacible y armónica noche. Una voz llamará a Geralt desde un altar en el centro del jardín: es Keira Metz, maga de la Logia.

En el universo de *The Witcher III*, las mujeres presentan una especial facilidad y talento para la magia; son más aptas que el género masculino para dominar estas artes. En varias ocasiones, la narrativa de *The Witcher 3: Wild Hunt* expresa que existe una dimensión energética de intercambio permanente entre la vida y la muerte en el empleo de la magia. La magia es aquello que conecta la energía del cosmos: el canal de comunicación entre la materia, también entre lo vivo y lo muerto. Durante la *Misión Principal 30: Sin Nombre*, en las islas de Skellige, Yennefer, miembro de la Logia, debe resucitar brevemente a Skjall, un muchacho que podría revelar información crucial sobre el paradero de Cirilla. Geralt, sorprendido ante la posibilidad de volver a traer a la vida brevemente al difunto, pregunta a Yennefer qué ingredientes necesita para el hechizo:

YENNEFER: Mmm. La sangre de un recién nacido, la lengua de una virgen y el ojo de un tritón.

GERALT: ¿Te importa repetirlo sin sarcasmo?

YENNEFER: No necesito nada. Soy una hechicera, no una herborista de pueblo. Todo lo que necesito es energía... grandes cantidades de energía. Tenemos suerte de que este lugar se encuentre saturado de magia.  
(*The Witcher 3: Wild Hunt*, 2015)

Tras la conversación con el cadáver de Skajll, el jardín sagrado en el que se encontraban Geralt y Yennefer comienza a marchitarse y queda reducido a un rincón sombrío y sin vida -de nuevo resonancias botánicas-. Como apunta la entrada en el diario de *The Witcher*, la magia es el poder de intentar dominar el caos o el cosmos con la voluntad (*The Witcher*, 2008). Los encuentros que Geralt comparte con varios miembros de la Logia se desenvuelven en momentos de tranquilidad y armonía. El mundo de *The Witcher 3* se encuentra bañado por el imaginario propio del Régimen Diurno y, en este sentido, las articulaciones de las estructuras diáriticas y de identificación (individuación) despliegan sus mecanismos de negación ante la propia inexistencia del “yo”. Los seres humanos intentan dominar el caos de sus vidas a través de la magia porque, a través de la certidumbre abominable de este desorden armónico, la inevitable dimensión de la muerte se hace presente, palpable, y este escenario resulta hiriente e insoportable para el bélico Régimen Diurno; un régimen que busca, contra todo pronóstico y consciente de su fatal destino, la inmortalidad.

Pareciera que Geralt tuviera voluntad de buscar el hogar, el cobijo y el calor del refugio acogedor; la voluntad siempre frustrada de asentarse y renunciar a aquella vida nómada propia del brujo matador de monstruos. Cada vez que existe un acercamiento emocional entre Geralt y Triss -o Yennefer-, se desvela de nuevo la figura de la tranquilidad acogedora del hogar como una posibilidad frente a los estragos, intrigas y penurias de la guerra que asola los Reinos del Norte. La búsqueda de Cirilla expresa un deseo no pronunciado, el regreso a aquellos días de reposo y entrenamiento en Kaer Morhen, donde ambos disfrutaron los roles de padre e hija. Ya en el prólogo del juego, el usuario asiste a un sueño jugable donde Geralt y Yennefer se encuentran compartiendo una

vida feliz al cuidado y entrenamiento de Cirilla en Kaer Morhen, el lugar más parecido al hogar que ha conocido Geralt.

Podríamos afirmar que el Régimen Nocturno en *The Witcher 3* es significativo por la sombra de su ausencia, aunque las dinámicas globales de juego (narrativo-configurativas) apuntan a que existe una ternura o una esperanza que sobrevuela todas las estructuras y que sitúa al protagonista en el secreto anhelo del reposo final y del hogar último -la Tierra Prometida- que concede la madre, tras años y años de batalla contra monstruos y humanos.

### 2.2.2. Régimen Nocturno. Las estructuras sintéticas: el Denario y el Bastón

Al participar de la dominante copulativa, las estructuras sintéticas despliegan los valores de *coincidentia oppositorum* (coincidencia de contrarios), de dialéctica de los antagonistas. Resultan estructuras nocturnas dramáticas que buscan la integración, la unión. Sus dos fuerzas isotópicas simbólicas tarotianas devienen representadas por el Bastón y el Denario.

#### EL DENARIO: LA MOIRAS DE VELEN

Las estructuras del Denario o la Rueda responden a una imagen cíclica, a una repetición que permite al ser humano engañar a la lógica temporal (muerte). El movimiento de sus constelaciones se encuentra vinculado a la noción de eterno retorno, pero esta vez dominada parcialmente por la dimensión humana. Estas estructuras otorgan una tranquilidad parcial en sus movimientos, su carácter sintético integra diferentes polaridades. La intuición del tiempo cíclico concentra aspectos adivinadores, ya que se inscriben en las dinámicas lunares -la luna siempre ha supuesto la apropiación (medición y predicción) del tiempo para el ser humano (estaciones agrarias, mareas, etc.)-. Este esquema, como bien plantea Durand, “hace servir situaciones nefastas y valores negativos al progreso de los valores positivos” (1984, p. 285). Como hemos comentado, en la tierra de Velen existen unas moiras (brujas) que dominan La Tierra de Nadie. Los aldeanos de Velen ofrecen sacrificios humanos a estas damas, normalmente niños huérfanos de guerra de los que no se vuelve a saber,

a cambio de presagios y protección. Los lugareños, conscientes del poder adivinatorio y esencial de estas brujas, las llaman Susurradora, Guisadora y Tejedora. En diferentes lugares del juego, Geralt tropieza con un libro de nombre revelador titulado *La que sabe*, donde el usuario infiere que se explica la antigua historia de estas moiras; una historia que despliega las nociones místicas de la noche, la tierra (primavera) y la Gran madre:

Cuentan que en un principio eran cuatro. La Madre, la que todo lo sabe, la dama del bosque, vino de una tierra lejana (...). Decidió crear tres hijas del agua y del barro. Hace muchísimo tiempo, la Madre se erigió como soberana de todo Velen. Sus hijas le hacían llegar las peticiones de su pueblo y hablaban por ella. Cada primavera le llevaban a cabo sacrificios con grano, animales y hombres a la dama del bosque en su noche especial. Sin embargo, con el paso de los años, la locura fue haciendo mella en ella, y las noticias de su demencia empezaron a extenderse por sus dominios. A causa de ello, los hombres empezaron a abandonar sus propiedades y a refugiarse en el Cenagal, donde acabaron sus días como comida para las bestias. Las hijas, al ver que sus tierras se encontraban al borde de la destrucción, decidieron salvarla. Cuando llegó la primavera, y con ella la noche de los sacrificios, mataron a su madre y la enterraron en el Cenagal (...). En cuanto al alma inmortal de la dama, se negó a abandonar su guarida y las hermanas se vieron obligadas a encerrarla. Aún hoy sigue atrapada bajo la Loma de los Susurros, donde descarga su ira imponente. (*The Witcher 3*, 2015)

Esta triada adivinatoria de moiras encuentra sus resonancias originales en aquella Diosa madre -simultáneamente diosa de vida y de muerte-. La diosa Gea ya se consideraba una adivina mucho antes que el oráculo de Delfos, debido a aquella totalización telúrica que ya hemos analizado. El número tres es aquel que imponía los cultos ctónicos (enterramientos), la triada de Deméter, Hécate y Perséfone representaban el cuadro dramático del rapto de Hades. Como recuerda Kerényi y Jung, la equivalencia del número tres se encuentra en la base de la danza del Maro (tres, y tres veces tres), fiesta que abría la primavera (Kerényi & Jung, 2013, p. 164). La primera conversación de Geralt con estas brujas será a través de un tapiz mágico donde el hilo traza la imagen de tres bellas jóvenes desnudas. La relación entre el hilo, el tapiz, el tejido, y el propio destino encuentran una resonancia dramática de continuidad en

numerosas mitologías. Dentro de esta tradición se inscriben las Moiras griegas -Cloto, Láquesis y Átropos-, las tres ancianas hilanderas que repartían el destino del ser humano en la mitología griega, y que contaban con la potestad de disponer del hilo de la vida de los mortales, pero también la griega Keith o Proserpina. La hilandera como disponedora del destino mortal siempre ha suscitado en el imaginario mitológico una vuelta a la tranquilidad inquietante, un *quitprocuo* severo y abominablemente cierto. Como apunta Durand:

No hay que olvidar que el movimiento circular continuo del huso está engendrado por el movimiento alternativo y rítmico producido por un arco y o por el pedal de torno. La hilandera que utiliza este aparato, “una de las máquinas más hermosas” es dueña del movimiento circular y de los ritmos (...). Lo que aquí importa, más que el resultado que es hilo, tejido y destino, es el huso, que con el movimiento circular que sugiere, se convertirá en talismán contra el destino. (Durand, 1984, pp. 306-307)

La próxima vez que Geralt se encuentre con las Moiras de Velen, aparecerán ante él como monstruos adornados con miembros humanos y mutilaciones. La imagen de las moiras expresa un ultraje y profanación a la constelación de La Gran Madre debido a esta expresión diairética y bélica que baña todo el juego. Este “talismán contra el destino” que presenta el Denario es aquel contrato implícito que los lugareños de Velen han firmado con las Moiras. La estructura siempre circular de los sacrificios de niños, cada cierto tiempo, proporcionan un refugio seguro contra el destino -la muerte- de los lugareños, puesto que todo aquel que se encuentre en La Tierra de Nadie y acate las normas y exigencias de las Moiras gozará de la temible protección de las Damas.

#### EL BASTÓN: GERALT Y CIRILLA

Las imágenes propias de la constelación relativa al Bastón se encuentran muy próximas a los arquetipos sustantivos del Hijo divino, del Fuego-llama (sexual), del Árbol y del Germen. Esta constelación se encuentra bañada, como veremos, de cierto mesianismo. Las imágenes simbólicas que se desprenden de estos arquetipos son aquellas que connotan la totalidad del mundo y el símbolo integrador (puente) de los contrarios.

En estas estructuras sintéticas, como su nombre indica, se articula una confluencia, “este centro presenta una cara ambigua: un aspecto nefasto y uno favorable” (Durand, 1984, p. 314). Estas estructuras se expresan a través de las imágenes del protagonista, Geralt de Rivia, y de su hija adoptiva, la princesa Cirilla Fiona Elen Riannon.

Podría parecer que tanto Geralt como Cirilla se inscriben en el antitético Régimen Diurno de la imagen, debido a su condición innata de expertos matadores de monstruos. La *gameplay* a priori también apunta esto mismo: la manera de progresar en el juego se basa en la ascensión de parámetros relacionados con la fuerza y la magia a través de puntos de experiencia acumulados tras las batallas contra monstruos y humanos. La disposición y organización del inventario, la alquimia y el sistema de fabricación y compra de armas y armaduras funcionan en el mismo sentido: reunir elementos para crear herramientas más fuertes con las que vencer en las batallas de manera solvente y eficaz. La prueba de la valía del héroe a través de la adquisición de mayor potencia física se encuentra en la esencia misma de las estructuras diáriticas, pero existen otro tipo de emanaciones que indican que el imaginario de Geralt de Rivia y Ciri se encuentran en las constelaciones propias del Bastón. Como hemos comentado, las estructuras sintéticas se articulan a través de la unión de contrarios. La constelación Árbol → Madera (Cruz) → Fuego (sexual) → Mesías (Niño divino) → Hijo con frecuencia expresa el movimiento de esta estructura progresista sintética del Bastón.

Como símbolo mitológico de referencia (centro del mundo *axis mundi*), el árbol funciona como canal de comunicación entre el cielo y la tierra. El signo del árbol, como la cruz, condensa toda totalización cósmica -es así en el caso del Gaokerena de la mitología preislámica y en el árbol nórdico Yggdrasil de los Eddas, así como en muchos otros Árboles de Vida de similares esencias en diversas culturas: budista, iraní, china, hinduista, islámica...-. El árbol expresa la unión de contrarios. Geralt de Rivia alegoriza la unión e integración del ser humano (Espada) y del mago (Copa). El protagonista se concreta comonexo de unión entre varios mundos durante toda la aventura. Los brujos suscitan aquella ambigüedad tan cara a las estructuras sintéticas. Como apunta el druida del prólogo, a los brujos “se les envía a luchar contra los monstruos, pero

no distinguen el bien del mal” (*The Witcher 3*, 2015), apuntando de nuevo a esta claridad definitoria propia del Régimen Diurno. En el caso de Cirilla, la princesa concentra la imagen de la integración última: el vínculo entre el reinado y el pueblo -hija legítima de Emyhr, ha renunciado al trono- y entre el ser humano y los dioses, puesto que la llamada “La Vieja Sangre” –*HenIchaer*- corre por sus venas. La Vieja Sangre responde a un material genético casi extinto que poseían los *Aen Saevherne* -altos elfos- y que concede un gran poder y sabiduría. Esta es la razón principal por la que Cirilla es perseguida por la Cacería Salvaje. El poder de Ciri -a quién se le conoce también como la dama del Espacio y el Tiempo-, permite viajar entre esferas (mundos), convirtiéndose así en símbolo último de la unión entre razas, especies y monstruos, un puente entre dimensiones y culturas, pero también en la expresión de aquella noción humana individual y bélica; concitando ambas nociones en la emergencia de esta síntesis tan cara al Bastón.

La obtención del fuego por frotamiento rítmico (la manera más primitiva del ser humano para obtener fuego) es inmediatamente susceptible de explicar generación (Bachelard, 1966, p. 49). La constelación árbol (madera-fuego, con esta potencia activa sexual de fricción, de consumición de la madre, se articula como germinación, como “nuevo comienzo”, como “doble nacimiento”, tal y como demuestran el culto al fuego sexual de la quema del árbol de mayo y numerosos ejemplos flamígeros de tránsito y cambio (Durand, 2005, p. 340). El fuego sexual se muestra como “germen que se reproduce en las vidas sucesivas”, y mantiene la cualidad que le otorgó Heráclito como “agente de transformación” (Cirlot, 1992, p. 209); una transformación que se encuentra íntimamente ligada a los rituales de muerte y resurrección. Los brujos adquieren cualidades pseudo mágicas a partir de procesos alquímicos a base de mutágenos. Estos procesos se llevan a cabo a través de un doloroso ritual llamado “La Prueba” que muy pocos candidatos consiguen superar. Como consecuencia de esta alteración, y también debido a un extenso y severo entrenamiento, los brujos adquieren capacidades sobrehumanas que les convierten en formidables cazadores de monstruos. La superación de esta prueba, este segundo nacimiento, es aquella que marca la existencia y el porvenir del brujo.

Desde el inicio del juego, el usuario asiste a una discriminación racial de la mayoría de los habitantes de los Reinos del Norte para con los brujos. Cada vez que Geralt regala una acción noble a un miembro del pueblo en Velen, con frecuencia este reaccionará con gran sorpresa -cuando no desdén- ante la inesperada generosidad del brujo: “Y decían que los brujos no tenían sentimientos” “Asquerosos brujos” (*The Witcher 3*, 2015). Existe una hendidura, una diferenciación entre los brujos y el resto del pueblo que los convierten en “los elegidos para luchar contra las fuerzas del mal”.

En la mayoría de constelaciones mitológicas, el Niño Divino o el Hijo se presenta como el huérfano abandonado y encontrado que deberá buscar su lugar en el mundo y probar su valía a través de la fuerza extraordinaria -Pan, Dionisio, Hércules, Perseo, Teseo (...)-. Geralt es abandonado por su madre cerca de Kaer Morhen, donde Vesemir, maestro en el arte de la brujería, lo acogerá e iniciará en las artes de los brujos tras la superación de La Prueba. En el caso de Cirilla, su abuela murió debido a los estragos de la guerra y se crió con varias personas. Este niño divino de cualidades excepcionales se encuentra vinculado a cierto “intelectualismo”, a una totalización e integración que hemos desvelado anteriormente, pero este héroe “doblemente nacido” también se muestra habituado a la soledad del marcado, del elegido. Como apunta Jung:

[Los niños divinos o Hijos] suelen ser portadores de la cultura, y, debido a ello quedan identificadas con factores culturales útiles, como con el fuego, el trigo, el metal, el maíz, etc. Como iluminadores, es decir, como acrecentadores de la conciencia, vencen a la oscuridad, o sea, al estado anterior inconsciente. Consciencia superior, como un saber que va más allá de lo que es consciente en la actualidad, viene a significar lo mismo que soledad del mundo. La soledad expresa la oposición entre el portador o el símbolo de un grado de conciencia más elevado y el mundo que le rodea. Personifica poderes vitales que están más allá de la limitada extensión de la conciencia (...) y una totalidad que incluye las profundidades de la naturaleza. (Kerényi & Jung, 2003, pp. 115-116)

Este “intelectualismo” o sabiduría propios de estas estructuras sintéticas se plasma en la gameplay. Prácticamente la totalidad de las misiones secundarias del juego se disponen como pequeños casos de investigación

que Geralt deberá resolver haciendo uso de su experiencia y conocimiento sobre bestias y monstruos. El usuario asiste al desvelo de la justificación narrativa a través de las mecánicas extraordinarias de juego. Existe un botón en el pad que activa los llamados “sentidos de brujo”. Gracias a estos comandos, Geralt es capaz de rastrear el olor, practicar minuciosas autopsias y percatarse de detalles que le permitirá reconstruir hechos que pasarían desapercibidos para el resto de mortales.

Estas estructuras sintéticas se encuentran bañadas por un “complejo de Jessé”, una promesa germinativa que no cesa y que habita en el territorio de la imagen del Hijo (madera + fuego), imagen que se muestra como emanación de la promesa y la profecía -de ahí que se empleen tradicionalmente términos vegetales cercanos a esta imagen del árbol para designar a los hijos: vástagos, retoños, árbol genealógico, etc. (Duran, 2005)-. Llegamos aquí a uno de los símbolos cruciales en el cibertexto de *The Witcher 3: Wild Hunt*. Pareciera que el videojuego, más allá de la lógica antitética del Régimen Diurno, se encontrara bañado por una “voluntad de destino” propia de las estructuras sintéticas; una voluntad que, más allá de la narrativa, también reverbera en la propia gameplay durante todo el juego, como veremos a continuación. El destino de Geralt se encuentra ligado a Yennefer gracias al encantamiento de un djinn (genio), pero el brujo también se vincula a Cirilla a través de una profecía que vertebra la narrativa de todo el videojuego: la profecía de *Ithlinne*, donde se desvela que Cirilla puede resultar la salvadora del mundo o su destructora, drama que se resolverá en el clímax del juego:

En verdad os digo que se acerca el tiempo de la espada y el hacha, la época de la tormenta salvaje. Se acerca el Tiempo del Invierno Blanco y de la Luz Blanca. El Tiempo de la Locura y el Tiempo del Odio, Tedd Deireádh, el Tiempo del Fin. El mundo morirá entre la escarcha y resucitará de nuevo junto con el nuevo sol. Resucitará de entre la Antigua Sangre, de *Hen Ichaer*, de la semilla sembrada. De la semilla que no germina, sino que estalla en llamas. ¡Ess'tuathesse! ¡Así será! ¡Contemplad las señales! Qué señales sean, yo os diré: primero se derramará sobre la tierra la sangre de los Aen Seidhe, la Sangre de los Elfos... (*The Witcher 3: Wild Hunt*, 2015)

Esta vinculación con el apocalipsis final y la promesa también se encuentra en el imaginario del fuego iranio, el fuego aniquilador del fin del mundo. La relación paterno-filial que comparten ambos personajes no hace sino acentuar estas resonancias propias de las estructuras sintéticas.

Como hemos señalado, esta “voluntad de destino” también se aprecia en la *gameplay*, puesto que el supuesto equilibrio moral al que aspira Geralt a través del sistema de decisiones se despliega en este sentido y expresa una ambigüedad esencial característica de las estructuras sintéticas. En momentos puntuales de la historia, el usuario se verá obligado a decidir entre una y varias opciones de diálogo que desembocarán en unas consecuencias determinadas. Pareciera como si el usuario se situara más allá del bien y del mal con esta pretendida capacidad de decisión configurativa durante el desarrollo de la historia. Una dinámica frecuente en el sistema de decisiones es que la propia narrativa subvierta las opciones que el usuario consideraba moralmente aceptables, como si esta noción de “destino” se encontrara oculta en la narrativa y se revelara en momentos cruciales para trastocar la concienzuda decisión moral del usuario. Cuando esta dinámica de juego se asienta, el usuario se percata de que la información de que dispone para tomar aquellas decisiones que juzgue morales o no es insuficiente -y debe recabar más datos- o simplemente esta información no se ajustará nunca para que pueda elegir la opción que encuentre más acertada o justa. Al usuario sólo le queda asistir a la implacable voluntad del destino que dispone la narrativa.

### 3. CONCLUSIONES

Es cierto que el videojuego *The Witcher 3: Wild Hunt* se encuentra bañado por el belicismo y la distinción del Régimen Diurno de la imagen: la Espada y el Cetro (antítesis, confrontación, brutalidad) -expresados por los actantes simbólicos de Emhyr y Radovic y en algún grado en la *gameplay*-, pero, con más potencia si cabe, el videojuego expresa una noción de “voluntad de destino” o promesa que se articula asimismo tanto en su *gameplay* como en su narrativa, y que pertenece a las estructuras sintéticas del Bastón que alegorizan los protagonistas -Geralt y

Cirilla-. Se observa una tensión estructural entre el monstruo definitivo -Los Rostros del Tiempo (La Cacería Salvaje)- y las estructuras diairéticas y sintéticas. La Espada y el Cetro tienden a ultrajar todo aquello que pertenece a las estructuras místicas, vehiculando esta armonía íntima hacia la monstruosidad y la confrontación bélica, esta es una de las razones que explican la verdadera naturaleza de la Cacería Salvaje, conformada, en última instancia, por elfos, los seres que mayores destrezas han alcanzado en el uso de la magia. Las Moiras del Cenagal de Velen se encuentran entre las escasas imágenes del Denario y muestran su confluencia y cercanía con Los Rostros del Tiempo (La Cacería Salvaje), a pesar de su circularidad esencial y la tranquilidad parcial que otorgan a los seres humanos. Las imágenes propias del regreso y del descanso íntimo, aquellas que pertenecen a la valencia positiva de la magia, se encuentran diluidas o son casi inexistentes, aunque se intuye la expresión de la búsqueda secreta del hogar como anhelo último del protagonista (búsqueda de Ciri, Yennefer y Triss). A pesar de esta “voluntad de destino”, el elegido prosigue su lucha contra su fatal culminación a la vez que cree plenamente en él, de ahí la ambigüedad que induce a pensar que el juego se encuentra bañado por La Espada y el Cetro, cuando en realidad *The Witcher 3* replica, con una mayor potencia latente, la polivalencia y ambigüedad propia del Bastón. Ocurre que las estructuras íntimas, por mínimas que se desvelen en el texto, actúan parcialmente sobre las estructuras de la Espada y el Cetro y el Bastón, armonizando el excesivo belicismo y guiando a los elegidos hacia el descanso y la quietud, valencias propias de la Gran Madre mitológica.

## REFERENCIAS

- AARSETH, J. E. (1997). *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Bachelard, G. (1966). *Psicoanálisis del fuego*. Madrid: Alianza.
- BACHELARD, G. (1986). *El aire y los sueños*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BACHELARD, G. (2003). *El agua y los sueños*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BACHELARD, G. (2006). *La Tierra y las ensoñaciones del reposo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BARING, A. & CASHFORD, J. (2005). *El mito de la diosa*. Madrid: Siruela.
- BORGES, J. L. (1987). *Poema de Gilgamesh/ Bhagavad-Gita*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- CASSIRER, E. (1998). *Filosofía de las formas simbólicas II*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DURAND, G. (1984). *Estructuras antropológicas de lo imaginario*. Madrid: Taurus.
- DURAND, G. (2005). *Estructuras antropológicas del imaginario*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- ELIADE, M. (1974). *Tratado de historia de las religiones*. Madrid: Ediciones Cristiandad.
- ELIADE, M. (1991). *Mitos, sueños y misterios*. Madrid: Grupo libro 88.
- ELIADE, M. (1999). *Mito y realidad*. Barcelona: Editorial Kairós.
- GIMBUTAS, M. (1996). *El lenguaje de la diosa*. Madrid: Grupo Editorial Asturiano.
- GUTIÉRREZ, F. (2012). *Mitocrítica. Naturaleza, función, teoría y práctica*. Lleida: Milenio.
- JUNG, C.G. (1992): *Psicología y simbólica del arquetipo*. Barcelona: Paidós.
- KERÉNYI, K. & JUNG, C. G. (2013). *Introducción a la esencia de la mitología*. Madrid: Siruela.

- LÉVI-STRAUSS, C. (1964). *El pensamiento salvaje*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1968). *Mitológicas I*. México: siglo XXI.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1979). *Antropología estructural II*. Madrid: Siglo XXI.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1987). *Antropología estructural*. Barcelona: Paidós.
- LÉVI-STRAUSS, C. (2002). *Mito y significado*. Madrid: Alianza.
- REQUENA, C. (2007). “La creación del mundo japonés: Representaciones mitológicas y literarias en Kojiki”, en *Espéculo, Revista de estudios literarios*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- RUBIO, C. & MORATALLA, R. T. (2008). *Kojiki. Crónicas de antiguos hechos de Japón*. Madrid: Trotta.
- TORRES CISNEROS, G. (2007): “Los mitos mixtes de la creación”, en Roman, Blas (ed.), *Relatos ocultos en la niebla y el tiempo. Selección de mitos y estudios*, pp. 261- 395. México: INAH.



LA DISYUNTIVA DEL TERROR COMO TRATAMIENTO  
ESTÉTICO E INTERACTIVO DE LA PSICOSIS:  
EL CASO DE *HELLBLADE: SENUA'S SACRIFICE*

---

ANTONIO FCO. CAMPOS MÉNDEZ  
*Universidad de Sevilla, España*

RESUMEN

La evolución constante del videojuego ha llevado a la transmisión de distintas cuestiones concernientes al ámbito social y personal del ser humano. Este capítulo trata de desentrañar como en *Hellblade: Senua's Sacrifice*, videojuego desarrollado por Ninja Theory, se reúnen diversas sensibilidades para conformar un viaje quebrado del héroe hacia el abismo que supone el terror de la enfermedad que sufre el personaje principal. Siguiendo la base establecida por Tzvetan Todorov sobre la elaboración de lo fantástico entendido como terror (1980), esta investigación utiliza como metodología principal el análisis discursivo, estético y mecánico para establecer como hipótesis la utilización de la ambigüedad terrorífica como traslación de la afección psicótica. A partir de este planteamiento, el caso de estudio que nos ocupa posee una construcción del texto y del subtexto sumamente intimista, focalizada en un personaje principal que alude a cuestiones morales y mitológicas, pero también a la figura del jugador.

Asimismo, esta metodología de investigación arroja una intencionalidad por parte del estudio cuasi cívica y con objetivos de concienciación. De los resultados obtenidos, la discusión pertinente alude a la evolución anteriormente mencionada que está experimentando el medio videolúdico, principalmente al establecer una reunión conceptual entre las principales producciones de la industria y el circuito independiente. No obstante, también es oportuno determinar la consecución de la intencionalidad por parte de la desarrolladora, sobre todo a la hora de considerar la gamificación de ciertos aspectos relacionados con la afección mental que podrían resultar problemáticos.

PALABRAS CLAVE

Enfermedad mental, Mitología, Psicosis, Terror, Videojuegos.



## 1. INTRODUCCIÓN

La expresividad del medio videolúdico ha conocido diversas etapas que se extienden hasta nuestros días. Una discusión constante en lo que respecta a la divulgación e investigación sobre el videojuego se encuentra en la clasificación por géneros (Pérez Latorre, 2011). Los criterios difieren según la concepción adoptada sobre el medio, ya sea una visión narratológica o ludológica (Frasca, 2003), con dificultades incluso entre los mismos investigadores para reconocerse unos a otros en ambas posturas. No obstante, cabe señalar que, a partir de nuevas aproximaciones como las de Anyó (2016) en su estudio sobre la figura del jugador, estas concepciones se han aproximado considerablemente. Con todo ello, tal y como comenta Anyó (2016) al recurrir a Bogost, las consideraciones se dirigen más hacia apartados relacionados con la expresividad del medio que en la temática y/o las mecánicas dispuestas. Es por ello que, al hablar de la transmisión de sensaciones intrínsecas del ser humano como pueden ser el terror, la comedia o el dramatismo, las disposiciones que se estructuran en el videojuego son mucho más complejas que las que podríamos entender en el cine o en la literatura. Sin realizar categorizaciones, el videojuego depende en gran medida del acercamiento por parte del jugador, y aunque existen diferentes apreciaciones sobre la transmisión de tales sensaciones, algo que aporta riqueza a los elementos comunicativos del medio, existen procesos provenientes de otras disciplinas que permiten elaborar la experiencia propia del medio.

### 1.1. TERROR Y VIDEOJUEGOS

De esta forma, el terror en el videojuego tiene muchas similitudes con el terror cinematográfico en todas sus formas (Anyó, 2016, p. 163), primando unos subgéneros u otros dentro de esta categorización. No obstante, el medio videolúdico toma estas consideraciones para llevarlas a una experiencia jugable que tenga en cuenta la figura del jugador y cómo debe desempeñarse en ese terror que está interiorizando. Es por ello que el mismo género que entendemos como terror, en el videojuego está supeditado a su propia consideración de la jugabilidad terrorífica. De aquí surgen géneros tan populares y clásicos como el *survival horror*,

donde el jugador debe lidiar con una carencia de recursos para enfrentarse a un entorno hostil.

Profundizando en la construcción del *survival horror* a partir de su premisa, surge una discusión sobre la verdadera categoría de terror que dispone. El temor que surge en el jugador se dirige hacia “su” propia supervivencia durante el desarrollo, identificada a nivel virtual en la figura del avatar. Este temor se dispone a partir de unos recursos insuficientes que deben ser racionados y utilizados de forma estratégica para poder avanzar de tal forma que, aunque la jugabilidad se mantiene con intensidad y se incrementa gracias a picos de dificultad para poner a prueba la habilidad del jugador, la representación del terror es ciertamente problemática. La gran mayoría de obras que se incluyen en este género contribuyen al refuerzo de esa sensación por parte del jugador a partir de enemigos atroces como por ejemplo *zombies* (*Resident Evil*; Capcom, 1996), así como en el diseño del espacio, introduciendo al jugador en un laberinto que necesita memorizar para decidir los caminos a recorrer según la dificultad que presenten. Sin embargo, el terror se establece como un sentimiento protector que lleva al esfuerzo por el mantenimiento de la supervivencia. El *survival horror* apela a una necesidad primaria por parte del jugador, de manera que muchas de sus acciones se desarrollen a partir de impulsos. Al considerar la base del terror, entendido como un elemento superior a la misma condición humana, basado en la distinción terrenal, encontramos una premisa que dista de la figura individual.

En 1980, Tzvetan Todorov publicó su estudio sobre la condición de lo fantástico entendido como símil del terror. Su acercamiento hacia esta condición derivaba hacia un equilibrio entre una consideración terrenal misteriosa y una providencia carente de explicación a partir de las condiciones de nuestro mundo, de tal forma que pertenece a lo sobrenatural (Todorov, 1980, pp. 18–19). Todo aquello que se ciña más concretamente al espectro mundano en relación a las reglas de nuestro mundo pero entrañando un aspecto desconocido se dirigirá hacia lo misterioso. Por el contrario, aquello que supere enteramente las ideas concebidas acerca de nuestra realidad pertenecerá a lo maravilloso (p. 33).

Aplicando esta consideración al *survival horror*, la consideración fantástica entendida como terror se establecería a partir de los componentes que elaboran esa necesidad de supervivencia, pero no con la sensación central que asola al jugador. Aunque esta es una tipología clásica en la disposición del terror en el videojuego, la aparición de nuevos géneros más ligados al espectro jugable ha permitido reelaborar la concepción terrorífica. A este hecho ha contribuido enormemente el sector independiente, cuyas propuestas han traído a la primera plana una jugabilidad mucho más introspectiva y ligada a la percepción del jugador. Es el caso del *walking simulator*, una tipología de videojuego que no se circunscribe como tal a ningún género y que surge desde un acercamiento al medio puramente sensorial. Estos títulos se centran en el avance del jugador por un escenario donde las interacciones son más limitadas pero poseen una mayor significación con respecto a la expresividad de la propia obra. Es aquí donde el terror ha encontrado una cercanía con la premisa de Todorov, mostrando una mayor atención a la disyuntiva que recorre el desarrollo del título.

### 1.2. *SILENT HILL 2* COMO PRECEDENTE

Este acercamiento no es único del *walking simulator*, pues incluso obras más cercanas al *survival horror* han sido cumbres en este tratamiento. Un ejemplo claro y que sirve como precedente al caso que ocupa esta investigación es *Silent Hill 2* (Team Silent, 2001). Los elementos jugables aluden a la actividad del jugador en pos de pervivir en la aventura, pero la expresividad del título así como su construcción temática se dirige a la relevancia del avatar y, por extensión, a la del jugador. La humanidad que permea sobre esta obra hace que la disyuntiva terrorífica establecida por Todorov sea el constante temor del jugador al elaborar un vínculo sumamente estrecho con el avatar. Para establecer un ejemplo sobre esta premisa, es importante señalar la construcción del mismo videojuego más que uno o varios momentos en particular, ya que esta disyuntiva consigue su efecto completo al mantenerse durante todo el desarrollo (Velasco Padiál, 2014). De esta forma, es sumamente relevante señalar la presencia de la niebla en el entorno de *Silent Hill* como elemento estructurador tanto del comportamiento del jugador como de

la expresión de la obra. Ya de por sí, el origen en lo argumental es conflictivo, sin existir una postura exacta sobre su tratamiento durante los distintos títulos de la saga. Aunque es un elemento presente en el primer videojuego (*Silent Hill*; Team Silent, 1999), es en esta secuela donde su significación alcanza una intimidad muy relevante con la concepción terrorífica dispuesta por Todorov. Es importante señalar la postura que toma el jugador con respecto a las conclusiones de esta obra, momento en el que la disyuntiva del terror puede llegar a quebrarse. Con este principio en mente, en un acercamiento evidente tras finalizar el videojuego, la niebla formaría parte del trauma del protagonista, James Sutherland, tras descubrirse como asesino de su mujer, Mary. De esta forma, la concepción de este elemento pertenecería a las reglas concernientes a nuestro mundo, colocándose como un fenómeno misterioso, pero explicable según nuestras conceptualizaciones terrenales.

Sin embargo, aunque es cierto que el argumento evidencia la culpabilidad de James, así como la relación del entorno con sus propias filias, la misma construcción del pueblo Silent Hill entronca con un interés espiritual que asola al protagonista. Aquí entra en juego la condición del título como parte de una saga, de manera que es posible recurrir a los hechos acontecidos en el primer videojuego, donde la niebla establecía un universo alternativo del mismo poblado. De esta forma, la creencia pagana permitiría conforma un entorno que hace alusión directa, al menos en el caso de *Silent Hill 2*, a un purgatorio de revelación para James. Pero incluso sin esa información sobre el primer título de la saga, la misma niebla establecería un mundo del que surgen criaturas horribles, diferenciadas de la corporeidad humana. En esta situación, la niebla formaría parte de un fenómeno sobrenatural, concerniente al apartado de lo maravilloso que escapa a una concepción terrenal.

Aunque es posible resolver esta disyuntiva en el desenlace, dirigiendo el relato hacia lo misterioso, el conocimiento anteriormente mencionado sobre la saga, así como uno de los finales disponibles según las decisiones y actos del jugador, donde el tono paródico se impone sobre la intimidad del desarrollo general, pueden dar lugar a una conclusión muy diferente, más cercana a una explicación alejada del conocimiento mundano.

### 1.3. HELLBLADE Y LA DISYUNTIVA COMO FORMA DE CONCIENCIACIÓN

De esta forma llegamos a *Hellblade: Senua's Sacrifice* (Ninja Theory, 2017). La popularidad de diversas propuestas del circuito independiente, tales como *Limbo* (Playdead, 2010), *Dear Esther* (TheChineseRoom, 2012) o *Undertale* (Toby Fox, 2015) hizo que diversas compañías realizaran obras a medio camino entre ideas más intimistas y la popularidad de los géneros clásicos del videojuego. En Ninja Theory fueron pioneros a la hora de fundar una nueva corriente de desarrollo conocida popularmente como doble A, obras con mayor presupuesto que títulos independientes pero muy alejadas de las grandes producciones. Tanto es así que, tal y como explican en los diarios de desarrollo, gran parte de los elementos que lograron elaborar para esta obra fueron fruto de la imaginación y la prueba sobre los resultados. Esta forma de creación les permite concebir *Hellblade* de diversas maneras hasta llegar a un punto de gran compromiso en la elaboración de la protagonista y su aventura. *Hellblade: Senua's Sacrifice* se estructura como un viaje de la heroína totalmente quebrado debido a los trastornos psicológicos que sufre durante el desarrollo de la obra. Son varios los elementos a considerar a la hora de elaborar el personaje, sus circunstancias y los encuentros durante el viaje, pero principalmente parten de la presencia de la psicosis como condicionante en la percepción de la realidad.

Para comenzar la explicación sobre la investigación realizada acerca de la condición terrorífica y su utilización en *Hellblade* es necesario matizar los distintos entendimientos posibles en lo que respecta al terror y al horror. Tal y como se ha mencionado anteriormente, el acercamiento más popular a la hora de transmitir estas sensaciones al jugador se ha dado en el *survival horror*. Precisamente, la palabra horror incluida en el nombre de este género permite analizar su construcción expresiva. Tanto terror como horror se han utilizado tradicionalmente de forma indistinguible, ya que incluso su diferenciación posee sutilezas referidas al desarrollo. Stobbart (2019) establece acercamientos hacia las definiciones de distintos autores como Noël Carroll, en su obra *The Philosophy of Horror*, siendo uno de los primeros en referirse a esta distinción, aludiendo a la condición de los monstruos en el horror con respecto a la que se establece en el terror. Igualmente, Stobbart (2019) contempla a

Radcliffe y Varma, cuya referencia principal es la afección sobre el alma, con la idea de que mientras el terror consigue incrementar su potencia y expandir su sensación, el horror la minimiza hasta casi extinguirla. Volviendo al planteamiento de Carroll, la delimitación entre ambos conceptos se debe por tanto a dos sentimientos que se suceden (o no) a la hora de inculcar miedo en el receptor. El primero equivaldría al terror, es aquel que se manifiesta cuando se experimenta una alteración en la normalidad de la situación y, en consecuencia, se anticipa esa revelación. A esa sensación se une un sentimiento de ansia por descubrir aquello que perturba la normalidad del individuo, acercándose cada vez más al segundo concepto. El horror aparece cuando el monstruo, la alteración de la normalidad que se estaba anticipando, se desvela. Efectivamente, es la constatación de la anormalidad que se presenta, un monstruo turbio y alterado de cualquier regla terrenal conocida. Es aquí donde podemos regresar a la condición del *survival horror* con respecto a la construcción de los enemigos y la atmósfera.

Carlos Ramírez Moreno (2015) trata la necesidad de la impureza en el monstruo para transmitir esa distinción al jugador (p. 30). De esta forma se estructura el horror de este género, al cual antecede una elaboración del terror diversa. Siguiendo la definición del género, Ramírez Moreno (2015) recurre a Egenfeldt-Nielsen, que establece el *survival horror* como respuesta a una hibridación entre la resolución de puzzles y la eliminación de enemigos, de tal forma que el mismo escenario se convierte en un acertijo a resolver por parte del jugador. Una vez conocidas las distintas vicisitudes de estos escenarios a base de recorrerlos una y otra vez, solo el horror sobre esas criaturas alternativas se mantiene, mientras que el terror fruto de lo desconocido disminuye considerablemente, hasta permanecer tan solo en la supervivencia del avatar.

El desarrollo en Hellblade se aproxima a esta consideración, pero difiere en su tratamiento. El acercamiento hacia lo fantástico realizado por Todorov que estructura la base de esta investigación posee una aplicación directa en la construcción de Hellblade. Tal y como se ha comentado anteriormente, los objetivos del estudio durante el desarrollo del videojuego fueron cambiando, hasta finalmente encontrar una intencionalidad de concienciación para con el jugador. La psicosis que asola a la

protagonista, Senua, fue realizada a partir de la propia experiencia de personas que sufren estas afecciones. De esta forma, Hellblade se establece como un videojuego comprometido a la hora de aludir a una problemática social con poca o nula visibilidad en los medios actuales. Siguiendo esa concepción de la psicosis, el videojuego sitúa a su protagonista en un ambiente lúgubre, cercano a la oscuridad que es en realidad su propio mundo y, en definitiva, convirtiendo el mundo de juego en su propia experiencia. Es aquí donde se presenta la disyuntiva sobre la realidad del entorno que rodea a Senua y aquello que experimenta. Siguiendo el planteamiento de Todorov, Hellblade se sirve de un equilibrio expositivo en los elementos que estructuran su propia concepción terrorífica. Psicología y teología se funden alrededor del personaje de Senua para elaborar una visión difusa de su viaje, pero la alusión directa es hacia el jugador. Este último es en realidad el que recibe esa disyuntiva terrorífica sobre la realidad de los acontecimientos que experimenta, sin ser capaz de dilucidar si se debe a una actividad mental intrusiva o al poder sobrenatural de los dioses míticos.

## 2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Por tanto, el objetivo que plantea este trabajo es analizar la utilización de la disyuntiva fantástica entendida como terror de la que se sirve Hellblade para realizar una visibilización real y directa de la psicosis. La constatación sobre la base filosófica que recorre a nuevas propuestas en el medio videolúdico permite encontrar relaciones conceptuales entre distintas obras que aluden problemáticas similares, tales como *Depression Quest* (Zoë Quinn, 2013) o *That Dragon, Cancer* (Numinous Games, 2016). Estos dos ejemplos, entre muchos otros, han dado lugar a discusiones y estudios de importante diversidad que incluso sobrepasan a la misma obra. Desde el acoso y derribo como comportamiento establecido en una comunidad tradicionalista y opresora, tanto hacia los medios de comunicación como hacia los desarrolladores (Elvira Mortensen, 2016), hasta el tratamiento sobre la vida y la muerte (Schott, 2017), así como su aplicación en las terapias teológicas y espirituales (Auxier, 2018). De esta forma, este análisis trata de establecer la verdadera capacidad de Hellblade en su énfasis por realizar una

concienciación sobre la psicosis como enfermedad tabú en nuestra sociedad, así como en la realidad de las personas afectadas.

### 3. METODOLOGÍA

Para realizar esta investigación se han tomado varias decisiones en lo que respecta a la postura seguida durante el desarrollo, así como con respecto a la tipología de análisis dispuestos. Siguiendo este último elemento a considerar, tanto el análisis discursivo como estético establecen la base de este estudio. En el primer caso, la atención se centra en el desarrollo argumental relacionado con su temática e intencionalidad de concienciación en su espectro narrativo. Del mismo modo y en relación a este proceso, el análisis estético se ciñe a la disposición del entorno y su construcción con respecto a lo establecido en el discurso predominante.

No obstante, considerando la propia dimensión del videojuego como medio con un aparato comunicativo y expresivo de importante propiedad, es necesario recurrir a un tercer espectro en este estudio. Al análisis discursivo y estético se une un análisis mecánico, relacionándolo con su capacidad para la transmisión de la disyuntiva fantástica así como con la relación que se establece entre jugador y avatar. Precisamente, a la hora de considerar esta figura de tanta relevancia, en este estudio se ha optado por la consideración del jugador implicado que recoge Anyó (2016) en su investigación. Este elemento se considera desde una perspectiva intrínseca al mismo medio, por lo que no alude a un jugador/es en concreto, estructurándose como un agente dentro del mismo proceso del videojuego que se encarga de interactuar con la totalidad de reglas dispuestas en la obra en cuestión (p. 46).

Para delimitar la intencionalidad de esta investigación con respecto al uso de estas tipologías de análisis, se ha prestado especial atención a la construcción de Hellblade, sustrayéndola en cierto modo de la generalidad del medio. De esta forma, se establecen tres elementos a considerar durante el estudio en cuestión que se han determinado de la siguiente forma: el diseño de sonido como recurso discursivo y mecánico para la traslación psicótica; la asociación de formas como parte de la estructuración mecánica y estética; y las alusiones al jugador en relación a los

otros dos elementos mencionados y como finalidad de concienciación directa.

Aunque esta investigación se ha basado en el análisis de los elementos que elaboran la experiencia del terror en Hellblade como tratamiento de la psicosis, el estudio posee una finalidad cualitativa. Este trabajo tiene una importante base en antecedentes de similar calado a los anteriormente mencionados, propios de la condición del videojuego y que tratan de realizar una retrospectiva constante sobre nuevas concepciones. De esta forma, el interés cuantitativo sobre la introducción (o no) de nuevos elementos que permitan reconceptualizar estas sensaciones adheridas al videojuego queda supeditado a las cualidades de la expresividad de un medio en constante cambio.

#### 4. RESULTADOS

La narrativa cinematográfica contempla gran parte de la construcción de la protagonista, Senua, recorriendo su pasado y la relación con las voces que atormentan su recorrido. No obstante, estos recursos tienen su aplicación en la experiencia jugable. Siguiendo las orientaciones de aquellas personas con trastornos mentales, así como de expertos en la materia, en Ninja Theory trataron de visibilizar de la manera más fidedigna posible estos síntomas, con la intención de afectar en el comportamiento del jugador. Lo que en el *survival horror* se restringiría a momentos de la aventura cuya finalidad es resolver el puzle en cuestión, en Hellblade, las voces y trastornos de la protagonista se convierten en una dificultad añadida con la que el jugador debe lidiar.

En la misma pantalla de inicio se mencionan dos particularidades a la hora de acometer la experiencia. La primera se refiere al uso de auriculares para percibir con mayor intensidad los efectos sonoros. Aunque es una cualidad por la que apuestan muchos títulos reconocidos, en el caso que nos ocupa, más que una aplicación para mejorar la experiencia jugable se convierte en una necesidad para conocer la verdadera expresividad de la obra. Las voces mencionadas anteriormente se refieren a personalidades que conviven en la psique de Senua. Estas entidades, tal y como afirma Tameem Antoniades, director creativo de Hellblade, tuvieron su inspiración en las Furias, criaturas que representaban la furia

sobre personajes en la Grecia clásica como Orestes y que artistas como Bouguereau llevaron a la pintura (Ninja Theory, 2016). Sin embargo, en el juego, estas voces tienen diversos objetivos según la personalidad que encarnen. Nunca se realiza una alusión directa al papel que juegan en cada situación, ya que sirven a una gran variedad de momentos. Considerando la relación que establecen con la protagonista, estas voces sirven como un contrapeso a su voluntad. El viaje de la (no) heroína, establecido durante el desarrollo como una finalidad redentora (al igual que James en *Silent Hill 2*), tiene como destino la salvación de la muerte de su amado Dillion, pero incluso esta misma finalidad sitúa como culpable a Senua. De esta forma, las voces se establecen como la muestra de los distintos focos de pensamiento que manifiesta la protagonista: sus ideas, sus deseos, sus contradicciones, etc. Un elemento sin el cual Senua no podría continuar a pesar de los sentimientos que despiertan en ella.

Esto posee una estrecha relación con la concepción que poseen las personas afectadas por estos trastornos. Tal y como explica el profesor de neurociencia Paul Fletcher en los diarios de desarrollo facilitados por Ninja Theory sobre *Hellblade*, para las personas con psicosis estas voces forman parte de su día a día. Bien es cierto que existen situaciones en las que puede resultar un impedimento, pero también forman parte de su propia construcción del entorno. La traslación interactiva conforma un primer punto de relación entre el avatar y el jugador.

A la hora de resolver un acertijo, enfrentar enemigos o, sencillamente, avanzar en el espacio, las voces de la psique de Senua son constantes. Tal y como se ha comentado anteriormente, sirven a diversos propósitos, de tal forma que pueden dar un aviso sobre un ataque, reprochar el no haber sido capaz de evitarlo o felicitar con cada consecución. Sin embargo, cabe realizar un cuestionamiento sobre la alusión. En una primera instancia, la narrativa de la obra establece una dirección clara hacia el propio personaje de Senua. No obstante, es el jugador el que recibe la participación activa y mecánica. En Ninja Theory fueron muy conscientes de la importancia de este elemento a la hora no sólo de visibilizar la psicosis sino de entablar una relación directa entre avatar y jugador. De esta forma, su diseño de sonido se basó en una construcción binaural, basada en el sonido 3D cuya proveniencia sea diversa (Ninja Theory,

2014). La consecuencia para el jugador es la percepción de un entorno alterado, con una representación visual clara que no es correspondida en el audio. Esta constatación nos lleva al planteamiento de Todorov sobre la estructuración de lo fantástico en lo referente a la realidad de las voces. Los análisis discursivos y mecánicos trasladan conclusiones muy diferenciadas. Considerando el aspecto jugable, estas voces que percibe Senua y, por extensión, el jugador sirven a distintos propósitos pero tienen una presencia notoria durante el desarrollo. Por tanto, poseen una significación clara en la representación del personaje de Senua, constatando un condicionamiento basado en reglas terrenales y conocidas. Según Todorov, este elemento acercaría la experiencia hacia lo misterioso. Sin embargo, al analizar el espectro narrativo, sustentado principalmente en las escenas cinemáticas, la construcción difiere.

A partir de un recorrido con cámara al hombro, a las voces ya reconocidas, se une una nueva de tonalidad grave y distorsionada cuya principal motivación es hundir el ímpetu de Senua. En este momento, avatar y jugador se separan, pues este último encarna un papel desconocido a partir de la acción de la cámara y la visión de Senua. Se suceden conversaciones entre un ente representado por la mirada alterada del jugador y la interpelación de Senua, haciendo que la realidad se disperse. Es en estos momentos cuando las voces abandonan la psique de Senua para tomar forma real, aludiendo a un pasado traumático fruto de su desafío a los dioses. Hellblade enfrenta la perspectiva mental del ser humano con su creencia, entregando un choque constante entre ambas visiones. De esta forma, esta presencia superior que atormenta a Senua hace que la constatación sobre su psicosis sea cuestionable, elaborando una disyuntiva sobre la intervención mítica. Este elemento acercaría el viaje de Senua hacia lo maravilloso, pertinente al mundo sobrenatural y, en consecuencia, permitiendo un equilibrio en la balanza hacia lo fantástico entendido como terror.

Volviendo al asunto de la primera pantalla que encuentra el jugador, la segunda particularidad en relación a la experiencia jugable hace mención a la muerte permanente del avatar. Asociándolo a un elemento de la diégesis como es la oscuridad que recorre el cuerpo de Senua, el videojuego manda el mensaje de la pérdida de la partida en el momento que

esa oscuridad alcance la mente de la protagonista. Cada vez que Senua cae en combate, la enfermedad oscura que recorre su cuerpo aumenta, de tal forma que si consigue alcanzar su mente, la partida habrá finalizado y será necesario volver a empezar el viaje. Hay diversas lecturas a realizar sobre este elemento. En primer lugar, la mención a esa oscuridad se dirige hacia el planteamiento realizado sobre el uso de las voces y el sonido. Por un lado, se estructura como una metáfora sobre la afección mental que sufre la protagonista, recorriendo sus funciones motrices y su visión del mundo. Precisamente, ese entorno que la rodea es el que busca su derrota constante, afectando cada vez más su mente ya de por sí torturada y que puede llevarla a su desencuentro total. Por otra parte, con cada muerte parcial del avatar, no se observa una consecuencia jugable. Más allá de una leve modificación visual, tanto las mecánicas como las cinemáticas siguen siendo iguales. Esto indica que el viaje de Senua atravesará las mismas vicisitudes haya caído más o menos veces en combate. La única alteración sería alternativa a estos acontecimientos, haciendo que el viaje finalice sin demasiado sentido ya que su aplicación narrativa y jugable es inexistente. Estas incongruencias hacen que la condición sobre la muerte permanente sea puesta en duda aun con un mensaje tan contundente nada más empezar.

Tras realizar una partida consistente en la comprobación de este fenómeno, el resultado arroja una falsedad que posee relación con la intencionalidad de la obra. Tal y como indica Fusdhal (2019), el uso del lenguaje en esta advertencia falsa entronca con la formación de las voces y sus personalidades. Como ya se ha comentado anteriormente, estas voces encarnan diversas posiciones, de tal forma que ni siquiera su origen y/o pervivencia son claras. Su presencia alternativa entre mecánicas y narrativa hace que la información que aportan, tanto en su actividad como en su misma condición sea falsa en sí misma. Al igual que ocurre con el papel narrativo que desempeña el jugador, consistente en la visión de la cámara a la que interpela Senua durante las escenas cinemáticas, estas alusiones hacia su figura establecen una expresividad más compleja.

La posición del jugador durante la obra se estructura en tres niveles. Dos de ellos ya han sido repasados, siendo el primero de ellos sobre el manejo del avatar de Senua para, en el segundo, desprenderse de este control y

encarnar una figura que atormenta a la misma Senua. Es por ello que existe una consideración intermedia durante el desarrollo jugable que se establece en la colocación de la visión. La cámara de juego es en tercera persona, siendo posible observar el cuerpo del avatar casi como si de un plano americano trasero se tratase. Sin embargo, el control sobre el movimiento de la cámara es limitado y coloca la visión a un lado del avatar. De esta forma, Senua queda en uno de los laterales y casi al mismo nivel de lo que muestra la cámara, como si realmente el jugador estuviera acompañando sus movimientos. En consecuencia, el receptor de la obra posee tres puntos de vista que se mueven con naturalidad: la perspectiva del manejo de Senua en su movimiento, su seguimiento cercano en la visión del mundo a su lado y el tormento de una figura desconocida durante la narrativa cinemática.

Esto conlleva que la experimentación de las voces siga siendo aun más cuestionable. Si efectivamente el manejo de Senua era llevado hasta tal límite que el jugador podía escuchar las voces que asolaban su psicosis para, posteriormente, encarnar esas mismas voces durante las escenas narrativas, la consideración de la cámara en tercera persona durante la jugabilidad del título mantiene un equilibrio que alude a la condición de lo fantástico entendido como terror.

Siguiendo con la idea sobre la cámara en tercera persona, Perron (2009) analizó las capacidades sobre esta opción y la representación en primera persona. Aunque es cierto que obras actuales alejadas del *survival horror* tradicional han optado por la cámara en primera persona (*Layers of Fear*; Bloober Team, 2016), los procesos para la transmisión del terror se basan principalmente en una transición directa hacia el horror gracias a los espacios no controlados en la visión. Sin embargo, el uso de la cámara en tercera persona en el *survival horror* permite contemplar las distintas disposiciones del avatar, de tal forma que en el momento que el terror se torne en horror, la identificación sea más efectiva al tener toda la información sonora y visual (p. 132). Hellblade, por su parte, opta por una construcción alternativa. Su clasificación en cuanto a género temático es de por sí compleja, ya que posee elementos asociados al *walking simulator* y a la acción. No obstante, a nivel mecánico no se acerca al *survival horror*, aun siendo el género por excelencia en lo que al

terror/horror interactivo se refiere. Es por ello que la construcción terrorífica se establece principalmente en la condición humana, su forma de lidiar con la idea de individuo y su papel en un ambiente sociocultural tan problemático. Es por ello que el personaje sufre de una psicosis que siempre se encuentra en cuestionamiento, tanto por la representación mitológica tan importante que recorre toda la narrativa como por su interpretación en nuestro mundo cotidiano.

Aquí entra en cuestión un tercer elemento muy relevante en cuanto a la jugabilidad principal del título. Siguiendo las explicaciones del profesor Paul Fletcher, la psicosis se establece como un proceso creativo para los afectados (Ninja Theory, 2014). Es una nueva visión del mundo, más compleja e íntima, que se complementa en ocasiones con las aportaciones de otras personalidades creadas por la misma psique. Una persona afectada por la psicosis buscará sentidos alternativos a su propio entorno, nuevas consideraciones y, en definitiva, formas de ver el mundo. En *Hellblade*, este fenómeno se convierte en la segunda vía para avanzar en el desarrollo, junto con el combate. En ciertos momentos, Senua encuentra puertas selladas con runas nórdicas. Para poder abrirlas, el jugador debe asociar esas formas con el entorno dispuesto, de manera que ese mismo espacio tenga una nueva significación. Es una representación sencilla a la par que problemática, tanto por su interpretación temática como por su intencionalidad de concienciación.

En lo que respecta al primer elemento en cuestión, transformar el mundo en una asociación de formas hace que la disyuntiva sobre lo fantástico persista. En un primer momento, si consideramos este diseño como una inspiración de la afección de la psicosis, se podría considerar que es una muestra asertiva sobre la misma condición de la mente de la protagonista. De tal forma, la representación de la psicosis sería mucho más completa, mostrándola desde diversas perspectivas y aportando un resultado de mayor significación. Sin embargo, tal y como se ha mencionado anteriormente, la participación de la mitología nórdica es sumamente relevante durante el desarrollo de la aventura. La misma misión de Senua consiste en la salvación del alma de su amado Dillion, la cual se encuentra en posesión de Hela, diosa del inframundo nórdico. Para poder llegar hasta su reino de Hel, Senua debe derrotar

previamente a dos dioses provenientes de mitologías cercanas en cuanto a interpretación: Valravn, dios de la ilusión en la creencia danesa y Surt, gigante del fuego y soberano del reino nórdico de Muspelheim. Sus apariciones son constantes, incluso en el enfrentamiento final contra Hela, haciendo que el mundo de Senua se vea asolado por la acción de estas deidades. De esta forma, la modificación del mundo con respecto a la resolución de acertijos permanece en una disyuntiva constante: lo misterioso, anclado en una dolencia mental conocida por el jugador pero que, en el universo de Hellblade, se muestra como una perturbación sobre el orden establecido por los dioses, seres sobrenaturales y magníficos que interrumpen el avance de Senua.

No obstante, la experiencia plantea un elemento cuestionable con respecto a su representación de lo misterioso y, en definitiva, de la psicosis. En su objetivo por demostrar los pormenores de una afección sobre la que, aun a día de hoy, existe una notable desinformación, los recursos utilizados durante el desarrollo resultan problemáticos. Todo deriva hacia la gamificación que se experimenta durante la aventura acerca de los trastornos que sufren las personas afectadas por psicosis. Aun considerando que se trata de un proceso creativo, acaba convirtiéndose en una obsesión sobre un modo de vida difícil de superar. Por tanto, el objetivo en su tratamiento es la conciliación. Fudshal (2019), sin embargo, concibe este fenómeno gamificador sobre los comportamientos derivados de la psicosis como parte de la consideración del jugador. Su propia experiencia acabará dilucidando una opinión sobre la construcción del personaje de Senua así como su trastorno.

Por otra parte, la misma elaboración de la protagonista posee una profundidad de pertinente análisis. En la tradición del *survival horror* existe una cierta diversidad en los personajes encarnables, alternando entre protagonistas femeninos y masculinos. Sin embargo, títulos clásicos como *Resident Evil* (Capcom, 1996) o *Dino Crisis* (Capcom, 1999) optan mayormente por su consideración como avatar más que personajes. El avance gráfico ha permitido realizar una mayor expresividad en el movimiento de estos avatares, así como una percepción más clara en sus actitudes, haciendo que su condición difiera. Perron (2009) establece una triple diferenciación a la hora de concebir el elemento corporal

en una experiencia sobre el survival horror consistente en el cuerpo del monstruo, un ente anormal que persigue al avatar del jugador; el cuerpo del personaje, cuya visión en tercera persona permite tener conciencia de su entorno y el cuerpo del jugador (p. 10). En este último eslabón, la multidimensionalidad hace que la figura del jugador pueda trasladarse al cuerpo del avatar para superar los desafíos y realizar el efecto inverso con el proceso terrorífico. En cierto modo, en Hellblade se sirven de esta premisa, pero sin rechazar la multiplicidad de visiones que el jugador puede llegar a observar en la experiencia.

Senua, como tal, se acerca a este planteamiento de diseño, pero su concepción sigue otra serie de representaciones que han servido como ejemplo a la industria. La consideración de Fudshal (2019) sobre la construcción de Senua responde a una vulnerabilidad evidente, fruto de su afección mental y la disyuntiva que provoca una perturbación en su viaje. El videojuego la coloca en primera instancia y en ningún momento pierde el enfoque, uniendo la presencia del jugador como ente alternativo que se funde con la experiencia. Con todo ello, Senua elige luchar, el título la muestra como un personaje femenino empoderado que, a pesar de los varapalos que sufre durante el recorrido y la tortura de la figura paterna que rescatan los dioses, se antepone y crece constantemente.

## 5. CONCLUSIONES

Hellblade se establece como una obra compleja incluso en su condición como parte de la industria. Capaz de inaugurar una nueva perspectiva en el desarrollo de videojuegos y de conceptualizar una corriente de pensamiento sobre la misma división de géneros temáticos. Esta obra consigue fundir un acercamiento alterado hacia la percepción masificada sobre un periodo histórico con la problemática social pertinente a la consideración de la psicosis.

Para ello se sirve de una disyuntiva sobre el terror que entra en relación con su misma concepción de mundo. A la creencia mitológica que recorre las vivencias de una protagonista cuya elaboración es el eje fundamental de esta obra, se une su misma perspectiva personal, afectada por un trastorno que la lleva constantemente a revivir un pasado traumático y a una disociación en la que el jugador posee un papel muy relevante. Con todo ello, el

videojuego establece una serie de elementos pilares que conforman esta disyuntiva en un equilibrio que ni siquiera en su desenlace se resuelve.

Sin embargo, es necesario considerar la perspectiva gamificadora como elemento discordante de la intencionalidad que posee. Aunque la afirmación de FUSDHAL (2019) es interesante y pone en valor la figura del jugador, deja de lado la misma construcción expresiva de la obra. Tal y como se ha ido repasando durante esta investigación, las asociaciones, voces y alusiones al jugador son elementos claves en el desarrollo con respecto a la inclusión de la experiencia terrorífica, por lo que la gamificación planteada también sirve a este propósito. De hecho, es incluso más problemático debido a la disyuntiva que se establece en esta condición. Si la experiencia no termina de derivar hacia una de las visiones del espectro sobre lo fantástico, solo queda un evidente trauma en Senua, ya sea causado por un elemento terrenal o por algo que supera las leyes conocidas sobre la naturaleza. De esta forma, se cumple el principio de lo fantástico entendido como terror, pero también una duda razonable sobre la psicosis de su protagonista.

Però incluso considerando esta posición, la disyuntiva del terror quedaría anclada a la voluntad del jugador ya que no se dirige hacia su figura. La afección de Senua, ya sea mental o provocada por la concepción mitológica de su mundo, es enteramente suya y, por lo tanto, no afecta a las decisiones que debe tomar el jugador. Su papel solo es activo en la resolución de acertijos y en el manejo del personaje, mientras que las otras entidades que acaba adoptando solo requieren de su presencia pasiva. De tal forma, la conclusión del mismo jugador podría basarse en una experiencia y/o conocimiento previo sobre la misma obra, haciendo que la balanza se acabe desequilibrando hacia uno de los dos lados. Por tanto, el juicio de valor por parte del jugador sobre la problemática gamificadora conlleva un cuestionamiento evidente. De esta forma, se establece una intencionalidad evidente por parte de Ninja Theory a la hora de elaborar una experiencia que tenga calado en el jugador como parte de su experiencia vital y su visión de mundo, pero la efectividad lograda plantea problemas evidentes en el momento que se considera la gamificación de ciertos trastornos relacionados con la psicosis y se pretende obtener una conclusión definitiva por parte del jugador.

## REFERENCIAS

- ANYÓ, L. (2016). *El jugador implicado. Videojuegos y narraciones*. Barcelona: Laertes.
- AUXIER, J. (2018). That Dragon, Cancer Goes to Seminary: Using a Serious VideoGame in Pastoral Training. *Christian Education Journal*, 15, 105-117. doi: 10.1177/0739891318759725
- ELVIRA MORTENSEN, T. (2016). Anger, Fear, and Games: The Long Event of #GamerGate. *Games and Culture*, 13, 787-806. doi: <https://doi.org/10.1177/1555412016640408>
- FRASCA, G. (2003). Ludologists love stories, too: Notes from a debate that never took place. *Computer Games narratives*, 8, 92-99. Recuperado de <https://bit.ly/3h5FQka>
- FUSDAHL, T. (2019). Vulnerability and Growth in Videogames Narratives. Approach to storytelling in *Dark Souls 3* and *Hellblade: Senua's Sacrifice*. Norway: Norwegian University of Science and Technology.
- PÉREZ LATORRE, O. (2011). Géneros de juegos y videojuegos. Una aproximación desde diversas perspectivas teóricas. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 28, 127-146. Recuperado de <https://bit.ly/3eD9YBT>
- PERRON, B. (ed.) (2009). *Horror Video Games: Essays on the Fusion of Fear and Play*. Estados Unidos: McFarland.
- RAMÍREZ MORENO, C. (2015). *Maestros del Terror Interactivo*. Madrid: Síntesis.
- SCHOTT, G. (2017). That Dragon, Cancer: Contemplating life and death in a medium that has frequently trivialized both. *DiGRA*, 1-10. Recuperado de <https://bit.ly/3oDW4dz>
- STOBBART, D. (2019). *Videogames and horror: From Amnesia to Zombies, Run!*. Gales: University of Wales Press.
- TODOROV, T. (1980). *Introducción a la literatura fantástica*. México: PREMIA.

VELASCO PADIAL, P. (2014). La estética de lo sublime en el survival horror: el caso de Silent Hill. *Lifeplay*, 2, 35-50. Recuperado de <https://bit.ly/2ON9rCT>

## LUDOGRAFÍA

Dear Esther (TheChineseRoom, 2012)  
Depression Quest (Zoë Quinn, 2013)  
Dino Crisis (Capcom, 1999)  
Hellblade: Senua's Sacrifice (Ninja Theory, 2017)  
Layers of Fear (BlooberTeam, 2016)  
Limbo (Playdead, 2010)  
Resident Evil (Capcom, 1996)  
Silent Hill (Team Silent, 1999)  
Silent Hill 2 (Team Silent, 2001)  
That Dragon, Cancer (Numinous Games, 2016)  
Undertale (Toby Fox, 2015)



## INFORMANDO SOBRE DEPORTE ELECTRÓNICO: LOS ESPORTS COMO CONTENIDO PERIODÍSTICO EN *ANTENA 3 NOTICIAS*

---

GUILLERMO PAREDES-OTERO  
*Universidad de Sevilla, España*

### RESUMEN

Los deportes electrónicos son un ejemplo de la espectacularización y profesionalización de los videojuegos. De cómo el ocio interactivo ha dejado de ser una actividad meramente lúdica para verse de forma paralela como una opción laboral. Estas competiciones de eSports tienen detrás toda una infraestructura mediática y empresarial, los torneos son seguidos por millones de usuarios en todo el mundo, convirtiéndose en un fenómeno social dentro de la cultura del videojuego.

La relevancia de los eSports no es ajena a los medios de comunicación, creándose canales y plataformas especializadas para cubrir la actualidad del sector. A esta tendencia se ha sumado el grupo Atresmedia, creando el hashtag #eSportsA3N en octubre de 2019 para acoger dentro de *Antena 3 Noticias* todas las informaciones relacionadas con el ocio interactivo.

El propósito de esta investigación es analizar la información que *Antena 3 Noticias* ofrece sobre los eSports tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. No solo interesa saber cuánto se trasmite de este tema sino qué tipo de mensaje recibe la audiencia. Para ello se realiza un análisis de contenido sobre las piezas emitidas en los informativos de *Antena 3 Noticias* así como las noticias relacionadas con el deporte electrónico que han sido publicadas en su correspondiente web durante un periodo de cuatro meses (desde octubre de 2019 hasta enero de 2020). Aspectos como la periodicidad, temática, formato y mensaje permiten esbozar en este estudio un perfil de la información propensa a ser difundida.

Los resultados demuestran si la relevancia que actualmente los eSports tienen dentro de la cultura del videojuego es correspondida por el telediario con mayor audiencia en suelo español y la información que les llega a los espectadores es válida para estar al día del deporte electrónico.

### PALABRAS CLAVE

Deporte Electrónico, eSports, Periodismo, Televisión, Videojuegos.



## 1. LA ESPECTACULARIZACIÓN DEL OCIO INTERACTIVO

Los eSports, también conocidos como deportes electrónicos, son el resultado de una evolución compuesta por tres etapas en la forma que tiene el usuario a la hora de interactuar con un videojuego. En la actualidad, consisten en una “práctica competitiva de los videojuegos, en la que los jugadores se enfrentan directamente mediante pantallas, y excluyendo toda adaptación de un juego físicamente existente” (Chanson, 2017, p. 15), siendo necesaria una conexión a Internet, así como PC o videoconsola (González, 2010) y en un ambiente deportivo donde existe “una estructura competitiva profesionalizada y mediatizada que desarrolla un mercado propio” (Antón, 2018, p. 351). Taylor (2012) resalta a su vez el hecho de que esta actividad está entre dos campos: el juego digital y el deporte.

La posibilidad de disputar una partida entre dos jugadores ha sido posible desde la concepción del ocio interactivo como era el caso de las máquinas recreativas, que ya permitían modos multijugador (Relinque y Fernández, 2017). Sin embargo, este modo de juego fue rudimentario durante las primeras generaciones de videojuegos. Obligaba a los usuarios a estar físicamente en un mismo espacio, con el mismo juego y dispositivo. No fue hasta la llegada de Internet cuando este factor de competitividad se amplió geográficamente, permitiendo jugar la partida con otro usuario que estuviera en cualquier parte del mundo (Carrillo, 2015). Poder competir en línea contra otras personas derivó en la creación de comunidades de jugadores organizadas en torno a un juego (Antón y García, 2014) y, a su vez, promover competiciones entre equipos que, al mismo tiempo, generaba una comunidad paralela de seguidores interesados en estos enfrentamientos (Carrillo, 2015).

El videojuego, por lo tanto, deja de ser un mero entretenimiento para convertirse en una opción profesional, un trabajo con el que poder vivir de ello siendo jugadores profesionales (Adamus, 2012). Estos usuarios entrenan a diario para desarrollar habilidades y estudiar a los rivales ganando un salario por ello. Igualmente, forman parte de un mercado de fichajes, tienen entrenadores, equipo técnico, representantes y responsables de comunicación a su alrededor, en aras de participar en

competiciones cuyos premios en metálico varían en función del prestigio de las mismas (Antón y García, 2014). “Estas características confieren a un videojuego el estatus de deporte electrónico” (p. 106).

El crecimiento exponencial de los eSports a lo largo de los últimos diez años ha provocado la espectacularización de este fenómeno (Antón y García, 2014), la cuál viene heredada de los eventos deportivos tradicionales (Taylor, 2012), y para la que la comunicación y los eventos de videojuegos han sido actores fundamentales para la evolución del deporte electrónico (Carrillo, 2015).

Además de las retransmisiones en directo por streaming, con sus correspondientes equipos de narradores, comentaristas y analistas, los eventos de deportes electrónicos concentran un gran número de público en vivo que asiste al recinto donde se desarrollan los encuentros. Los primeros torneos tenían lugar en convenciones temáticas o especializadas relacionadas con la informática o los videojuegos pero, actualmente, para los eventos más importantes se habilitan o acondicionan lugares específicos para el acontecimiento en cuestión. (p. 48)

Tanto de comunicación como de eventos y su relación con los eSports profundizaremos en los siguientes epígrafes pero antes, es preciso señalar un tercer factor de influencia relacionado con los deportes electrónicos: la cultura participativa (Jenkins, 2006). Los eSports no se resumen únicamente a una partida entre dos equipos compitiendo. Generan actividades paralelas en Internet como la participación en foros, chats o redes sociales (Carrillo, 2015). Sin olvidar todo un fenómeno de merchandising (Taylor, 2012). Los seguidores de deportes electrónicos quieren tener desde las camisetas de sus equipos favoritos hasta los accesorios -sillas gaming, teclados, ratones, etc.- que los jugadores profesionales usan en cada competición.

Si bien es cierto que la espectacularización y profesionalización del videojuego a través de los eSports son fenómenos recientes, podemos remontarnos a 1972 para encontrar la primera competición de videojuegos, desarrollada en la Universidad de Stanford con el juego *Spacewar!*. Años más tarde, concretamente en 1980, se celebró por todo Estados Unidos la primera competición masiva: más de diez mil jugadores enfrentándose con el videojuego *Space Invaders*. No sería hasta 1993, con

el videojuego *Netrek*, cuando surgiera el primer título considerado como deporte electrónico (García-Moreno y Giner, 2018). En la actualidad, los eSports son una actividad que, a nivel mundial, genera 1.096,1 millones de dólares y seguida 1.757,5 millones de usuarios, de los cuales, 201,2 millones de personas son entusiastas del deporte electrónico (Newzoo, 2020).

## 2. LOS ESPORTS EN ESPAÑA

Centrándonos en el entorno español, los eSports generaron en 2019 más de 35 millones de euros, siendo un fenómeno seguido por 2,9 millones de usuarios entusiastas y un sector compuesto por 250 jugadores profesionales y aproximadamente 600 trabajadores, dos cifras que no hacen sino corroborar la profesionalización del ocio interactivo (AEVI, 2020). La explicación de estas cifras la encontramos en el hecho de que España, con 15 millones de jugadores, facturó en 2019 1.479 millones de euros, más del doble obtenido por la industria del cine (624,1 millones) y cinco veces más que la industria musical (296,4 millones). Esto lo convierte en el noveno mercado mundial de videojuegos teniendo “un gran potencial para ser una referencia, no solo a nivel europeo, sino mundial” (p. 58).

Los principales torneos de eSports pertenecen a la Superliga Orange, organizada por la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) y se centran en los juegos *League of Legends*, *Counter Strike: GO* y *Clash Royale*. En el plano competitivo también tiene lugar la ESL Masters centrada en los títulos *Clash of Clans*, *Counter Strike: GO* y *Warcraft*. Por su parte, el Circuito Tormenta es una competición centrada en *League of Legends* que conecta diferentes torneos presenciales con un sistema de puntos y con paradas por toda la geografía española. La OG Series University, en cambio, era una competición destinada a estudiantes de hasta 39 universidades españolas que competían tanto de forma online como presencial. Actualmente se la conoce como Amazon University Esports, después de que Amazon entrara en el mundo de los eSports en 2019, y tiene torneos de *League of Legends*, *Counter Strike: GO* y *Clash Royale*.

Estas competiciones de eSports, sobre todo sus fases finales, tienen lugar en directo en eventos de ocio interactivo. La cita de deporte electrónico

más famosa en suelo español es Gamergy en Madrid. Organizado por la Liga de Videojuegos Profesional y con diez ediciones a sus espaldas, este evento se erige como “referencia para la comunidad gamer desde junio de 2014” (Gamergy, 2019). Su última edición fue récord absoluto en asistencia con más de 61.000 personas y acogió las finales de la Superliga Orange de *Counter Strike: GO* y de *Clash Royale*, la jornada de la Superliga Orange de *League of Legends*, el torneo internacional Gamergy Masters de *Brawl Stars*, la Supercopa de Hierro de *League of Legends* y otros enfrentamientos de GGSeries y Orange Cups.

En Bilbao tiene lugar Gamegune, nacida en 2003 de forma paralela a Lan Party Euskal Encounter, hasta que separaron formatos en 2012 para desarrollarse con independencia y ser seno de competiciones de *Counter Strike: GO*, *League of Legends* y *Clash Royale*. Además, por toda la geografía española tiene lugar los Gaming Days, considerada como la primera gira de eSports y videojuegos en España, con torneos de títulos, que se suman a los ya vistos, como *Fortnite*, *Dragon Ball FighterZ*, *FIFA 19*, *Just Dance 2019* o *Street Fighter V*.

Junto a estos eventos, donde los eSports son el eje central de estas citas de ocio interactivo, las ferias de videojuegos cumplen también un papel fundamental en el ecosistema del deporte electrónico. Éstas se erigen como la representación de la cultura del videojuego. Todo aquello que hace que en la actualidad se hable del videojuego como cultura -gamificación, congresos, formación, desarrollo indie, cosplays, merchandising, etc- tiene cabida en estos eventos. Por lo tanto, no debe extrañar que los eSports formen parte de la agenda de actividades en las que el visitante de estas ferias puede participar.

En palabras de Taylor (2012), “mientras la mayoría del evento está centrado en actividades que no son eSports, a menudo habrá un área especial dedicada al juego profesional y partidos”. Estas ferias “están generalmente dedicadas a la tecnología o a la promoción de juegos y ofrecen convenientes oportunidades para establecer torneos, para celebrar un partido clasificatorio o de mitad de temporada” (p. 202).

Es el caso de Madrid Games Week, cuya edición de 2019 acogió la Gran Final de la R6 Spain Nationals, la máxima competición nacional

profesional de *Rainbow Six Siege*, así como las finales de Copas de *Clash Royale* y *Counter Strike: GO*, organizadas por la Liga de Videojuegos Profesional, y de la ESL Masters *Rocket League* y *Brawl Stars*.

La Nice One Barcelona, por su parte, fue el escenario elegido para poder asistir a las finales del Circuito Tormenta de *League of Legends*, de la Iberian Cup de *League of Legends* y de las Orange Cups de *Clash Royale*, *Fornite*, *Counter Strike: GO* y *League of Legends*. La relación entre el deporte electrónico y los eventos de videojuegos tiene más duración en la Dreamhack Valencia. Desde el año 2010, esta cita de ocio interactivo acoge torneos de *League of Legends*, *Dota 2*, *Counter Strike: GO*, *Starcraft*, *Rocket League* y *Rainbow Six*. Por último, Gamepolis en Málaga tiene un catálogo aún mayor de competiciones sumando juegos como *Fornite*, *Tekken 7*, *Hearthstone*, *FIFA 19* o *Call of Duty: Black Ops III*.

Los primeros torneos de eSports surgieron en las conocidas como Lan Parties (Taylor, 2012), lugares donde, durante varios días, los usuarios tienen la posibilidad de llevar sus ordenadores y demás hardware, conectarse en red y jugar a videojuegos, compartir archivos y convivir entre ellos. Este tipo de eventos todavía tiene lugar. En España, el más antiguo es la Euskal Encounter (1994) con 28 ediciones. Asimismo, desde 2007 se desarrolla la Tenerife Lan Party, la cual y de forma ya oficial, cuenta con torneos de eSports tanto profesionales como para aficionados de los videojuegos y del deporte electrónico.

La audiencia que tienen las competiciones de eSports pone de manifiesto la atracción que produce el deporte electrónico en España. La final de la Superliga Orange en 2020 disputada entre Vodafone Giants y Movistar Riders tuvo récord histórico con 238.000 espectadores (LVP, 2020). Un torneo cuya primera vuelta tuvo una media de 191.000 espectadores por programa y unas semifinales con una audiencia de 460.000 personas. La final de *League of Legends* de la Iberian Cup de 2019 ascendió a más de 400.000 espectadores, teniendo todo el torneo un total de 1,2 millones de espectadores (Mediapro, 2019). Por su parte, las retransmisiones de los diez programas de la Copa de *Counter Strike: GO* en la Superliga Orange de 2019 acumuló delante de sus pantallas a 720.000 espectadores mientras que los ocho programas de la Copa de

*Clash Royale* tuvo una audiencia de 500.000 espectadores (LVP, 2019). En el caso de la cuarta temporada de la ESL Masters España de *Counter Strike: GO* la cifra fue de 200.000 espectadores, 70.000 de los cuales vieron la final (González, 2018). Este alcance está intrínsecamente ligado al papel que cumplen los medios de comunicación en la difusión de los eSports, en el cual profundizaremos en el siguiente epígrafe.

Con estas cifras, no tiene que sorprender que cada vez sean más las empresas que, sin ser endémicas de los eSports, ni siquiera del ocio interactivo, se sumen a patrocinar tanto competiciones como equipos de eSports, “dada a la profesionalización del mismo, las empresas ya pueden entrar en el negocio con proyectos que tengan una seguridad de continuidad a medio-largo plazo” (Cristòfol, F.J., et al., 2020, p. 202).

En España, las tres empresas que más relevancia tienen en los deportes electrónicos pertenecen al ámbito de las telecomunicaciones y son Orange, Movistar y Vodafone. Desde 2016, Orange es uno de los principales promotores de los eSports creando con la Liga de Videojuegos Profesional la Superliga Orange, la principal liga de deporte electrónico en España y referente a nivel mundial (Europa Press, 2016). Movistar por su parte tiene presencia en el deporte electrónico de la mano de su propio proyecto deportivo, el equipo Movistar Riders (García-Moreno, 2017). Además su implicación en este sector va ligada con la difusión e informar de la actualidad de los eSports como veremos a continuación. Por último, Vodafone también forma parte de la escena del videojuego profesional y competitivo a través de equipos, primero con G2 Vodafone desde 2016 hasta 2018 y, a continuación en dicho año, con Vodafone Giants (Alcolea, 2018). En 2020, la compañía absorbía a otro de los equipos españoles de eSports más importantes, X6tence, aumentando su posicionamiento dentro de este sector (González, 2020).

Nike opta por vestir a equipos de deporte electrónico, concretamente a Vodafone Giants (Rodríguez, 2020). Amazon, como ya vimos, se ha unido a GGTech para impulsar la Amazon University Esports, un torneo en el que los participantes son equipos procedentes de más de cien universidades de España e Italia (Merino, 2019). Muy en la línea de la acción llevada a cabo en 2019 por Domino’s Pizza patrocinando la

competición eSports University (Valderas, 2019). Coca Cola patrocina competiciones como la Overwatch League así como a los equipos de esta liga y eventos universitarios de eSports (Guiñón, 2019). También ha creado diseños de sus botellas con motivos de personajes de videojuegos propios de eSports como League of Legends (Movistar eSports, 2019). En esta línea, Font Vella ha hecho lo propio llegando a un acuerdo con cuatro equipos españoles de eSports y la Liga de Videojuegos Profesional para fomentar con su bebida hábitos de hidratación saludables (Europa Press, 2019). Sin olvidar a la aseguradora MAPFRE que en 2018 anunciaba que se convertía en el principal partner de ESL Racing Series y apoyaba la Superliga Orange de *League of Legends* y *Clash Royale* así como apostaba por las principales competiciones de eSports para universitarios -University Esports- (Mapfre, 2018).

### 3. ESTRATEGIAS MEDIÁTICAS PARA EL DEPORTE ELECTRÓNICO

Una industria que surge del fenómeno cultural audiovisual más lucrativo en España, torneos que acumulan decenas de miles de espectadores y empresas ajenas al ocio interactivo cada vez más implicadas en patrocinar y formar parte de los deportes electrónicos son razones que explican el interés existente de informar sobre los eSports. Los dispositivos móviles actuales permiten al fan de esta actividad “acceder tanto a las emisiones de televisión como a contenidos y productos adicionales que complementan la experiencia televisiva” (Barrientos, 2013, p. 379). Antón y García (2014) y Taylor (2012) ponen de manifiesto la amplia variedad de plataformas y formas de estar informado sobre la actualidad del deporte electrónico, vías como foros, páginas web y redes sociales. “El establecimiento progresivo de estos medios de comunicación alternativos en España ha generado interés y multiplicado la demanda informativa, lo que ha llevado a la creación de nuevos espacios informativos disgregados sin grandes líderes ni medios de comunicación dominantes” (Antón y García, 2014, p. 108).

Los perfiles en redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram, entre otras, de equipos y jugadores profesionales se erigen como medios de comunicación a través de los cuales estar informados de la actualidad del

sector en tiempo real (Chanson, 2017). Similar función cumplen las páginas webs de estos equipos, las cuales al mismo tiempo ofrecen a los fans la posibilidad de adquirir merchandising (Taylor, 2012).

Junto a las webs y perfiles en redes sociales encontramos las plataformas de vídeo en directo que “permiten retransmitir, emitir y transferir contenido por internet” (Chanson, 2017, p. 143). Son vídeos bajo demanda en plataformas que emiten en streaming, es decir, en directo, tales como YouTube y, sobre todo, Twitch. Esta última es “el referente de las retransmisiones de eSports” (Antón y García, 2014, p. 107) hasta el punto de que las ligas de deporte electrónico adoptan su modelo a la hora de retransmitir sus torneos.

Por otro lado, medios especializados en ocio interactivo como *Meristation*, *Vandal* o *Hobby Consolas* tienen secciones de eSports en sus páginas webs. Aunque “la profesionalización de los periodistas de videojuegos cubriendo a estos atletas todavía está en proceso” (ibid.), estos espacios online proveen al usuario de información centrada en la cobertura de torneos, editoriales, entrevistas a jugadores y entrenadores y crónicas de las partidas. De forma paralela, medios deportivos no especializados en videojuegos como *As*, *Marca* o *Mundo Deportivo* tienen estas secciones mencionadas.

Al margen de webs, los eSports también tienen cabida en la parrilla televisiva. En España nació en 2017 el canal *Movistar eSports* para *Movistar+* con emisión centrada en el deporte electrónico 24 horas al día los siete días de la semana (Europa Press, 2017). Esta emisión duró hasta diciembre de 2018. Actualmente la principal vía de acceso a la información de eSports en televisión en España es el canal *Ubeat*, presentado en noviembre de 2018 y propiedad de Mediapro, que cubre de forma “exclusiva competiciones y contenidos de los videojuegos más populares, como *League of Legends*, *Clash Royale*, *Fortnite*, *CSGO* y *Call of Duty*; competiciones y eventos producidos por la LVP, y las competiciones internacionales más relevantes” (Sport, 2018).

Finalmente, cada vez son más los medios generalistas y no especializados los que añaden a sus espacios digitales y televisivos informaciones sobre el sector del deporte electrónico. Precisamente, esta última vía de cubrir

la actualidad de los eSports es en la que nos vamos a centrar en esta investigación. Nuestro objetivo es el de analizar la información que estos medios no especializados ofrecen a su audiencia sobre los eSports tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. No solo interesa saber cuánto se transmite de este tema sino qué tipo de mensaje reciben sus usuarios.

#### 4. METODOLOGÍA

Debido al carácter descriptivo que presenta esta investigación -conocer la información sobre eSports que emiten los medios generalistas en España-, para la consecución de los objetivos planteados optamos por aplicar un análisis de contenido cuantitativo sobre los documentos que componen la muestra que a continuación se procede a describir. Krippendorff (1990) se refiere a este método como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28). Este tipo de análisis no es exclusivamente cuantitativo como añade Bardin (1986) al definirlo como

un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes. (p. 32)

De esta última definición podemos extraer la conclusión de que la información obtenida del análisis de contenido también puede ser cualitativa, índole necesaria para algunas de las categorías a las que prestaremos atención en los documentos analizados.

Sabiendo qué método se va a emplear en esta investigación, es necesario decir que los trabajos científicos en materia de deporte electrónico son escasos en cuanto a ciencias de la comunicación se refiere. Carrillo (2015) analiza la dimensión social de los videojuegos ‘online’ concretamente las comunidades de jugadores en los eSports, mientras que Antón y García (2014) hacen lo propio desde las posibilidades comunicativas que el deporte electrónico ofrece señalando al mismo tiempo la necesidad de investigaciones centradas en el

estudio de la convergencia comunicativa y la narrativa transmedia en la generación de fenómenos comunicativos audiovisuales alternativos gracias al uso de Internet y a técnicas como el streaming o el vídeo bajo demanda, que conducen hacia los nuevos modelos de televisión. (p. 112).

La ausencia de producción científica sobre los eSports desde el punto de vista periodístico ha obligado a extender la búsqueda de antecedentes hacia el videojuego en general y cómo se ha analizado como especialización periodística. En este aspecto han sido esenciales los trabajos de López-Redondo (2012), analizando las informaciones de ocio interactivo publicadas por los medios generalistas *El País*, *El Mundo*, *Público* y *20 Minutos*, y Paredes-Otero (2019a; 2019b) centrados en el uso del rumor, por un lado, y de las publicaciones realizadas a través de YouTube, por otro, a través de la prensa especializada en videojuegos. Las tres investigaciones citadas emplean un análisis de contenido sobre una muestra compuesta por informaciones periodísticas de ocio interactivo.

Para la realización de este trabajo y elaboración de la ficha de análisis también se han tenido en cuenta investigaciones doctorales centradas en la producción periodística dentro de los informativos televisivos como son el caso de Pomares Pastor (2009), concretamente a las noticias emitidas por *Telecinco*, *Antena 3* y *TVE*, y López García (2005), comparando en su caso las informaciones publicadas en las webs de *Antena 3* y *Tele 5*.

Precisamente, y en aras de acotar el objeto de estudio, de entre todos los medios generalistas se ha optado por *Antena 3 Noticias* y la información sobre eSports que emiten. El motivo de elegir este medio viene dado por ser los informativos más vistos durante el pasado año 2019, “líderes de la TV, por segundo año consecutivo, con su mejor resultado en una década al alcanzar un 15,1% de cuota de pantalla y más de 1,9 millones de espectadores” (Antena 3, 2019). Gracias a estas cifras, la cadena lograba el “liderazgo para unos informativos más alto desde 2012 (cuando lideraba *La 1*) y finaliza con los cinco años de hegemonía de su directo competidor”.

El segundo motivo por el que se ha seleccionado *Antena 3 Noticias* es la iniciativa que tuvo a finales de 2019 de crear el hashtag #eSportsA3N con la idea de reforzar su apuesta digital y cubrir la información del “ámbito de los gamers” (Antena 3 Noticias, 2019). Hablamos además de un medio cuya cuenta de Twitter tiene 1,9 millones de seguidores, mientras que su vertiente deportiva alcanza los 40,9 mil seguidores en Twitter. Por lo tanto, podemos ampliar el objetivo con el que partía esta investigación, siendo el mismo analizar la información sobre deportes electrónicos que emite el informativo español líder en audiencia.

Para ello y definiendo en términos de temporalidad la muestra analizada, ésta está compuesta por las publicaciones realizadas por dicho medio (*Antena 3 Noticias*) desde la creación del hashtag #eSportsA3N en octubre de 2019 hasta enero de 2020. En total son 32 las informaciones publicadas a lo largo de esos cuatro meses utilizando dicho hashtag.

A dicha muestra se le ha aplicado un análisis de contenido en el que se ha prestado atención a unos aspectos muy concretos de cada uno de los documentos. Por lo pronto los titulares han servido para hacer más fácil la identificación de cada pieza informativa. De la misma forma se ha tenido en cuenta su fecha de publicación con la intención de conocer la periodicidad con la que las informaciones sobre eSports se difunden por parte de *Antena 3 Noticias* empleando el hashtag #eSportsA3N.

Una tercera categoría en la que nos hemos fijado ha sido el lugar de publicación de cada información. Si éstas eran difundidas a través del informativo televisivo o, por el contrario, desde la página web de *Antena 3 Noticias*. Esto nos lleva a una cuarta categoría: el tipo de publicación, o dicho de otra forma, si la información corresponde a una pieza audiovisual o un texto escrito. De especial interés ha sido la categoría que denominamos Temática, con la intención de saber sobre qué informa este medio de comunicación cuando emplea el citado hashtag #eSportsA3N. Por otro lado, consideramos importante saber cuánto tiempo o espacio se le dedica a la información los eSports, de ahí que hayamos añadido la categoría Duración/Extensión en función de si las publicaciones iban destinadas a televisión o el espacio web respectivamente.

Una séptima categoría es aquella referida al tipo de información que se publica, en relación a si ésta es positiva, negativa o simplemente neutral sobre el deporte electrónico. Teniendo en cuenta el hecho de que los medios generalistas difunden informaciones negativas sobre el ocio interactivo sobre todo centrándose en temas como la adicción o sucesos protagonizados por la violencia de los usuarios de videojuegos, queríamos saber si esta tendencia también se producía cuando se trata de informar sobre eSports. En este sentido añadimos una octava categoría enfocada en las personas físicas que aparecen o a las que se hace referencia en las distintas informaciones, con la intención de comprobar si se habla de los eSports en términos generales o sobre casos y situaciones concretas, así como las fuentes que se utilizan.

Finalmente, las dos últimas categorías se centran en los documentos destinados a web, concretamente a características innatas del periodismo digital como es el uso de contenido multimedia e hipervínculos. Por un lado, la idea es conocer qué herramientas multimedia utiliza *Antena 3 Noticias* para hacer más atractiva la información de cara a los lectores y, por otro, qué información complementaria le llega a los destinatarios a través de los enlaces.

Las diez categorías que componen el análisis de contenido tienen un valor en función de la categoría que se trate siendo todas variables abiertas a las que se les puede añadir datos textuales o numéricos. Por ejemplo, la categoría de Duración/ Extensión se mide en función de los minutos o párrafos que tenga la información, carácter numérico que también se aplica al contenido multimedia para contabilizar el número de imágenes o vídeos que se añadan así como para el tipo de enlaces, si son internos y dirigen a la misma web de *Antena 3 Noticias* o externos, haciendo lo propio a espacios online ajenos a este medio de comunicación. Otras categorías no obstante abandonan el carácter cuantitativo y requieren de un análisis cualitativo. Tal es el caso a la hora de conocer la orientación positiva, negativa o neutral de las informaciones, haciendo necesaria la interpretación del texto y la locución informativa.

Antes de proceder a mostrar los resultados obtenidos consideramos necesario hacer un apunte sobre esta investigación. Entendemos que

*Antena 3 Noticias*, al igual que los medios generalistas, no son la primera opción para informarse por parte de los usuarios de videojuegos, para eso están los medios especializados. De forma paralela, la información emitida por los medios generalistas no va destinada a un público especializado ni es exclusiva sobre ocio interactivo.

Precisamente en este último punto radica la importancia de esta investigación. La idea es conocer qué información sobre eSports le llega a una audiencia no especializada en esta materia. Si la opinión que puede formarse ese sector de la sociedad que no conoce o está al día sobre la relevancia de los videojuegos y el deporte electrónico en la actualidad, va en sintonía con esta trascendencia, o por el contrario pueden formarse una opinión equivocada sobre este fenómeno.

## 5. RESULTADOS OBTENIDOS

Lo primero que llama la atención con el hashtag #eSportsA3N es que a la hora de definir qué tipo de informaciones se van a publicar con dicha etiqueta éstas hacen referencia a aquellas sobre el “ámbito de los gamers” (Antena 3 Noticias, 2019). Como sabemos ‘gamer’ es un concepto muy amplio y se centra en todos aquellos que interactúan con videojuegos, incluidos los deportistas electrónicos miembros de equipos de eSports. Por ejemplificarlo, es como si se usara la etiqueta fútbol pero se cubriera todas las actividades deportivas.

Esto explicaría por qué, de las 32 informaciones que componen la muestra, 13 de las publicaciones analizadas (40,6%) no tienen ninguna relación con los eSports. Hablamos de informaciones centradas en, por ejemplo políticas para el ocio interactivo en general (‘China prohibirá a los menores jugar a videojuegos más de una hora y media al día’); ofertas en accesorios gaming (‘Día del Soltero: No te pierdas estas ofertas ‘gamers’ para Navidad’); exposiciones (‘Exposición ‘Game On’: Un repaso por la historia del videojuego’); Salud (‘¡Ojo, gamers! Así es como podéis cuidar vuestra vista’); sucesos relacionados con juegos concretos (‘Minuto de silencio viral en el FIFA 20 en el recuerdo de un amigo muerto’); y merchadasing (‘Las nuevas zapatillas de 90 euros para ‘gamers’ que revolucionan el mercado de los videojuegos’).

En cuanto a las publicaciones que sí tienen como protagonista al deporte electrónico su temática es variada. Las informaciones más frecuentes tratan sobre torneos de eSports (6) con titulares como ‘Madrid, sede de los Worlds 2019 con los mundiales de League of Legends de eSport’ o ‘FunPlus Phoenix da la sorpresa en Madrid y se mete en la final del mundial de LOL’. La segunda temática más repetida es aquella con equipos concretos como protagonistas (3). Se da en casos como ‘El equipo español G2 Esports, nominado en tres categorías en los ‘The Game Awards’ 2019’. También hasta en tres ocasiones se habla de sucesos relacionados con el mundo del deporte electrónico (‘Suspenden por dopaje al campeón de ciclismo de los eSport’).

Mezclar política y eSports ocurre en dos ocasiones (‘Iñigo Errejón quiere “crear un estadio para que los eSports puedan celebrar sus campeonatos en España’ y ‘Elecciones Generales 2019: ¿Qué proponen los partidos políticos sobre los eSports?’), al igual que para hablar de realities protagonizados por gamers (‘Neox y Flooxer emitirán ‘Top Gamers Academy’ en el primer reality-talent mundial de videojuegos’ y ‘Top Gamers Academy’ reúne a 5.000 aspirantes para los castings del nuevo reality de videojuegos’). Finalmente, encontramos temas como fichajes (‘¿Zlatan Ibrahimovic, nuevo fichaje de G2 Esports?’); ferias de videojuegos (‘Las claves de la quinta Madrid Games Week, con las novedades del videojuego y las finales de eSports’); y el sector de los eSports (‘La industria de los eSports movió casi 1.000 millones de euros en 2019’) al menos una vez.

Durante el análisis nos ha llamado la atención informaciones que en los titulares se hace referencia a los deportes electrónicos pero el contenido no tiene nada que ver con el tema. Por ejemplo ‘Cinco claves para jugar a los eSports de forma segura’. Esta publicación que puede parecer que trata sobre deporte electrónico, al menos es difundida como tal con ese título y su posterior entradilla, resulta que trata sobre los modos de juego online sin que sea necesariamente un deporte electrónico. El cuerpo de la noticia son recomendaciones para los usuarios que juegan en su casa a modos multijugador totalmente alejado a lo que es en realidad el deporte electrónico. Como ya hemos visto, jugar online no implica necesariamente ser un profesional de los videojuegos.

Atendiendo al lugar donde se publican estas informaciones. De las 32 que componen el total de la muestra, 28 están destinadas a la página web de *Antena 3 Noticias* mientras que las cuatro restantes se emitieron tanto en los informativos televisivos como en la página web. No obstante, si atendemos a aquellas informaciones realmente relacionadas con los eSports descubrimos que la cifra se reduce a 16 en la versión web y solamente tres en los informativos televisivos.

Ha llamado la atención durante el análisis los casos de dos de las piezas emitidas en televisión ('Muere en extrañas circunstancias María 'Remilia' Cleveling, la gamer transgénero de 24 años que hizo historia en el 'LOL' y 'Así es el Team Heretios, el equipo campeón de eSports en España: hasta ocho horas de entrenamiento diarias'). La primera se emitió en la sección de Deportes mientras que la segunda, cuyo nombre del equipo escriben mal al llamarse Heretics, no Heretios, se difundió desde el informativo previo de *Antena 3 Noticias*, no desde la sección deportiva como cabría esperar al tratarse de un equipo de deporte electrónico.

Con estas cifras podemos decir que la información sobre videojuegos aparece en *Antena 3 Noticias* cada cuatro días y ocho publicaciones al mes. Sin embargo, atendiendo a aquellas exclusivamente sobre eSports, la periodicidad disminuye: cada seis semanas aproximadamente (41 días) aparece una información sobre deporte electrónico en los informativos de televisión y una publicación por semana en la web.

Al mismo tiempo, en cuanto a los géneros periodísticos, el análisis muestra cómo el género por excelencia es la noticia a la hora de hablar tanto de videojuegos como de eSports concretamente. Respecto a estos últimos, hasta 15 informaciones presentan este formato. De forma paralela, la crónica está presente en tres ocasiones para informar sobre el desarrollo de tres partidas en una competición de eSports ('FunPlus Phoenix da la sorpresa en Madrid y se mete en la final del mundial de LOL'; 'El equipo europeo G2 logra el billete a la final del mundial de LOL'; y 'El FunPlus Phoenix chino, campeón del mundo de 'League of Legends' tras pasar por encima del G2 europeo'), así como una noticia reportajeada emitida en televisión sobre un equipo de eSports español ('Así es

el Team Heretios, el equipo campeón de eSports en España: hasta ocho horas de entrenamiento diarias’).

Respecto a la duración/ extensión de las informaciones, las piezas emitidas en televisión sobre eSports en *Antena 3 Noticias* tienen una duración de 86 segundos de media (la más larga es de 1:46 min. y la más corta es de 1:15 min.), tiempo habitual en cuanto a noticias televisivas se refiere. Si nos fijamos en la extensión de los textos encontramos resultados que nos llaman la atención. Las crónicas de competiciones de deporte electrónico, como es habitual en este tipo de textos periodísticos tienen una mayor extensión que las noticias (11 párrafos la más larga y siete párrafos la más corta). No obstante hemos encontrado noticias que llegan a los 14 párrafos pero es un caso puntual (‘Elecciones Generales 2019: ¿Qué proponen los partidos políticos sobre los eSports?’). Lo normal es que la extensión sea menor en las noticias (tres párrafos la más corta y diez párrafos la más larga). La media es que una noticia tenga cinco párrafos.

Llama la atención, teniendo en cuenta estas últimas cifras, que una noticia que no guarda relación con los eSports, aunque se promociona como tal y tiene connotaciones negativas para el deporte electrónico, como es el caso de la titulada ‘Cinco claves para jugar a los eSports de forma segura’, supere en extensión, gracias a sus ocho párrafos, a la media de aquellas informaciones relacionadas con el tema que nos ocupa.

Por otro lado, el análisis realizado refleja que las informaciones relacionadas con los eSports tienen predominantemente una connotación positiva. Hasta en 15 ocasiones ocurre esto, ya sea para hablar de futuros acontecimientos de deporte electrónico (‘Madrid, sede de los Worlds 2019 con los mundiales de League of Legends de eSport’ o ‘Agenda eSports: Las competiciones de 2020’), la pericia de los equipos en partidos oficiales (‘FunPlus Phoenix da la sorpresa en Madrid y se mete en la final del mundial de LOL’ o ‘El FunPlus Phoenix chino, campeón del mundo de ‘League of Legends’ tras pasar por encima del G2 europeo’), beneficios para los eSports durante campañas políticas (‘Elecciones Generales 2019: ¿Qué proponen los partidos políticos sobre los eSports?’), premios a equipos españoles (‘El equipo español G2 Esports, nominado

en tres categorías en los ‘The Game Awards’ 2019’ o ‘G2 Esports se corona como el mejor equipo de eSports del año en The Game Awards 2019’), alabando equipos (‘Así es el Team Heretios, el equipo campeón de eSports en España: hasta ocho horas de entrenamiento diarias’) o por las cifras económicas que genera (‘La industria de los eSports movió casi 1.000 millones de euros en 2019’).

No obstante, también encontramos informaciones negativas en tres ocasiones: por un caso de dopaje (‘Suspenden por dopaje al campeón de ciclismo de los eSports’) destacando en la información que este es el primer caso dentro del deporte electrónico y el caso de suicidio de una jugadora por acoso (con dos publicaciones distintas (‘Muere en extrañas circunstancias María ‘Remilia’ Cleveling, la gamer transgénero de 24 años que hizo historia en el ‘LOL’ y ‘El calvario de la gamer transgénero Remilia antes de su extraña muerte: “Es como apuñalarme con un cuchillo en la vagina”’)). También hay un ejemplo de información neutral en la noticia titulada ‘¿Zlatan Ibrahimovic, nuevo fichaje de G2 Esports?’.

La cuestión es que, cuando sumamos las cifras del resto de publicaciones (las que abordan el videojuego en general) el grupo que más crece es el de los temas negativos (+ 6 informaciones), seguido de las neutrales (+4). Solamente hay tres informaciones positivas adicionales. Llama la atención en el grupo de las noticias negativas la titulada ‘¡Ojo, gamers! Así es como podéis cuidar vuestra vista’. En ningún momento aparece la palabra eSports en el texto, de hecho desde el titular se habla del gamer en general no específicamente profesional, sin embargo se coloca el antetítulo eSports como identificación. Otra práctica es usar términos como locura para hablar de los usuarios de los videojuegos. Esto ocurre en la noticia con título ‘La loca reacción de un jugador de FIFA tras descubrir la carta de Leo Messi en Ultimate Team’.

La categoría relacionada con quienes aparecen en las informaciones sobre eSports por parte de *Antena 3 Noticias* refleja en el análisis realizado que solamente en cinco ocasiones se hace mención a equipos de deportes electrónicos, sobre todo en las crónicas de las competiciones. Aún menos veces se mencionan a jugadores profesionales (tres veces) sin que sean

protagonistas o fuentes directas de la información. La publicación con la información más directa hacia un deportista electrónico es aquella titulada ‘Suspenden por dopaje al campeón de ciclismo de los eSport’, la cual, dicho sea de paso, se realiza a través de un vídeo que el propio ciclista subió a Internet. De forma paralela, otros documentos carecen de la presencia de la figura del gamer o se habla de este de manera general sin abordar casos concretos.

En cuanto a las piezas emitidas en los informativos de *Antena 3 Noticias* o en vídeo directamente en la web, éstas contienen extractos de declaraciones de usuarios de videojuegos, un ejecutivo de la AEVI (Asociación Española de Videojuegos) y del coordinador de canales temáticos de Atresmedia. También hace acto de presencia en otra información la Directora General de IAB España, mientras que, para abordar el suicidio de una jugadora de eSport, el periodista del medio locuta las propias palabras escritas en redes sociales tanto de la víctima como de un amigo de la misma.

La figura del jugador profesional de eSports está desaparecida en cuanto a informativos de televisión se refiere. Esto ocurre incluso en una noticia reportajeada sobre un equipo campeón de España (la titulada ‘Así es Team Heretios, el equipo campeón de eSports en España: hasta ocho horas de entrenamiento diarias’). Al margen de que aparezcan posando al comienzo de la información y algún que otro plano donde entrenan y atienden explicaciones, los miembros del equipo de deporte electrónico apenas tienen protagonismo. De hecho, las declaraciones que se usan durante la pieza son del CEO del equipo, el Director de Patrocinio, un abogado e incluso una cocinera. Los jugadores no aparecen entrevistados en absoluto.

Centrándonos en aspectos propios del periodismo online, en cuanto a contenido multimedia, se refiere predomina el uso de imágenes para ilustrar las publicaciones. Éstas son utilizadas en 11 de las 19 informaciones sobre deporte electrónico, representando tanto a equipos de eSports, estadios donde tienen lugar las competiciones e incluso políticos que hayan hecho alguna declaración sobre el tema.

El uso de vídeos tiene lugar en ocho ocasiones. Ya sea como pieza emitida en televisión que luego se ha subido a la web acompañado por un texto, trailer de una competición creado para el evento y piezas audiovisuales para presentar un tema sin que necesariamente hayan sido emitidas en televisión y con uso exclusivo para la web.

Lo habitual es que haya un elemento de contenido multimedia por documento analizado (vídeo o imagen). Solamente en uno de los casos los elementos para acompañar al texto ascendían a dos (vídeo e imagen).

Por último, respecto al uso de hipervínculos en las informaciones analizadas, solamente en siete de las 19 publicaciones relacionadas con los eSports presentan este elemento. La estrategia predominante es añadir un enlace que dirija al usuario a cuentas de Twitter concretas, ya sea a perfiles relacionados con *Antena 3 Noticias* como el de Atresmedia Comunicación, a cuentas oficiales de juegos como League of Legends, a partidos políticos como Más País e incluso a perfiles de personas relacionadas con la información de la que se habla.

Al margen de esta red social, existe un caso en el que *Antena 3 Noticias* usa un enlace interno para dirigir al usuario a una información previamente publicada por el medio así como otra noticia en la que el enlace es externo conduciendo a la web oficial de un reality sobre el que versa la información.

A esta ausencia de hipervínculos en más de la mitad de las noticias sobre eSports (63%) hay que añadir que, en aquellas publicaciones donde sí hay enlaces, solamente se utiliza un enlace en todo el texto.

## 6. CONCLUSIONES

A raíz de los resultados previamente vistos podemos extraer una serie de conclusiones. La más evidente es que *Antena 3 Noticias* no aplica correctamente el hashtag #eSportsA3N en función de los contenidos que une a dicha etiqueta. Prueba de ello es que más de un 40% de las informaciones no tienen nada que ver con el deporte electrónico. Si bien es cierto que, a la hora de explicar con qué finalidad iban a usar dicho hashtag, el medio afirmaba que sería para cubrir el ámbito gamer (*Antena 3 Noticias*, 2019), hemos demostrado que ser gamer no es lo

mismo que ser deportista electrónico. Por lo tanto, una posible explicación de que haya tantas informaciones ajenas a los eSports puede deberse a falta de entendimiento sobre este concepto por parte del medio.

La información sobre eSports se difunde principalmente a través de la página web, siendo su presencia en los informativos televisivos prácticamente nula. De hecho, en cuanto al criterio seguido sobre dónde emitir dicho tema, éste no queda claro ya que, si bien es una información deportiva y hay ejemplos de que aparece en la sección de Deportes, otras en cambio son difundidas desde el informativo general.

En cuanto a la temática predominante sobre eSports, el análisis refleja cómo las informaciones sobre torneos de deportes electrónicos y equipos concretos son predominantes, así como aquellas centradas en sucesos, política e industria. Sin embargo, al margen queda informar de los deportistas electrónicos, no hay ninguna publicación que les tenga como protagonista con declaraciones directas sobre los mismos más allá de una relacionada con el suicidio de una gamer profesional, donde simplemente se centran en reproducir palabras suyas subidas a redes sociales. De esta forma podemos afirmar que *Antena 3 Noticias* informa principalmente sobre los eSports desde el punto de vista general y como industria.

También llama la atención cómo, aparte de la escasez de noticias sobre eSports que se producen, el número de titulares negativos crece en comparación con las informaciones positivas y neutras, en cuanto a orientación se refiere si sumamos las que se difunden usando el mismo hashtag #eSportsA3N pero no tienen relación con el deporte electrónico.

Más allá de enlaces a perfiles oficiales de competiciones, políticos y algún que otro usuario relacionado con la información en concreto que se aborda, se echa en falta un mayor uso de los hipervínculos para dar a conocer las competiciones, equipos y gamers profesionales que componen la industria de los eSports en España.

Con todo, podemos decir que la información que ofrece *Antena 3 Noticias* sobre los eSports es escasa, limitada a aspectos concretos del fenómeno y, en ciertos casos, errónea al ligar al deporte electrónico con informaciones y hechos que no tienen relación con el tema.

Como ya hemos anticipado, las investigaciones en cuanto prensa especializada y generalista y su tratamiento de los eSports son escasas. Para el futuro queda pendiente comprobar si estos resultados evolucionan con el tiempo dentro de este medio así como si estas conclusiones expuestas son también aplicables a otros medios de comunicación generalistas.

## REFERENCIAS

- ADAMUS, T. (2012). Playing computer games as electronic sport: In search of a theoretical framing for a new research field. En J. Fromme y A. Unger (eds.), *Computer Games and New Media Cultures: A Handbook of Digital Game Studies*, pp. 477-490. Berlin: Springer.
- AEVI (2020). *La industria de videojuego en España. Anuario 2019*. Recuperado de <https://bit.ly/2XQKNFn>
- Alcolea, A. (4 de abril de 2018). Nace Vodafone Giants para reinar en los esports en España. *Hobby Consolas*. Recuperado de <https://bit.ly/2XXA24p>
- Antena 3 Noticias (24 de octubre de 2019). Antena 3 Noticias refuerza su apuesta digital: nueva web, formatos novedosos, más análisis y las firmas más relevantes. *Antena 3 Noticias*. Recuperado de <https://bit.ly/2Kp6w10>
- Antena 3 (30 de diciembre de 2019). Antena 3 Noticias completa dos años de liderazgo absoluto con su mejor resultado en 10 años. *Antena 3*. Recuperado de <https://bit.ly/3aupK9k>
- ANTÓN, M. (2018). *Los deportes electrónicos (esports): el espectáculo de las competiciones de videojuegos*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid: Madrid.
- ANTÓN, M. y García, F. (2014). Deportes electrónicos. Una aproximación a las posibilidades comunicativas de un mercado emergente. *Questiones Publicitarias*, Vol. 1 N°19, 98-115. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/qp.28>
- BARDIN, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- BARRIENTOS-BUENO, M. (2013). La segunda pantalla televisiva: la aplicación Ant 3.0 de Antena 3, *Icono 14*, volumen 11 (2), 357-383. doi: [10.7195/rii4.viii2.568](https://doi.org/10.7195/rii4.viii2.568)
- CARRILLO, J.A. (2015). La dimensión social de los videojuegos ‘online’: de las comunidades de jugadores a los ‘e-sports’. *Revista Comunicación* N°5 (1), 39-51. Recuperado de <https://bit.ly/2Wwue1R>
- CHANSON, R. (2017). *eSports. Todo lo que necesitas saber de League of Legends al FIFA*. Barcelona: Timunmas.

- CRISTÓFOL, F. J., MARTÍNEZ-RUIZ, A., ROMÁN-NAVAS, I. & CRISTÓFOL-RODRÍGUEZ, C. (2020). Evolución de las estrategias de patrocinio en los esports en España: 2013-2021. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 48, 188-204. doi: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i48.10>
- Europa Press (20 de diciembre de 2016). Orange se convierte en el nuevo patrocinador del torneo de máximo nivel de los eSports. *Europa Press*. Recuperado de <https://bit.ly/2Mp3E5e>.
- Europa Press (17 de enero de 2017). Asalto de Movistar al universo de los eSports con canal y equipo propio. *ABC*. Recuperado de <https://bit.ly/2U6ayAm>.
- Europa Press (4 de abril de 2019). Font Vella entra en los eSports de la mano de la LVP y de cuatro de los mejores equipos de España. *Europa Press*. Recuperado de <https://bit.ly/36TY4Bp>.
- Gamergy (25 de junio de 2019). Gamergy cierra sus puertas con más de 61.000 asistentes, récord absoluto en diez ediciones. *Gamergy*. Recuperado de <https://bit.ly/3dtX892>.
- GARCÍA-MORENO, S. (10 de enero de 2017). Nace el club Movistar Riders con presencia en seis disciplinas. *Mundo Deportivo*. Recuperado de <https://bit.ly/2MsYAfX>.
- GARCÍA-MORENO, S. y Giner, A. (2018). *El gran libro de los eSports. Edición 2018*. Barcelona: Montena.
- GONZÁLEZ, A. (2010). La convergencia de los videojuegos online y los mundos virtuales: situación actual y efectos sobre los usuarios. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 15, nº28, 117-132. Recuperado de <https://bit.ly/2CpeJBU>
- GONZÁLEZ, S. (20 de diciembre de 2018). La Temporada 4 de ESL Masters España CS:GO reunió a más de 200.000 espectadores. *Vandal*. Recuperado de <https://bit.ly/36RMPsQ>.
- GONZÁLEZ, M. (2 de junio de 2020). Vodafone Giants se reafirma como gigante de los eSports en España tras absorber X6tence. *IGN España*. Recuperado de <https://bit.ly/305bNDR>.
- GUIÑÓN, A. (11 de febrero de 2019). Coca-Cola patrocinará la Overwatch League. *As*. Recuperado de <https://bit.ly/2U1Yeb3>.

- JENKINS, H. (2006). *Convergence culture: Where new and old media collide*. Nueva York: New York University Press.
- KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ-GARCÍA, G. (2005). The news from the televisions by Internet: analysis of web site of Tele5 and Antena3. [Las informaciones de las televisiones en Internet: análisis de las páginas web de Tele 5 y Antena 3]. *Comunicar*, 25. Recuperado de <https://bit.ly/3hhNgkt>.
- LÓPEZ-REDONDO, I. (2012). *El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos*. (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla: Sevilla.
- LVP (7 de octubre de 2019). LVP se despide de Madrid Games Week 2019 con dos campeones de copa y más de 210.000 espectadores. *LVP*. Recuperado de <https://bit.ly/2TYKgQS>.
- LVP (3 de abril de 2020). La Superliga Orange despide la temporada con otro récord histórico de audiencia: 238.000 espectadores. *LVP*. Recuperado de <https://bit.ly/2zOf9jO>.
- Mapfre (18 de octubre de 2018). MAPFRE apuesta por los eSports con un proyecto global que aúna a las mayores compañías nacionales. *Mapfre*. Recuperado de <https://bit.ly/3gWrFtE>.
- Mediapro (4 de diciembre de 2019). Más de 400.000 espectadores siguieron la retransmisión de la fase final de la Iberian Cup organizada por LVP. *Mediapro*. Recuperado de <https://bit.ly/2zGFOzi>.
- MERINO, A. (26 de diciembre de 2019). Amazon entra en los esports de la mano de Liga University. *As*. Recuperado de <https://bit.ly/2ZVmXLs>.
- Movistar eSports (15 de agosto de 2019). Coca-Cola lanza una edición de League of Legends. *As*. Recuperado de <https://bit.ly/36UihXE>.
- Newzoo (2020). *Global eSports Market Report 2019*. Disponible en <https://bit.ly/2THEhzH>.

- PAREDES-OTERO, G. (2019a). El uso del rumor en la prensa digital de videojuegos. Análisis de contenido de los medios especializados: Hobby Consolas, Vandal y 3DJuegos. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 45, 139-158. doi: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.09>
- PAREDES-Otaero, G. (2019b). Análisis de YouTube como herramienta informativa en el periodismo español especializado en videojuegos. En G. Paredes-Otero (ed.), *Investigar las redes sociales. Un acercamiento interdisciplinar* (pp. 53-72). España: Editorial Egregius.
- POMARES PASTOR, R.A. (2009). *Las noticias de la comunidad valenciana en televisión. Producción periodística en los informativos de Telecinco, Antena 3 y TV1 en 2004 y 2008*. (Tesis Doctoral). Universidad Cardenal Herrera-CEU: Elche.
- RELINQUE, J. y FERNÁNDEZ, J.M. (2017). *Continue Play? Historia de las máquinas recreativas españolas*. Sevilla: Héroe de Papel.
- RODRÍGUEZ, E. (18 de enero de 2020). Nike y su entrada de lleno en los eSports. *El Desmarque*. Recuperado de <https://bit.ly/3gHwyvr>.
- Sport (29 de noviembre de 2018). Mediapro presenta U-Beat, la nueva plataforma OTT de e-Sports en español. *Sport*. Recuperado de <https://bit.ly/2Bm5lOr>.
- TAYLOR, T. L. (2012). *Raising the stakes. eSports and the professionalization of computer gaming*. Londres: The MIT Press.
- VALDERAS, M. (3 de abril de 2019). Domino's Pizza se vuelca con la escena universitaria. *El Desmarque*. Recuperado de <https://bit.ly/2Ui13W>.



## LA GAMIFICACIÓN EN LOS SISTEMAS DE PAGO MÓVIL EN CHINA: EL CASO DE ALIPAY

---

DR. SERGIO JESÚS VILLÉN HIGUERAS  
*Universidad de Málaga, España*

### RESUMEN

China sustenta en la actualidad la mayor comunidad de usuarios de Internet del mundo, siendo los teléfonos móviles inteligentes el principal medio de acceso. Paralelamente, el mercado de aplicaciones móviles en este país es uno de los más atomizados y dinámicos, de ahí que muchas aplicaciones estén implementando diversas estrategias para marcar diferencias notables con su competencia. En este contexto la gamificación está cobrando cada vez más importancia en el conglomerado de aplicaciones chinas, siendo especialmente destacable en las plataformas de pago que ofrecen múltiples servicios adicionales. Para explorar este tema, esta investigación selecciona como caso de estudio Alipay, la plataforma de pago móvil más usada en China, y analiza tres funciones gamificadas no eventuales de gran relevancia: *El bosque de hormigas* (2016), *La granja de hormigas* (2017) y *Semillas de sésamo* (2018). La metodología seguida es el análisis de contenido de tipo cualitativo que incluye, igualmente, una descripción de las articulaciones entre los casos seleccionados y el resto de funciones de Alipay. Los resultados obtenidos apuntan al uso de la gamificación como estrategia para incrementar la adhesión de los usuarios a esta plataforma multifuncional y habilitar una dimensión lúdica, social, ecológica y solidaria que inyecte nuevos significados a muchas de sus funciones.

### PALABRAS CLAVE

Alipay, Aplicaciones Móviles, Gamificación, Pago Móvil, Videojuegos.

## 1. INTRODUCCIÓN

Durante la última década, la rápida expansión de las tecnologías móviles en China, consideradas por el gobierno de este país como un sector estratégico, está teniendo un impacto multidimensional en el desarrollo de esta sociedad. Con 847 millones de usuarios de Internet, de los cuales el 99,1% acceden mediante teléfonos inteligentes (CNNIC, 2019), China representa en la actualidad la comunidad online y el mercado de móviles inteligentes más grande del mundo (GSMA, 2019). En estrecha relación con estos datos, asimismo, se ha forjado un ecosistema fragmentado y dinámico de 4,5 millones de aplicaciones móviles (Statista, 2019).

Esta amplia oferta supone una gran competencia a la hora de captar y retener a los usuarios, por lo que muchas aplicaciones chinas están explorando nuevas fórmulas para motivar un uso continuado de sus funciones, crear hábitos, potenciar la interacción entre los usuarios, generar experiencias positivas y marcar la diferencia con otras aplicaciones similares.

En este contexto, la gamificación, entendida como “el uso de elementos del diseño de videojuegos en contextos que no son de juego” (Deterding, Khaled, Nacke y Dixon, 2011), se está convirtiendo en una fórmula destacada para despuntar en un mercado de aplicaciones saturado. Esta orientación lúdica, además, cobra especial relevancia considerando el auge de la industria de videojuegos para móvil en China, que sustenta un mercado de 467,56 millones de jugadores (CNNIC, 2019). Aprovechando esta atracción por los videojuegos, especialmente entre la población más joven, muchas aplicaciones móviles chinas están desarrollando estrategias degamificación, visibles en el ámbito del *e-commerce* (Pinduoduo, Tmall, Taobao, JD), las citas (Momo, Meet, Youxin), las redes sociales (QQ, SinaWeibo, Douyin), la cultura (Tencent Music, Netease Cloud Music, Wechat Read), los mapas virtuales (Mapas Baidu) o las plataformas de pago (Wechat Pay y Alipay)<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> La mayoría de estas aplicaciones utiliza componentes básicos de los videojuegos como las insignias, el desbloqueo de contenidos, los *rankings*, los niveles o los sistemas de puntuación. No obstante, destacan algunas iniciativas atractivas como *La mansión de las monedas de oro*

De este modo, con la gamificación, como apunta Siegel (2015) “el videojuego se disemina por todas las actividades de la vida cotidiana y dibuja un mundo donde todo es lúdico, atractivo, motivador y gratificante [...]. El objetivo es aumentar la experiencia ‘banal’ del mundo real del individuo contemporáneo” (p. 95). En este proceso de resignificación, este estudio se centra en la transformación que están experimentando en China las plataformas de pago móvil, que a través de la gamificación están inyectando nuevos significados a múltiples acciones que los usuarios realizan, principalmente, en su cotidianeidad.

### 1.1. LA GAMIFICACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE PAGO MÓVIL EN CHINA: LA GUERRA DE LOS SOBRES ROJOS

Los teléfonos inteligentes son una herramienta relevante que está remodelando profundamente el comercio y la economía de China. El 73,4 % de los usuarios realiza todo tipo de pagos a través del móvil (CNNIC, 2019), convirtiéndose China en uno de los principales países que está apostando por el dinero digital. Si bien existen numerosas plataformas en este ámbito, como Yiqianbao, JD Pay o Union Mobile Pay, este fenómeno tecnoeconómico, sin embargo, está dominado principalmente por Alipay y Wechat Pay, las cuales controlan el 54,5 % y el 39,5 % de este mercado respectivamente (iResearch, 2020).

Ambas plataformas, aunque comparten actualmente sistemas de pago con el móvil basados en tecnologías de reconocimiento facial<sup>18</sup> o el simple escaneado de códigos QR, tienen su origen en sectores muy diferentes. Alipay surgió en 2004 como una plataforma de pago vinculada a Taobao, el portal de *e-commerce* más grande de China perteneciente a Alibaba, para garantizar las transacciones entre compradores y vendedores. En cambio, Wechat Pay fue creado e integrado en 2013 dentro de Wechat, la principal aplicación de mensajería instantánea en este país y

---

de Taobao, *Pacman Story* de Mapas Baidu o los múltiples juegos en realidad aumentada del *Evento anual de sobres rojos de la fortuna de Douyinde Douyin* (TikTok).

<sup>18</sup> Alibaba y Tencent están compitiendo en la actualidad por colocar paneles con tecnología biométrica propia en espacios estratégicos (centros comerciales, transporte, etc.) para que los usuarios puedan realizar pagos mediante sistemas de reconocimiento facial.

propiedad de Tencent, con el fin de competir con Alipay aprovechando su condición de medio social. A pesar de la ventaja inicial de Alipay en este sector, la irrupción de Wechat Pay inició una carrera desenfrenada entre Alibaba y Tencent para dominar este mercado que ha estado especialmente marcada por el uso de la gamificación.

Partiendo de este contexto, Wechat Pay introdujo durante el Año Nuevo de 2014 una función que ha marcado un hito en este sector: el dinero de la suerte, una versión digital de los célebres sobres rojos que permite a los usuarios regalar dinero entre sus círculos sociales en fiestas y eventos destacados. Esta función, además, incorporaba la opción de enviar a los grupos de amigos una cantidad determinada de dinero y sobres rojos que eran distribuidos de forma aleatoria por un algoritmo<sup>19</sup> entre los miembros. Mediante esta apuesta por la gamificación, Wechat Pay transformó los sobres rojos en un juego de azar que potenció el atractivo de esta plataforma y su actividad social (Chen y Gu, 2019) al conseguir que los usuarios enviaran en este periodo 16 millones de sobres rojos. Como apunta Ma (2017), la sencillez, la diversión y la viscosidad de esta función la convirtieron en una exitosa estrategia mercadotécnica.

En 2015, también durante Año Nuevo, Wechat Pay introdujo la opción de *shake* para conseguir sobres rojos, incrementando así la dimensión lúdica de esta función. Para promocionar esta novedad, Tencent se convirtió en el principal patrocinador de la Gala de Año Nuevo de la CCTV<sup>20</sup>, en la cual lanzó una campaña que permitía a los usuarios sacudir sus teléfonos cuando aparecía una señal específica en este programa para conseguir sobres rojos con dinero, cupones de descuento y bonos valorados en 500 millones de yuanes. Wechat Pay logró de este

---

<sup>19</sup> Este tipo de funciones aleatorias ya estaba presente en los emojis de WeChat, que incluía los juegos piedra, papel o tijera y un dado para que los usuarios pudiesen tomar decisiones en momentos determinados.

<sup>20</sup> En este año el programa alcanzó los 704 millones de espectadores, convirtiéndose en uno de los programas más vistos del mundo. La audiencia de esta gala no ha parado de crecer en los últimos años, alcanzando en 2020 los 1.230 millones de espectadores, de ahí el gran interés que tienen las empresas chinas por convertirse en patrocinadores oficiales de este evento.

modo, por un lado, incrementar considerablemente su número de usuarios y la participación de estos, consiguiendo 11.000 millones de *shakes*<sup>21</sup> y 1.010 millones de sobres rojos enviados (Wang y Zhuang, 2020) y, por otro, activar la participación de numerosas marcas en esta plataforma, que vieron en esta iniciativa de Wechat una gran oportunidad para llegar a sus públicos objetivo.

A pesar del esfuerzo de Alibaba por contrarrestar esta estrategia de Tencent en 2015, poniendo en marcha sus propios sobres rojos con nuevos mecanismos, como contraseñas y preguntas para acceder a las recompensas, Jack Ma, fundador de Alibaba, calificó la estrategia de Tencent como un ataque a sus intereses en este mercado similar al de Pearl Harbor (Chen, 2015). Para modificar esta tendencia, en 2016 Alibaba consiguió ser el patrocinador principal de la Gala de Año Nuevo de la CCTV y lanzó una nueva propuesta de juego basada en la colección de “cinco cartas de la suerte” para conseguir sobres rojos con dinero. Unas semanas antes de dicha gala, los usuarios podían coleccionar estas cartas añadiendo nuevos amigos a su cuenta de Alipay, utilizando algunas de sus funciones o intercambiando cartas con sus contactos. Los objetivos principales de esta estrategia, en efecto, eran conseguir que la plataforma, al igual que Wechat Pay, tuviera una dimensión social y, al mismo tiempo, familiarizar a los usuarios con sus múltiples funciones. Posteriormente, aquellos usuarios que conseguían reunir las cinco cartas de la suerte tenían la opción de obtener un sobre rojo con dinero durante la emisión de la Gala de Año Nuevo de la CCTV.

El uso de la gamificación, presente en algunas de las variantes que iban surgiendo de sobres rojos en ambas plataformas, no obstante, alcanzó su punto álgido poco antes del Año Nuevo de 2017 cuando Alipay hibridó los sobres rojos con servicios basados en localización (LBS) y realidad aumentada (RA). Inspirándose en el fenómeno de *Pokemon Go*<sup>22</sup>, Alipay

---

<sup>21</sup> Este fenómeno activó a usuarios de 185 países diferentes y se llegó a registrar hasta 800 millones de *shakes* en un minuto.

<sup>22</sup> Alibaba ya había desarrollado previamente experiencias similares a este videojuego en Taobao con *Captura los gatos*, cuya finalidad principal era derivar el tráfico *online* a localizaciones *offline* estratégicas, es decir, zonas comerciales, en las que los usuarios podían capturar “mascotas Taobao” y conseguir cupones de descuento de numerosas marcas (Pizza

incorporó Sobres rojos en un escenario real de RA, un videojuego que utiliza la ciudad como escenario para que los usuarios busquen u oculten sobres rojos con dinero en determinadas ubicaciones para que sus contactos, mediante el envío de pistas, puedan encontrarlos. Alipay promocionó esta función distribuyendo sobres rojos con recompensas valoradas en 200 millones de yuanes (Wei, 2017) y sobres amarillos que contenían descuentos de algunas marcas y empresas. Adicionalmente esta experiencia en RA incluía también la posibilidad de escanear cualquier carácter de *fú* [福]<sup>23</sup> en la realidad para conseguir cartas de la suerte (expansión del juego del año anterior), incentivando así a los usuarios a explorar su entorno en busca de recompensas de este videojuego.

Como réplica, Tencent desarrolló poco después, en el mismo año, un juego en RA parecido para QQ, otra aplicación de este gigante tecnológico que, si bien era en su origen una aplicación de mensajería instantánea, posteriormente ha ido incorporando funciones adicionales como, por ejemplo, su propio sistema de pago virtual. Considerando las posibilidades que ofrece este tipo de juegos para mejorar la salud física, mental y social de los jugadores (Koivisto, Malik, Gürkan y Hamari, 2019), QQ interconectó los sobres rojos con la monitorización de la actividad de cada usuario. Cada cien pasos los usuarios conseguían sobres rojos que podían contener dinero o cupones virtuales, transformando así la experiencia de juego en una actividad beneficiosa para su salud.

Esta iniciativa en torno a la actividad física, posteriormente, sería incluida también en Alipay como otra experiencia más para conseguir cartas de la suerte.

---

Hut, KFC, Starbucks, etc.) o sobres rojos; o en Alipay con *El big bang de las mascotas adorables*, un videojuego para capturar y entrenar mascotas procedentes de la cultura tradicional china utilizado como medio para incrementar el tiempo de los usuarios en la plataforma y recolectar sus datos.

<sup>23</sup> Este carácter, que significa “felicidad”, “suerte” o “fortuna”, es un elemento característico en la decoración del Año Nuevo chino. El número de cartas de *fú* que se pueden conseguir en un mismo día es limitado y ha ido variando cada año. Así pues, mientras que en 2019 solo se podía adquirir un máximo de dos cartas de *fú* al día, en 2020 esta cantidad ha aumentado a cuatro.

Esta carrera desenfrenada entre Tencent y Alibaba, además de haber convertido los sobres rojos en un elemento mercado técnico destacado que ha despertado el interés de otras compañías que operan en el mundo online, como Baidu, Bytedance o Kuaishou, ha servido como catalizador para impulsar otras estrategias de gamificación más ambiciosas que permitan dinamizar de forma constante estas plataformas de pago.

## 2. METODOLOGÍA

A partir del contexto presentado, esta investigación centra su atención en Alipay, la plataforma de pago móvil más usada en China. Aunque inicialmente surgió como un sistema de pago, en la última década se ha convertido en una plataforma de móvil que integra un extenso ecosistema de funciones que se pueden dividir en las siguientes categorías: pagos y transferencias de dinero, servicios de entretenimiento, gestión e inversión de fondos, educación, solidaridad y, por último, servicios de terceros.

Dada su multifuncionalidad, junto a la aplicación de elementos y dinámicas de juego en torno a los sobres rojos, Alipay ha creado también experiencias específicas con forma de minijuegos para incentivar constantemente el uso de sus funciones y servicios. Partiendo de esta base, los objetivos propuestos en este estudio serán: (1) analizar aquellas funciones no eventuales que emplean sistemas gamificados y (2) explorar las sinergias que establecen con el resto de funciones y contenidos que ofrece esta plataforma.

Con el fin de definir nuestro universo de estudio, se ha realizado un análisis preliminar de las funciones de Alipay, detectando de este modo tres propuestas gamificadas de larga duración: *El bosque de hormigas* (2016), *La granja de hormigas* (2017) y *Semillas de sésamo* (2018). Para abordar estos casos, la metodología seguida es el análisis de contenido de tipo cualitativo. Inicialmente, se ha llevado a cabo un análisis de los minijuegos siguiendo la propuesta de Liu, Alexandrova y Nakajima (2011) fundamentada en el bucle de la gamificación, el cual reproduce el siguiente esquema:



Figura 1: Bucle de la gamificación. Fuente: Liu et al., 2011

Según estos autores el bucle se inicia con retos definidos por condiciones específicas para conseguirlos. Cada objetivo logrado genera una recompensa, generalmente ligada a un determinado sistema de puntuación, que establece una conexión a su vez con una tabla de clasificaciones y con la obtención de insignias para estimular la competitividad. El resultado de este proceso determina finalmente el estatus del usuario entre sus redes sociales.

Junto al análisis de los sistemas gamificados, que profundiza en el funcionamiento y los elementos que componen los minijuegos seleccionados, se describen también las conexiones existentes con las herramientas, servicios y campañas promocionales de Alipay, prestando atención a las sinergias bidireccionales generadas y a los procesos de resignificación que se producen. En la misma línea, se exploran también aquellas interrelaciones que puedan establecer los propios minijuegos.

Asimismo, adoptando una perspectiva holística, que incluye primordialmente los elementos de juego de los casos analizados, sus articulaciones con las diferentes categorías de funciones que sustenta Alipay, la naturaleza de las recompensas que ofrecen y las posibles implicaciones transformativas de estas en la realidad de los usuarios y sus estrategias comunicativas, se identifican los nuevos significados que estos minijuegos están inyectando en la plataforma de pago de AntFinacial.

### 3. RESULTADOS OBTENIDOS

#### 3.1. LA DIMENSIÓN SOCIO-ECOLÓGICA: *EL BOSQUE DE HORMIGAS*

Considerando la emergencia climática actual y la necesidad de impulsar una transición hacia nuevos modelos económicos sostenibles, AntFinacial, la compañía *fntech* de Alibaba, lanzó en 2016 en Alipay *El bosque de hormigas* (EBDH). Se trata de una propuesta gamificada innovadora, inspirada en videojuegos del tipo *Farmville*, que permite a los usuarios cuidar de un árbol virtual hasta que alcance la madurez con el objetivo de ser plantado posteriormente en la realidad.

Para ello es necesario recolectar energía verde, la cual se obtiene mediante varias opciones internas y externas. En el primer caso, se pueden realizar una serie de actividades periódicas como regar la planta y completar tareas dentro de un límite de tiempo, es decir, se utilizan *appointment dynamics* para que el usuario retorne frecuentemente al juego. En el segundo caso, es posible obtener energía utilizando determinadas funciones de Alipay que contribuyan a reducir las emisiones de carbono del usuario. En este sentido, tales funciones se clasifican en cinco áreas: transporte verde (transporte público, bicicletas compartidas, caminar-monitorización de la actividad, etc.), actividades que eviten desplazamientos (compra de entradas, pago de facturas, solicitar citas previas, etc.), ahorro de papel y plástico (realizar facturas electrónicas, cupones y descuentos con QR, adquirir libros y otros materiales de lectura digitales, pedir comida sin cubiertos, etc.), eficiencia energética (pago de peajes) y reciclaje (reciclaje de paquetes, pedidos con embalajes reciclados o compra-venta de objetos de segunda mano). Todas estas opciones vienen a proponer un estilo de vida ecológico conectado a las

posibilidades funcionales de Alipay y, a su vez, configuran un sistema pegajoso y circular para mantener a los usuarios constantemente activos<sup>24</sup> dentro de esta plataforma.

Por otra parte, *EBDH* se constituye como un sistema que combina la gamificación con los medios sociales (Yang, Kong, Sun y Zhang, 2018) al disponer de elementos y opciones que promueven la competitividad, la interacción social y la colaboración entre los usuarios. Así pues, la energía total acumulada por cada usuario determinará su posición en un ranking elaborado con sus contactos; es posible visitar el árbol de un amigo para conseguir energía robándole parte de sus recompensas o regándolo; un chat interno permite enviar mensajes a otros usuarios que aparecen como *bullet screen*; y la energía de parejas, familiares o amigos se puede combinar para acelerar el crecimiento de un mismo árbol.

Una vez que ha crecido el árbol en el plano virtual, este es plantado por Alipay en una zona desertificada de China (por ejemplo, los desiertos de Alxa, Kubuqi, Tengger u Ordos), pudiendo el usuario seleccionar entre múltiples especies de plantas que va desbloqueando con sus logros. La energía requerida para transferir un árbol a la realidad es diferente para cada especie y se corresponde con la cantidad promedio de dióxido de carbono que es capaz de absorber a lo largo de su vida.

Cada árbol plantado queda registrado en un mapa virtual personalizado que permite a los usuarios acceder a información específica sobre su planta (certificados con el número de árbol, parcela y zona) y, en determinadas áreas, ver también por satélite o en tiempo real las plantaciones y su posicionamiento en un mapa real. Al interrelacionar de este modo la ficción con la realidad, Alipay persigue reforzar la credibilidad del juego y generar una conexión más estrecha con los usuarios.

---

<sup>24</sup> Para agilizar el proceso de recolección, Alibaba activó en Tmall Genie, un asistente virtual, la opción de que el usuario ordenara con su voz recoger automáticamente la energía verde generada. Posteriormente, el asistente le ofrece al usuario la posibilidad de activar una alarma para que le avise cuando haya más energía disponible.



Figura 2: Capturas de pantalla de *El bosque de hormigas* (2016)

Si bien este es el funcionamiento habitual de *EBDH*, también se encuentran algunos contenidos eventuales o transversales que interconectan con otras estrategias comunicativas de la plataforma. Inicialmente, en 2018 aparecería como evento extraordinario para conseguir energía *La búsqueda del tesoro en la ciudad*, una propuesta lúdica al estilo *¿Dónde está Wally?* basada en la búsqueda de escenas en las que se usan funciones verdes de Alipay en imágenes ilustradas de ciudades. A través de este evento, por tanto, se persigue reforzar la idea de una ciudad eficiente y baja en carbono gracias al uso constante de Alipay.

De otra forma, durante la campaña promocional del Año Nuevo chino de 2019, Alipay lanzó *El bosque de la fortuna*, un proyecto que permitía a cada usuario regar un bosque varias veces al día con el fin de conseguir cartas de la suerte y acumular energía de forma colectiva. Tras finalizar el evento, la energía conseguida por todos los usuarios se tradujo en la plantación de un bosque con casi cuatro millones de árboles en Mongolia Interior.

En la misma línea, *EBDH* habilitó los denominados *Bosques públicos del bienestar*. Se trata de propuestas lanzadas por personajes célebres, marcas, organizaciones o entidades públicas para construir bosques públicos en un periodo limitado de tiempo en colaboración con su público objetivo, es decir, los usuarios pueden transferir su propia energía verde a

estas iniciativas colectivas. Como evento destacado, por ejemplo cinco celebridades del mundo de la cultura como MaSichun, Xi Mengyao, ShengYilun, Zhang Bichen y Zhang Binbin, lanzaron un bosque común en el que cada uno solicitaba a sus seguidores la donación de su energía. Mediante esta iniciativa, Alipay instrumentaliza *EBDH* al transformarlo en un espacio de intercambio en el que un determinado agente es ecologizado a cambio de fagocitar su público e influencia en beneficio propio.

Junto a estas propuestas individuales y colectivas centradas en la reforestación, *EBDH* ha puesto en marcha otro campo de acción: la protección de espacios naturales. Manteniendo la energía verde como divisa de cambio, los usuarios pueden contribuir en el desarrollo y la conservación de diversas reservas naturales. Por ejemplo, con 350 puntos de energía verde el usuario puede proteger un metro cuadrado del área protegida de Jiatang (Li, 2020), lo cual supone una inyección económica de AntFinanciamiento en esta zona para promocionar su biodiversidad, financiar la monitorización de especies protegidas, desarrollar sistemas de vigilancia o construir nuevas infraestructuras. AntFinanciamiento amplía de esta forma las posibilidades transformativas del minijuego en el campo de la ecología y, de forma paralela, profundiza en el reconocimiento de las sensibilidades que tienen sus usuarios en este ámbito.

Por todo ello, *EBDH* se constituye como un minijuego que está reconfigurando ampliamente los significados de muchas de las funciones que ofrece Alipay. En concreto, está construyendo una dimensión social, lúdica y ecológica que supone una redefinición progresiva de la naturaleza económica de esta plataforma y, en este proceso, a su vez, se están cultivando nuevos comportamientos en los usuarios vinculados a estilos de vida verdes determinados por las funciones que ofrece Alipay.

Esta reorientación lúdica de Alipay a través de *EBDH* está llamando notablemente la atención en la sociedad china, superando en marzo de 2020 los 550 millones de jugadores (iiMedia, 2020). Tal respaldo social, junto al impacto ambiental que ha provocado reduciendo las emisiones de carbono en 11 millones de toneladas y plantando más de 122 millones de árboles (iiMedia, 2020), suponen una gran motivación para que

los usuarios sigan cuidando diariamente de sus árboles virtuales. Dada la repercusión<sup>25</sup> de esta iniciativa pionera, *EBDH* recibió en 2019 el premio *Campeones de la Tierra* de la ONU (Xinhua, 2019), la distinción más notable de esta organización en el terreno de la protección del medio ambiente.

### 3.2. LA DIMENSIÓN SOCIO-SOLIDARIA: *LA GRANJA DE HORMIGAS*

Tras el éxito cosechado por *EBDH*, AntFinancial amplió su faceta lúdica en 2017 con *La granja de hormigas (LGDH)*, un minijuego que se enmarca dentro de su estrategia “educación en solidaridad”. Esta nueva apuesta, que pretendía competir con videojuegos como *QQMascota*<sup>26</sup>, aplica un sistema de juego parecido a *EBDH*, aunque en este caso, con una finalidad diferente: el desarrollo de proyectos solidarios.

Ahora bien, el juego gira en torno a la cría de una mascota virtual, la cual tiene que ser alimentada de forma frecuente por el usuario. Para ello este puede conseguir alimento u otros ítems con acciones dentro del juego como responder correctamente a preguntas diarias, participar en eventos especiales, interactuar con la mascota mediante minijuegos (por ejemplo, *Carrera de montañismo* o *Salto divertido - Realidad Aumentada*) o usando funciones de Alipay como transferir dinero, pagar (*online* y *offline*)<sup>27</sup> o realizar donaciones en Alipay Love<sup>28</sup>, una función que aplica

---

<sup>25</sup> A nivel internacional *EBDH* ha servido también como modelo de inspiración para desarrollar iniciativas medioambientales similares, siendo el caso de GCash, la principal plataforma de pago móvil en Filipinas, que creó en 2019 GCashForest.

<sup>26</sup> *QQMascota* (2005-2018) es un videojuego online de Tencent basado en el cuidado de una mascota virtual. Para torpedear los intereses de Tencent y captar su público, AntFinancial lanzó un minijuego del mismo estilo, *LGDH*, aunque con menos opciones de juego, que no contiene funciones de pago y, a su vez, sirve como medio para financiar proyectos solidarios. Casualmente, el mismo año que apareció *LGDH* Tencent clausuró *QQMascota*.

<sup>27</sup> Puesto que estas acciones también están vinculadas al *EBDH*, cuando el usuario realiza pagos con el móvil, este puede elegir entre obtener energía verde o conseguir alimento para su mascota virtual.

<sup>28</sup> La cantidad donada por el usuario no afecta a la cantidad de comida que recibe, por lo que la donación de un solo *fen*, la centésima parte de un *yuan*, es suficiente para conseguir alimento.

un sistema de *crowdfunding* para completar proyectos solidarios que promuevan el desarrollo y el bienestar social. Para recoger el alimento generado por todas estas acciones se suele emplear una limitación temporal, incitando así al usuario a visitar constantemente el juego.

Igualmente, el juego habilita opciones sociales al permitir que los usuarios puedan visitar las mascotas de otros contactos y robar su comida, por un lado, y proteger su comida mediante elementos de juego especiales (escudos de protección), por otro. De esta forma, como apunta Shanan (2020), se busca incrementar la participación y la adhesividad del juego.

Al completar cada ciclo de alimentación el usuario obtiene un huevo, usado posteriormente como moneda de cambio (puntos de amor) para financiar proyectos solidarios destinados, por ejemplo, a combatir el hambre infantil en China, ayudar a colectivos con alguna discapacidad o impulsar la alfabetización en zonas deprimidas de este país. Para completar cada proyecto Alipay determina el número de donaciones de huevos necesario, por lo que el sistema de colaboración y participación empleado es parecido al de Alipay Love.

Al mismo tiempo, para promocionar los proyectos desarrollados y darles difusión, *LGDH* incluye a menudo en las preguntas diarias que lanza a los jugadores cuestiones relacionadas con el número de proyectos que han sido financiados, sus objetivos o la cantidad de participantes. Con este método se refuerza constantemente la imagen solidaria de Alipay y el interés de los usuarios en sus iniciativas solidarias.



Figura 3: Capturas de pantalla de *La granja de hormigas* (2017)

Para incrementar la participación de los usuarios, se usa un sistema de puntuación que contabiliza el número de donaciones realizadas (gloria), las medallas obtenidas según los logros conseguidos y un *ranking* entre los amigos del usuario que mide sus contribuciones a los diferentes proyectos solidarios. Junto a estos elementos clásicos de los sistemas gamificados, es posible también conseguir diferentes componentes para personalizar la mascota virtual completando una serie de tareas específicas. Por ejemplo, para conseguir un *skin* nuevo el usuario tiene que hacer un test de gestión financiera, establecer un plan de inversión fijo (inversión mínima de 10 yuanes) y abrir una cuenta en Alipay Love. La personalización de los elementos de juego, utilizada a menudo en la industria de los videojuegos como estrategia de monetización, experimenta aquí una reconceptualización al emplearse como medio para obtener más datos de los usuarios y redirigirlos a otros sectores de Alipay.

En línea con estas conexiones estratégicas, los huevos se utilizan también como un elemento dinamizador del juego, ya que incluyen ocasionalmente sorpresas relacionadas con otras funciones de Alipay o empresas del grupo Alibaba. Así pues, es posible conseguir desde cartas de la suerte durante los eventos promocionales del Año Nuevo chino, tiques dorados que pueden ser canjeados por oro (con 100 tiques se obtiene 1 yuan en oro) para promover en Alipay la función de compra-venta de oro o,

incluso, huevos frescos en Taobao Mall, transfiriendo a los usuarios al gran portal de comercio electrónico de Alibaba.

Además de esta permeabilidad hacia el tejido funcional y empresarial de Alibaba, Alipay ha interconectado *EBDH* y *LGDH* para que los usuarios puedan cuidar y gestionar sus plantas y mascotas virtuales sin necesidad de salir de uno de los juegos. De esta forma Alipay entreteje sus acciones ecológicas y solidarias para generar sinergias bidireccionales que ensanchen la dimensión social y lúdica de esta plataforma.

### 3.3. LA FIABILIDAD CREDITICIA DEL USUARIO: *SEMILLAS DE SÉSAMO*

En 2015, AntFinanciamiento introdujo en Alipay un sistema de calificación crediticia denominado Crédito Sésamo, el cual se constituye como uno de los proyectos pilotos vinculados al *Plan general de planificación para la construcción de un sistema de crédito social* (2014–2020) emitido por el Consejo de Estado de China. La conexión de Alibaba y su brazo financiero con esta iniciativa se debe, como apunta Chong (2019), a la gran cantidad de información que maneja y almacena este grupo empresarial sobre los consumidores, lo cual permitió elaborar y testar ampliamente un método propio de calificación de crédito social (Liu, 2019).

Utilizando tecnologías de *big data* y analizando el comportamiento de los usuarios, el sistema de Crédito Sésamo evalúa, aunque sin concretar el método empleado (Shen, 2019), la solvencia del usuario considerando cinco factores: los datos de su historial de crédito, su comportamiento online y sus preferencias de compra, su capacidad para cumplir las normas contractuales de los servicios que utiliza, sus características personales y sus relaciones interpersonales en Internet (Alibaba, 2015). Con todos estos datos, obtenidos de las compañías pertenecientes a Alibaba, instituciones financieras y empresas asociadas, Alipay configura un sistema de crédito social gamificado basado en la puntificación (Vieira y Topper, 2019), siendo aquellas calificaciones más altas, de un rango de 350 a 950 puntos, las que permiten a los usuarios obtener beneficios. Convertirse en un usuario prioritario en los hospitales, acceder a créditos, evitar los depósitos de determinados servicios, probar productos

antes de comprarlos u obtener descuentos, entre otros, son ejemplos de las ventajas que ofrece una calificación alta.

Ahora bien, para fomentar el Crédito Sésamo, Alipay incorporó en 2018 otro minijuego denominado *Semillas de sésamo* (*SDS*), a través del cual los usuarios pueden obtener recompensas según sus comportamientos crediticios o, de nuevo, participar en proyectos solidarios.

A diferencia de los dos casos anteriores, el sistema de juego propuesto no gira en torno al cuidado de un elemento virtual, sino en la simple recolección y acumulación de semillas de sésamo. Dichas semillas se consiguen accediendo periódicamente al minijuego y completando cuestionarios semanales destinados a recolectar información sobre el conocimiento que tienen los usuarios sobre sus servicios financieros, por un lado, o usando funciones de Alipay ligadas al Crédito Sésamo (créditos hipotecarios, depósitos para alquilar servicios como bicicletas o coches, préstamos, etc.), por otro. Según la importancia crediticia de cada una de estas opciones (especialmente las del Crédito Sésamo), se consigue un determinado número de semillas. Mediante este sistema Alipay proyecta de forma connotada la repercusión de sus servicios en la puntuación crediticia de los usuarios.

Asimismo, *SDS* no sustenta una dimensión social que promueva la competitividad, ya que el juego está estrechamente vinculado a la puntuación crediticia de cada usuario. Como consecuencia de esta limitación, *SDS* reduce considerablemente el bucle de gamificación propuesto por Liu et al. (2011) y propone un sistema de juego básico y sencillo que, en algunos casos, contrasta con la complejidad de algunos de los productos y servicios financieros que forman parte del juego.



Figura 4: Capturas de pantalla de *Semillas de sésamo* (2018)

Posteriormente los usuarios pueden canjear las semillas acumuladas por descuentos en determinados productos o servicios de Alibaba u otras entidades comerciales que tienen acuerdos promocionales con Alipay o donarlas a proyectos como *El rincón del libro*, destinado a ampliar el acceso a la cultura en las escuelas de primaria situadas en zonas rurales de China. Alipay refuerza de nuevo su dimensión solidaria, aunque las donaciones de los usuarios, sin embargo, no influyen en su puntuación crediticia.

En 2019, SDS amplió las posibilidades de juego lanzando una batería de actividades periódicas que ofrecen múltiples formas de conseguir semillas de sésamo. Estas actividades se dividen en diferentes categorías: hacer deporte, vida adecuada, vida laboral, realizar pagos, aprendizaje, proyección de sentimientos y préstamos de múltiples elementos. De esta forma Alipay parte de una propuesta lúdica, creada en su inicio para impulsar y enseñar el funcionamiento del sistema de Crédito Sésamo, para posteriormente promover determinados comportamientos y hábitos cotidianos entre sus usuarios que, a su vez, puede monitorizar para construir perfiles de usuarios más completos.

#### 4. CONCLUSIONES

La exploración realizada en esta investigación pone de relieve la importancia que está adquiriendo la gamificación en Alipay como medio para construir una dimensión lúdica, social, ecológica y solidaria que impregna de nuevos significados a sus funciones. A través de estos minijuegos, en analogía con Siegel (2015), no solo se edulcoran, resignifican e interconectan numerosas funciones de Alipay, sino que también se crean nuevos hábitos en base a los intereses de esta plataforma mediante un amplio espectro de recompensas de índole económica, ecológica y solidaria.

En este punto, no obstante, resulta de especial interés la apuesta de Alipay de ofrecer, además de gratificaciones individuales, recompensas dirigidas al bien común de la sociedad. Canalizando las recompensas de los usuarios hacia la construcción de bosques o proyectos solidarios, Alipay exhibe su capacidad transformativa a la vez que alimenta una imagen de comunidad. Gracias a este enfoque, Alipay ha conseguido construir un relato más amplio en torno a su dimensión ecológica y solidaria y, desde la perspectiva del usuario, promueve una autonarrativa marcada por los beneficios propios que este transfiere a la sociedad de forma altruista.

Otros aspectos destacables de estos minijuegos son el continuo seguimiento que realizan sobre la vida cotidiana de los usuarios y la adhesividad de sus sistemas de juego. En el primer caso, Alipay propone constantemente tareas para obtener energía, comida o semillas enfocadas en recolectar datos personales de los usuarios que, en muchas ocasiones, son difíciles de conseguir mediante el uso que hacen los usuarios de las funciones que ofrece esta plataforma. En el segundo caso, los minijuegos analizados fragmentan las recompensas, las perpetúan en el tiempo y les otorgan un carácter efímero para que los usuarios visiten constantemente sus plantas o mascotas virtuales. Con los minijuegos, especialmente con *EBDH* y *LGDH*, Alipay fomenta el *engagement* y configura un sistema pegadizo, de uso diario, que persigue fagocitar el consumo de los usuarios en otras aplicaciones.

En síntesis, los minijuegos analizados se constituyen como contenidos estratégicos para transformar Alipay en una plataforma multidimensional de uso cotidiano, reforzar constantemente los intereses comerciales de AntFinancial y explorar mediante la gamificación nuevas fórmulas para convertir Alipay en una herramienta capaz de mejorar la sociedad y, al mismo tiempo, crear hábitos en los usuarios en función de sus intereses particulares.

A partir de este estudio, surgen tres líneas de investigación destacadas. La primera está relacionada con el impacto socioeconómico que están ocasionando estos minijuegos en aquellas zonas hacia las que dirige sus acciones ecológicas y solidarias. La reforestación llevada a cabo por Ant-Financial no solo es un medio para revitalizar zonas desertificadas y combatir el cambio climático, sino que es también un motor económico que está despertando interés en el ámbito del turismo y la agricultura. Igualmente, gran parte de los proyectos solidarios propuestos están destinados al desarrollo social y tecnológico de zonas rurales de China. En ambos casos, gracias a sus iniciativas, Alipay puede posicionarse y erigirse como uno de los principales actores en mercados internos emergentes.

Una segunda línea de investigación sería explorar el potencial de estos minijuegos como espacio promocional. Los casos analizados no solo están diseñados para dinamizar la multifuncionalidad de Alipay entre sus usuarios, sino también para captar la atención de entidades públicas y privadas. Desde el punto de vista comunicativo y promocional, los minijuegos analizados se constituyen como espacios de interés para que marcas, empresas u organizaciones contacten con sus públicos en un marco lúdico que, además, permite vincular su imagen a proyectos ecológicos y solidarios.

Por último, es también de interés la exportación y adaptación de los modelos de gamificación propuestos por Alipay a otras plataformas y sectores. En los últimos años, numerosos contenidos gamificados han ido surgiendo en múltiples sectores, siendo el caso de *Transforma el árbol en dinero* de Wechat, *La huerta Duoduo* de Pindouduo, *Plantar judías para obtener judías* de Jingdong (JD) o *El pequeño huerto* de Meituan Dianping. Se trata, pues, de un nuevo fenómeno que está reconfigurando los significados de los servicios y las funciones que ofrecen numerosas plataformas chinas, especialmente, aquellas relacionadas con el comercio electrónico.

## REFERENCIAS

- Alibaba (2015). Ant Financial Unveils China's First Credit-Scoring System Using Online Data. Recuperado de <https://bit.ly/2MtBCWf>
- CHEN, L. (2015). Red envelope War: How Alibaba and Tencent Fight Over Chinese New Year. Recuperado de <https://bit.ly/2XWjdXo>
- CHEN, Z. y GU, R. (2019). We Chat Red Envelops: Literature Review and Future Research Directions. En X. Liu et al. (eds.), *Service-Oriented Computing – ICSSOC 2018 Workshops. Lecture Notes in Computer Science*, vol. 11434 (pp. 53-66). Cham, Suiza: Springer.
- CHONG, G. (2019). Cash less China: Securitization of everyday life through Alipay's social credit system—Sesame Credit. *Chinese Journal of Communication*, 12 (3), 290-307. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17544750.2019.1583261>
- CNNIC (2019). The 44<sup>th</sup> Statistical Report on Internet Development in China. Recuperado de <https://bit.ly/3dzhGNt>
- DETERDING, S., KHALED, R., NACKE, L. y DIXON, D. (2011). Gamification: Toward a Definition. En CHI 2011 Gamification Workshop Proceedings. Vancouver, Canada.
- GSMA (2019). The Mobile Economy China. Recuperado de <https://bit.ly/2AD8ZmU>
- iiMedia (2020). 《艾媒报告|2020-2021年全球及中国森林资源产业大数据、标杆企业案例研究报告》 [Ai Media Report – Big data of Global and China's Forest Resource Industry (2020-2021): Benchmarking study report]. Recuperado de <https://bit.ly/2U7pwXa>
- iResearch (2020). 2019 Q3中国第三方支付行业数据发布 [China Q3 2019 third-party payment industry data release]. Recuperado de <https://bit.ly/2MqCkDL>
- KOIVISTO, J., MALIK, A., GÜRKAN, B. y HAMARI, J. (2019). Getting Healthy by Catching Them All: A Study on the Relationship between Player Orientations and Perceived Health Benefits in an Augmented Reality Game. En Proceedings of the 52<sup>nd</sup>Hawaii International Conference on System Sciences. doi: <http://dx.doi.org/10.24251/hicss.2019.216>

- LI, W. (2020). “嘉塘草原生态保护模式”在5·22国家生物多样性日上被提名点到! [“El modelo de protección ecológica de los pastizales de Jiatang” nominado para el día nacional de la biodiversidad del 22 de mayo]. Recuperado de <https://bit.ly/3dztHma>
- LIU, C. (2019). Multiple Social Credit Systems in China. *Economic Sociology: The European Electronic Newsletter*, 21(1), 22-32.
- LIU, Y., ALEXANDROVA, T. y NAKAJIMA, T. (2011). Gamifying intelligent environments. En *Proceedings of the International ACM Workshop on Ubiquitous Meta User Interfaces* (pp. 7-12), Scottsdale, AZ, USA. New York: ACM.
- MA, W. (2017). *China's Mobile Economy: Opportunities in the Largest and Fastest Information Consumption Boom*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- SHANAN, W. (2019). 游戏型互联网公益的现状和问题分析——以蚂蚁庄园为例 [Análisis de la situación actual y los problemas de los juegos online de bienestar social: el caso de *La granja de hormigas*]. *Market Weekly*, nº8, pp. 19-20.
- SHEN, C. (2019). Social Credit System in China. En C. Echle, K. Naumann y M. Sarmah (eds.), *Panorama: Insight into Asian and European Affairs - Digital Asia* (pp. 21-31). Singapur: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- SIEGEL, C. (2015). L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la gamification? (Tesis doctoral). Université Paul Valéry – Montpellier III, Francia.
- Statista (2019). Mobile apps in China - Statistics & Facts. Recuperado de <https://bit.ly/2UcprBg>
- VIEIRA, A. y Topper, L. (2019). Sesame Credit and the Social Compliance Gamification in China. *SBC – Proceedings of SBGames* (pp. 270-278). Rio de Janeiro, Brasil.
- WANG, D. y ZHUANG, J. (2020). Two-Way Embedding: A National Carnival of Electronic Red Envelopes. En S. Liu y J. Wang (eds.), *The Internet Society in China. A 2016 Report*. Singapur: Palgrave MacMillan.

WEI, H. (2017). Tech companies add Pokemon to festive fun. Recuperado de <https://bit.ly/3dwuMLC>

Xinhua (2019). China's Ant Forest receives top UN environmental honor for tree planting initiative. Recuperado de <https://bit.ly/2C3zAtO>

YANG, Z., KONG, X., SUN, J. y ZHANG, Y. (2018). Switching to Green Lifestyles: Behavior Change of Ant Forest Users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(9). doi: <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph15091819>

## EL USO DE LA LÓGICA TRANSMEDIA Y LA GAMIFICACIÓN EN UN CURSO UNIVERSITARIO

---

DR. AUGUSTO DAVID BELTRÁN POOT  
*Universidad Autónoma de Yucatán, México*

### RESUMEN

En la actualidad, la tecnología y los medios de comunicación masiva han modificado la dinámica educativa. Por un lado, se han diversificado las estrategias de enseñanza-aprendizaje, siendo estos más disruptivos y desenfocados a las aulas tradicionales. Por otro lado, el uso frecuente de las redes sociales, la facilidad que tienen los adolescentes y jóvenes de crear recursos audiovisuales, nos han hecho consciente de que todas las personas deseamos escuchar y contar historias. Situación que han provocado, no solo reconocer las historias de los estudiantes, sino también a tener el propósito de generar historias desde las experiencias de enseñanza-aprendizaje, que se den dentro y fuera del aula, que se creen y manifiesten tanto de forma individual como colectiva.

El objetivo es compartir la experiencia del uso de la lógica transmedia y la gamificación en un curso universitario relacionado con la asignatura de teoría curricular. En ella participan 36 estudiantes, la experiencia se lleva a cabo entre la simulación de una agencia de planeación y evaluación curricular en el aula, la plataforma Moodle y la red social Facebook. Además de retos, insignias y misiones tanto individuales como grupales. Se utilizan reportes, tareas, narrativas y productos audiovisuales que desarrollaron los estudiantes durante el curso. Los resultados permiten observar un mayor compromiso de los estudiantes, al ser prosumidores de los recursos didácticos y corresponsable del aprendizaje de sus compañeros. El proceso gamificado permite generar un experiencia de jugabilidad en la que el estudiante compite consigo mismo y de manera grupal para alcanzar una meta final.

### PALABRAS CLAVE

Aprendizaje mixto, Educación contemporánea, Educación socioemocional, Gamificación, Lógica transmedia.



## 1. LA LÓGICA TRANSMEDIA EN LA EDUCACIÓN

El avance tecnológico y el fenómeno de internet ha evolucionado la dinámica de comunicarnos y, por ende, las formas de enseñar y de aprender. Dando como consecuencia, la transición de un proceso comunicativo unidireccional pasivo a uno bidireccional activo, en el que tanto maestros como estudiantes son productores de sus propios recursos informativos y/o didácticos.

Esta situación, junto con los retos que nos presenta la pandemia del Covid-19, no solo ha representado el reconocimiento de una educación virtual o el uso de los recursos tecnológicos, también ha puesto en evidencia la necesidad de la alfabetización transmedia de los profesores. Entendiendo por ello, que el docente posea el conjunto de habilidades, prácticas, valores, sensibilidades y estrategias de aprendizaje e intercambio desarrolladas y aplicadas en el contexto de las nuevas culturas colaborativas (Scolari, 2016, citado por Albarello, 2019).

Se entiende por transmedia al proceso narrativo que se utiliza para contar historias por medio de múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), considerando que cada uno de ellos, cuenta de manera intencional una fracción del contenido, dando como resultado la historia completa (Jenkins, 2008, citado por Amador, 2019).

Sin embargo, Montalvo Castro (2012), menciona que en la escuela hace mucho tiempo que ya emplea diversos tipos de medios: presentaciones orales, textos de lectura, cuadernos de trabajo, materiales manipulativos, exámenes escritos. Pero estos han carecido de un vínculo, ya que las fracciones no están hechas para relacionarse, pueden ser información que puede complementar, pero su propósito no ha sido ese.

Por tanto, lo novedoso en la educación, no es solo el uso de diversas plataformas, soportes y canales, más bien es la *Transmedia storytelling*, término utilizado para definir la técnica narrativa basada en la creación de universos (narrativos) que se desarrollan a través de múltiples medios y plataformas, integrando experiencias.

En el mismo contexto, el estudio de Scolari, Lugo Rodríguez y Masanet (2019), titulado *Educación Transmedia. De los contenidos generados por*

*los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes* permite reconocer como la lógica transmedia favorece a los estudiantes en el desarrollo de competencias nuevas, ya que no solo se centra en el estudio del conocimiento, sino también en la producción de recursos que les permitan comunicarlos.

La experiencia transmedia en la educación no solo promueve la reflexión alrededor de los conocimientos, también posibilita generar sinergia con las historias de aprendizaje que cada estudiante tiene, pues también encuentra sentido la manera en ¿cómo se aprende?, ¿qué retos o dificultades se tienen al aprender?, ¿cómo se comunican a los demás? y ¿qué reacciones se tienen al respecto?

## 2. LA GAMIFICACIÓN COMO PROPUESTA DE FORMACIÓN

Es muy común hoy en día, oír hablar de niveles, puntos, insignias, retos y misiones en distintos ámbitos. Las nuevas generaciones viven sumergidas en plataformas y/o aplicaciones en las que participan activamente, ya sea de modo recreativo, comercial, inclusive en el ámbito laboral. Ortiz-Colón, Jordán & Agredal (2018) describen ejemplos del uso de la gamificación en diferentes ámbitos:

... por ejemplo, Nike y el ejercicio físico, mediante su aplicación Nike+, Volkswagen y su Fun Theory para combatir la seguridad vial, el sedentarismo o el cambio climático. En el mundo de las dietas, el programa Weight Watchers busca hacer de la pérdida de peso una actividad más divertida y llevadera. En el ámbito de las empresas, la consultora Deloitte Touche Tohmatsu Ltda. está incorporando elementos de los videojuegos en sus centros de trabajo. Están implementando tácticas de recompensas y competición que se suelen encontrar en el mundo de los juegos para hacer que tareas como la formación de directivos, la introducción de datos y las tormentas de ideas no parezcan tanto un trabajo.  
(p. 3)

Por su parte, Del Moral (2014, citado por Villalustre & Del Moral, 2015, p. 15) nos menciona que

la gamificación referida al nivel universitario remite a aquellas iniciativas orientadas a incrementar la motivación de los discentes a partir de la propuesta de experiencias de juego en contextos formativos,

propiciando un entorno favorable para el desarrollo de habilidades y aprendizajes de diversos tipos, minimizando el esfuerzo cognitivo que pudieran conllevar, y sobre todo buscando una mayor implicación de los sujetos a partir de un clima de competitividad y/o cooperación orientado al logro de objetivos educativos determinados, de modo semejante a como lo hacen los videojuegos.

Es conveniente describir el potencial que tiene la gamificación para el desarrollo de habilidades y actitudes positivas por medio de una metodología sistémica y en escenarios reales o simulados. Situaciones que son convenientes para el ámbito universitario, ya que no se trata solo de la asimilación de conocimientos, más bien del desarrollo de habilidades que permitan al estudiante desarrollar la toma de decisiones y el desarrollo de actitudes adecuados para un correcto desempeño profesional.

Para este estudio, la gamificación representa una estructura que da soporte a la lógica transmedia, en el que se enlazan la historia de la asignatura bajo un contexto simulado y la historia de los estudiantes, generando así experiencias de aprendizaje sinérgica.

La gamificación puede y debe ser una experiencia que sintetice, que se construya partiendo de la comprensión de que el marco en el que se desarrolle será parte de otro más amplio que lo contiene, y que en tal contexto resultará determinante generar alineación y sinergia entre los objetivos de ambos. Es por ello, que el enfoque sistémico propende, como ningún otro, a la integración de la pedagogía, la motivación, la tecnología y el juego con el fin de ofrecersoluciones más integradas a los problemas de gestión presentes en los sistemas organizacionales. (Prosperi, Sabarots & Villa, 2016, p. 92)

### 3. EL USO DE LA LÓGICA TRANSMEDIA Y LA GAMIFICACIÓN EN LA ASIGNATURA DE TEORÍA CURRICULAR

El curso de Teoría curricular es una asignatura de pregrado, que se imparte en el tercer semestre, de modalidad mixta y con una duración de 96 horas (48 presenciales y 48 no presenciales). Su competencia general es: “Utiliza críticamente la teoría curricular para analizar currículos concretos, así como las prácticas educativas que tienen lugar en las escuelas

como parte del desarrollo curricular, con el objeto de identificar los paradigmas subyacentes y los problemas derivados de estos”.

Es una asignatura, que en palabras de los estudiantes, es muy teórica, tiene mucho contenido y que requiere el reconocimiento de conceptos técnicos. Lo que provoca en ellos cierta frustración y/o estrés, al tratar que aprender los conceptos y no siempre lograr comprenderlos, ni mucho menos identificarlos en la práctica educativa.

El propósito de utilizar las metodologías de la lógica transmedia y la gamificación corresponde a diferentes fines. Por una parte, se veía la necesidad de generar una propuesta práctica de la asignatura, en la que los estudiantes experimenten situaciones que viven los profesionales que diseñan, desarrollan y evalúan el currículo. Al mismo tiempo, dichas experiencias servirían de ejemplo de los distintos tipos de currículo (operacional, oculto, nulo) que se viven en los procesos educativos.

Por otro lado, existía la intención de recuperar y dar voz a las experiencias de aprendizaje de los estudiantes. Esto requería espacios en los que el alumno se sienta en confianza no solo de comunicar lo que hace durante las actividades propuestas, sino también compartir sus emociones, formas de trabajo y la manera en la que realiza su toma de decisiones, ya sea de manera individual o grupal. Situaciones que no siempre se acostumbra en las prácticas educativas.

Un tercer interés es la generación de la sustentabilidad que pueda tener la asignatura; es decir, por un lado, establecer un equilibrio entre los recursos didácticos y las dinámicas de aprendizaje, con la finalidad de mantener un ambiente motivado y comprometido hacia el aprendizaje. Por otro, aprovechar las habilidades que los jóvenes están desarrollando por las diferentes plataformas o aplicaciones en las que participa o utiliza, siendo estas útiles para el desarrollo de recursos didácticos, casos y/o proyectos que pueden ser utilizados en futuros cursos.

Nos parecía interesante reconocer el aporte que el joven le puede ofrecer a la asignatura, no solo desde un lenguaje más jovial, sino desde las tendencias y proyecciones que tienen ellos de la práctica curricular y que se realizan en su entorno.

En la figura 1 se representa el mapa de la asignatura, en ella se describe la organización de las plataformas que forman parte del uso de la lógica transmedia, así como los elementos y el proceso gamificado, además de los diferentes productos de aprendizaje que evidencian los aprendizajes de los estudiantes.

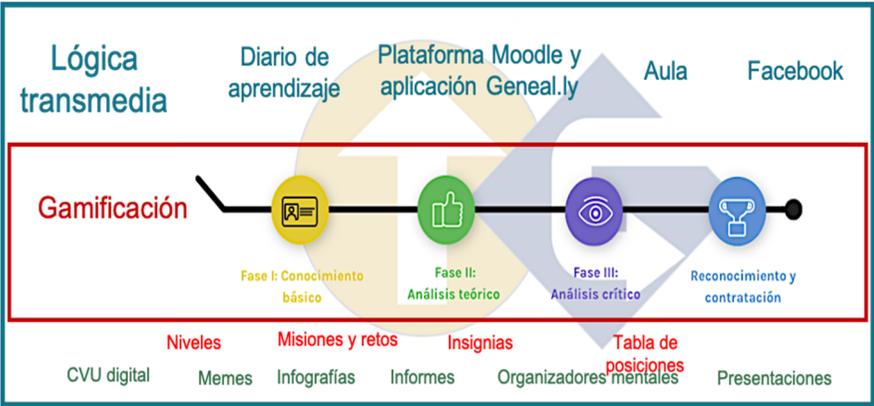


Figura 1: Mapa del uso de la lógica transmedia y la gamificación en la asignatura.  
Fuente: elaboración propia

Para el uso de la lógica transmedia se utilizan cuatro plataformas (Plataforma Moodle, diario de aprendizaje, aula, Facebook), considerando una interacción de éstas en diferentes momentos, esto permite que el estudiante no solo evidencie su conocimiento, sino también lo repase y reafirme conforme observa el trabajo de sus compañero se identifica las reacciones que tiene su trabajo en las diferentes plataformas.

La plataforma Moodle es un recurso esencial para la asignatura, ya que en ella se encuentran los recursos didácticos y materiales de lectura que son utilizados. Es el recurso que concentra la narrativa central y la dinámica gamificada, pues los distintos componentes se encuentran presentes en ella.

El curso está diseñado bajo la metodología de simulación, se presenta como una Agencia que ofrece el servicio de asesoría, planeación,

desarrollo y evaluación curricular<sup>29</sup>. En la que los estudiantes juegan el rol de ser aspirantes a pertenecer a dicho organismo. La organización anuncia la apertura de su convocatoria de reclutamiento, la cual está integrada por tres fases:

- Conocimientos básicos: en esta fase, el estudiante aprende los conceptos básicos de la asignatura, el reto consiste en evidenciar la apropiación de estos y describir porque la agencia debe contratarlo.
- Conocimientos teóricos: aquí se estudian las distintas perspectivas teóricas del currículo y a los autores clásicos del diseño curricular. En esta fase, se le propone al estudiante trabajar en equipo para analizar distintos casos y generar propuesta desde una perspectiva curricular.
- Conocimientos críticos: la última fase, consiste en trabajar de nuevo de manera individual, con la finalidad de manifestar sus opiniones o reflexiones en cuanto a la importancia del diseño curricular en temas referidos a la adaptación o modificación curricular ante situaciones de necesidades educativas, culturales, de género y/o globalización.

En la figura 2, se aprecian los componentes que contiene cada nivel. En primer lugar se encuentran las lecciones, son aquellas que contienen los recursos de lectura y audiovisuales que deberán ser estudiados por los alumnos, son elaboradas con la aplicación Geneal.ly, lo que permite que el recurso sea interactivo, atractivo y que motive al estudiante.

Un segundo componente es el reto, es aquella actividad en la que el alumno identifica conceptos o procesos vistos en la práctica educativa. Comúnmente, se presenta como estudios de casos, aprendizajes basados en problemas o mesas de trabajo.

Y por último, se encuentra el trabajo integrador, cuya finalidad es evidenciar los conocimientos y/o habilidades de manera individual o

---

<sup>29</sup> Ver presentación del curso en <https://view.genial.ly/5cffb8b6ced0980f58f6fe0d/dossier-reporting-tcintroduccion>

grupal. Los trabajos integradores suelen ser recursos, como infografías, memes, videos, organizadores gráficos y cualquier otro recurso que puede ser compartido en las redes sociales, La finalidad no solo es evidenciar los conocimientos adquiridos, sino también compartir para informar y provocar reacciones en los usuarios. Información que se lleva a las sesiones de trabajo (clases) para discutir.



Figura 2: Componentes de cada fase del calendario del curso.

Otro de los componentes de la gamificación utilizado en la plataforma del curso son las insignias, entendiendo por ellas, los distintivos que se otorgan a una persona como señal del reconocimiento por cumplir una misión o reto encomendado y/o un mérito mostrado. La figura 3 representa las insignias contempladas para el curso, para obtener cada una de ellas los estudiantes deben alcanzar ciertos aspectos, aquí la descripción:

- Aprendiz de currículo: el aspirante debe evidenciar a través de un Currículo vitae digital (CVD), conocer los conceptos básicos relacionados con el currículo.

- Ayudante de currículo: el aspirante integra un equipo e identifica en un programa los paradigmas, teorías, enfoques principios y modelos del currículo que subyace.
- Maestro en currículo: el aspirante debe identificar por medio de un documento el análisis crítico de las prácticas educativas particulares con base en los aspectos teóricos estudiados en las lecciones.
- Experto en currículo: para obtener esta insignia, el aspirante debió haber cumplido de manera sobresaliente todos los retos encomendados.



Figura 3: Representación de las insignias del curso

Por consiguiente, el logro de cada fase representa una insignia, lo que equivale al reconocimiento de la agencia y por supuesto al adquirir todas daría como consecuencia la contratación, situación que evidencia la acreditación de la asignatura. Sin embargo, las insignias obtenidas no solo representan el logro alcanzado, también son una encomienda que la agencia le otorga al estudiante. Por ejemplo, la insignia de maestro genera la responsabilidad de liderar los grupos de trabajo, la insignia de ayudante del currículo otorga el rol de gestor de recursos y el aprendiz es el encargado de realizar algunas de las tareas asignadas por los estudiantes que contengan las insignias anteriores.

Las insignias se entregan por medio de la plataforma Moodle y se publican en la página de Facebook del curso. Esta situación provocaba reacciones que eran discutidas en el aula.

El diario de aprendizaje tiene un papel importante en la lógica transmedia de esta asignatura, pues aún cuando se cuenta la historia de la agencia como la narrativa central, se desea que el estudiante también se sume por medio de la historia de aprendizaje que genera en el curso. De acuerdo con Salgado Ramírez, García Mendoza & Méndez-Cadena (2020)

este tipo de escritura se caracteriza por ser personal y constituye un material que funciona como marco para la elaboración de ejercicios frecuentes como leer, releer, reformular ideas; en este sentido se aleja de la idea de un diario íntimo que sirve para confesarse o para relatar lo oculto, por ello se acerca más a la condición de un diario de trabajo, que permite al autor reunir lo que ha experimentado a través de lo visto, lo escuchado, lo leído, con el fin de comprender su experiencia de pensamiento. (p. 2)

Entonces, al solicitarle al estudiante que cuente sus experiencias de aprendizaje por medio de una narrativa libre, permite al discente mismo ser consciente, no solo de los conocimientos aprendidos o las dificultades que tiene, también le garantiza reconocer su dinámica ante la asignatura, sus compañeros y sus propias emociones y acciones ante ello.

En este sentido, González, M. (2006) también describe que a través del diario es posible explorar la manifestación de indicadores del desarrollo académico y profesional de una persona, con un carácter abierto y sistemático, pues por medio de este recurso se expresan de manera libre las impresiones, ideas, vivencias, respecto a su quehacer académico a través de la autoobservación continua de su práctica, lo que posibilita conocer los motivos que orientan la actuación del estudiante.

De igual manera, el aula es considerada como otra de las plataformas de la lógica transmedia, ya que en ella se genera el ambiente y las condiciones para comunicar aprendizajes y experiencias, aclarar dudas y desarrollar la aplicación de los contenidos estudiados en cada lección o fase que se encuentra en la plataforma.

Para asegurar que el escenario aúlico sea un espacio para movilizar saberes, intercambiar experiencias y opiniones se recurre a la metodología de aula invertida, que en palabras de Merla González y Yáñez Encizo (2016) describen que

consiste en invertir los dos momentos que intervienen en la educación tradicional: el primer momento que corresponde a las actividades propias de la clase como la exposición de los contenidos por parte del docente y, el segundo, a la realización de las actividades fuera de la escuela, como las tareas. Es así como en el aula invertida las tareas o proyectos se concretan en el salón de clase y los contenidos temáticos son aprendidos fuera de la escuela. (p. 74)

Desde el punto de vista práctico, el aula se vuelve el lugar donde se analiza la información, se dialoga y se construye el conocimiento, se recurre a la creatividad para la creación de recursos en los que el estudiante comunique a otros sus aprendizajes.

Otra finalidad del aula en la lógica transmedia, es que en ella se regulan o se generan los vínculos con las otras plataformas. Por ejemplo, en el aula se vinculan la narrativa central que se encuentra en la plataforma, la historia de cada estudiante que se desarrolla en el diario de aprendizaje y es por medio de la discusión o diálogo que se genera en aula, que se provoca la creación de hilos de historia que se continúan en la red social Facebook.

La última plataforma utilizada en el curso es la red social Facebook<sup>30</sup>, considerando que las redes sociales son útiles para que un grupo de personas puedan potenciar su comunicación, sentirse parte de una comunidad y cooperar entre ellas en tareas comunes (Iglesias García, M. y González Díaz, C., 2014).

La finalidad fue generar un escenario que permita evidenciar la manera en la que se genera el currículo oculto y como éste favorece o no la currículo formal u operacional. Esteva y Ormart, (2010) definen el currículo oculto como

---

<sup>30</sup> Ver página Facebook en: <https://www.facebook.com/aprendamosTC>

la existencia de aprendizajes osmóticos, no explicitados (más allá del currículum formal) y/o no intencionales pero eficaces, que afectan tanto a alumnos como a docentes, y cuyo contenido son normas, creencias, costumbres, lenguajes, actitudes, valores, destrezas, conocimientos, significados, mensajes, símbolos. (p. 304)

Se consideró la página del curso como una extensión, cuyo propósito fue potenciar en el alumno la participación en el proceso de aprendizaje, así como la motivación, la interacción y la colaboración en el desarrollo e intercambio de la información que podría analizarse y/o reflexionar desde los contenidos de la asignatura.

La red social se configuró como una página pública, considerando que el uso por parte de los estudiantes, se encontraría dentro de sus prácticas diarias y estarían pendientes de intercambiar información con estudiantes de otros semestres o personas interesadas en los temas, favoreciendo la creación de hilos temáticos, además de promover las competencias mediáticas y la responsabilidad de producir información de manera responsable.

#### 4. METODOLOGÍA

Se recurre a la investigación cualitativa, siendo esta de carácter subjetivo y emergente, pues de esta manera se logra, en palabras de González Rey (2006, citado por Herrera Rodríguez, Guevara Fernández y Munster de la Rosa, 2015)

un proceso permanente, en el que se van definiendo y redefiniendo de forma constante todas las decisiones y opciones metodológicas en el propio curso de la investigación. El proceso de investigación enriquece de forma constante el modelo teórico en desarrollo que guía sus diferentes momentos. Es este modelo teórico en desarrollo el que irá a definir la introducción de nuevos instrumentos y momentos de la investigación, en dependencia de las ideas y hechos nuevos que se producen en este proceso. (p. 123)

Por otra parte, el diseño fenomenológico es útil, ya que permite al investigador buscar las descripciones de la experiencia de los sujetos que son parte de la investigación. Es resaltar y dar voz a la consciencia de los

participantes, en palabras de Aguirre-García y Jaramillo-Echeverri (2012):

En tanto la fenomenología trata con las vivencias (experiencias) de los sujetos, en esta fase se logra el acceso a ellas. Nótese que las vivencias no son meros gustos u opiniones personales; para llegar a ellas, se debió transitar un camino que implican la observación e información (de las relaciones entre objetos); la reflexión sobre estos modos en que se dan los objetos y los modos como son los objetos una vez dados; el traspaso de estos objetos intencionados a través de tres modos excelsos de la intencionalidad (creer, valorar, querer), y, finalmente, los objetos vivenciados en sus caracteres generales. Los últimos pasos constituyen el “analizar” y el “examinar”. (p. 66)

En la descripción se encuentra la experiencia del sujeto que experimenta y de esa misma manera es capaz de comunicarlo a otros. Lo que permite generar sinergias y objetivar las distintas situaciones que viven.

En el estudio participaron 36 estudiantes de tercer semestre de la licenciatura en educación, de la Facultad de Educación de la Universidad Autónoma de Yucatán, México.

Los datos recolectados se obtuvieron por medio de las siguientes técnicas: 30 diarios de aprendizaje, 180 reportes de lección, (cinco por estudiante), 60 productos relacionados con las actividades de aprendizaje (tres de manera individual y tres por equipo) 80 reportes de fase (dos parciales y uno por curso) más las interacciones y reacciones provocadas en la página de Facebook.

Los datos fueron organizados y clasificados de acuerdo con la categorización abierta, dando oportunidad al reconocimiento de conceptos, creencias y experiencias que desde la perspectiva de los estudiantes fueron relevantes durante el curso.

En cuanto a las consideraciones éticas se les solicitó a los estudiantes el uso de la información, tanto de las actividades de aprendizaje como de los diarios, siendo estos libres de entregar dicha información. Por otra parte, para resguardar el nombre de los participantes se cambiaron por seudónimos.

## 5. RESULTADOS

En los siguientes apartados se presentan los resultados obtenidos en el estudio, así como el análisis y la incorporación tanto de argumentos de los estudiantes como citas de otros autores que permitan un diálogo entre lo encontrado, la interpretación y lo que otros autores han obtenido en sus investigaciones.

### 5.1. LÓGICA TRANSMEDIA EN LA ASIGNATURA

Un primer punto de análisis corresponde al uso de la lógica transmedia en la asignatura. Para ello, se les preguntó a los estudiantes cuáles fueron las plataformas que mayor utilidad representaron en sus aprendizajes y si guardaron relación entre estas. La Tabla 1 describe la percepción de los estudiantes en cuanto al uso de las plataformas.

Criterio	No. De participantes	%
Diario del aprendizaje	2	6
Aula	2	6
Plataforma Moodle	2	6
Facebook	6	18
Todas las plataformas	21	64
Total	33	100

Tabla 1. Percepción de los estudiantes en cuanto al uso de las plataformas.  
Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior se puede apreciar que el 64 % (21) de los estudiantes considera que el uso de todas las plataformas le fueron útiles. En los comentarios de los participantes se aprecia que esta percepción se debe a la manera en la que fueron participando, ya que no se veían como un trabajo aislado el uso de una plataforma, sino que se integraba a otras actividades que se les pedían en las demás, reconociendo la integración de éstas. Así lo declara Maricela:

Durante este tiempo he podido apreciar que el contenido que se sube a la página de Facebook me ayuda a comprender mejor el contenido de la asignatura, así como también, se puede utilizar los distintos espacios en el que como estudiantes podemos apreciar la forma de pensar de nuestros compañeros, un ejemplo de ello son los memes realizados y lo que se platica en el aula.

Carlos coincide con Maricela, al mencionar: "Me encanta la idea de utilizar tanto la red social como Moodle que constantemente revisamos, pues así estamos más al pendiente de las publicaciones y comentarios que se realizan".

Esta situación permitió validar la importancia de un trabajo holístico entre las diversas plataformas y recursos didácticos que se utilizan, además de orientar a los estudiantes hacia la alfabetización mediática. En este sentido, Grandio-Pérez (2016) menciona que la educación mediática en la actualidad debe incluir nuevos enfoques que junto a cuestiones tradicionales relacionadas con el consumo crítico de medios, incluya también variables propias de la cultura digital y multiplataforma contemporánea.

Sin embargo, estas experiencias también traen en el estudiante cierta confusión, pues no todos logran comprender el porqué de los diversos escenarios de aprendizaje, así lo describe Manuel:

la información al ser demasiada y desde perspectivas diferentes (refiriéndose a las plataformas) suelen confundirme y solo indagar más en lo que realmente me cuesta comprender y es así como para mí el espacio en Facebook me ayuda como herramienta.

## 5.2. COMPORTAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES

En cuanto al comportamiento de los estudiantes en las diferentes plataformas, se puede apreciar que aumenta el compromiso y la dedicación en estas. Por ejemplo, en la Tabla 2, se describen los tiempos máximos y mínimos que los estudiantes utilizaron para participar en las lecciones de la plataforma Moodle. Esto considerando que este recurso en ocasiones solo se utiliza para descargar documentos o leer las instrucciones de las tareas.

Lecciones	Tiempo máximo	Tiempo mínimo
Lección No. 1	4:58 hrs.	2:25 hrs.
Lección No. 2	12:38 hrs.	33 min.
Lección No. 3	10:57 hrs.	1:40 min.
Lección No. 4	7:37 hrs.	20 min.
Lección No. 5	5:32 hrs.	20 min.

Tabla 2. Tiempos máximos y mínimos de los usos de la plataforma Moodle.  
Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior se puede apreciar que los tiempos de estudio dedicados por los estudiantes pueden ser variados; sin embargo, en palabras de ellos, se percibe una motivación por pasar más tiempo en la lección, debido a que son considerados como un reto de aprendizaje por la forma en la que son presentados. En palabras de Gabriela:

Pienso que las lecciones son un gran reto, a pesar de ser extensas y al contestar las preguntas finales, puedo evaluarme para darme cuenta qué es lo que no he aprendido, y a partir de ello, poder mejorar en las lecciones siguientes, pues desde mi punto de vista le he tomado mucha importancia a las lecciones, por lo tanto, han sido una oportunidad para demostrar lo que he aprendido, a pesar de los obstáculos.

El comentario de Gabriela, también permite que el estudiante descubra la jugabilidad en el curso; es decir, realice un ejercicio metacognitivo no solo de lo que ya sabe, sino también de su forma de reaccionar ante los contenidos y los saberes de sus compañeros. Mario dice al respecto: "En efecto, al usar las lecciones como un método de evaluación puedo saber si estoy reteniendo la información de las lecciones o sí me falta conceptos por aprender y contextualizar...".

Pati coincide con Mario, él dice que

son una prueba en la cual realmente puedo tener un resultado de que tanto he conseguido (refiriendo tanto del conocimiento como de sus habilidades) quedarme no solo con los conocimientos, sino también con mis actitudes y habilidades ante las tareas...

### 5.3. DESARROLLO DE LAS LECCIONES

Para el desarrollo de las lecciones se recurre a la aplicación Geneal.ly, pues por medio de ella, se diseñaron recursos que fueran interactivos y que provoquen en el estudiante la curiosidad y el enganche con el tema que se está viendo. Así lo menciona Lourdes:

Con la ayuda de las presentaciones en Geneal.ly pude comprender mejor los temas, la información se presentaba de una forma interactiva lo cual era atractivo para mí. Además, que me atrapa y quisiera ver todos los recursos que se encuentran en ella.

Ernesto coincide con Lourdes, al referir:

Desde mi punto de vista, los recursos de Genial.ly sirven como herramienta para adquirir los aprendizajes, además de que los veo entretenidos, dinámicos, esto podría deberse a que para poder extender cierta información es necesario el apretar el botón. Asimismo, considero que son una buena herramienta para ordenar la información, mediante ellos se logra que se puedan apreciar los diferentes apartados o temas que se están tratando.

En cuanto a lo anterior, Amador (2015) describe que el estudiante que participa en una experiencia transmedia y estudia bajo los escenarios mediáticos, desarrolla diversos modos de interactividad; por ejemplo, la interacción con los contenidos, siendo estos presentados por distintas plataformas y con diversos lenguajes; la interactividad con el profesor, cuyo rol se aprecia como mediador o gestor del aprendizaje. Y por último, se encuentra la interactividad con otros, siendo esta con sus compañeros de clase, con usuarios de las redes en las que interactúa y/o la comunidad experta en el tema.

### 5.4. PÁGINA DEL CURSO EN FACEBOOK

Continuando con los resultados de las plataformas, la página del curso en Facebook, no solo ayudó a que los miembros del curso participen, se fueron sumando a este ejercicio más usuarios, entre ellos estudiantes de diversos semestres, profesores y otros usuarios que con sus aportaciones y reacciones favorecieron en el desarrollo de las actividades de aprendizaje.

En la figura 4, se puede apreciar que en el inicio, aún cuando en el curso se tenían 35 estudiantes, algunos de ellos invitaron a sus compañeros y en los primeros días se comenzó con 63 usuarios, ya para el término del curso se llegó a 105. Dinámica que favoreció una interacción constante entre los participantes.



Figura 4: Número de usuarios de la página del curso en Facebook durante el curso.  
Fuente: estadísticas de la página de Facebook.

En la tabla anterior, se puede apreciar cómo gradualmente se fueron incorporando los usuarios en la página del curso en Facebook. Con relación a los participantes por género, el 72% fueron mujeres, de este porcentaje el 54% oscilaban entre los 18 y 24 años, el 13% entre 25-34 años y el 5% entre 35-44 años. En cuanto a los varones (28%), el 17% del total de ellos oscilaba entre el rango de los 18-24 años, el 6% entre el 25-34 años, 4% tenían entre 35-44 años y solo el 1% entre 45-54%.

La página representó un acierto para los estudiantes, ya que es una plataforma que se encuentra entre las actividades que practican diariamente. Así lo describe Alejandra: "Considero que fue una estrategia muy interesante, realmente me gustó pues es una aplicación que todos los estudiantes sabemos usar y eso es una ventaja. Además, las frases que se compartían y la información realmente era muy interesante".

Juan coincide con Alejandra, al mencionar: "Fue una buena estrategia, ya que si algo no quedaba claro en la clase, teníamos la oportunidad de

revisar todas las publicaciones y casi siempre encontraba la respuesta en las publicaciones que se presentaban en el face".

Entonces, la red social no solo fue interesante para los estudiantes por su conocimiento y utilidad en la vida di aria, también representaba la oportunidad de compartir y realimentar el su aprendizaje por medio de las publicaciones de sus compañeros. Mercedes afirma:

Durante este tiempo he podido apreciar que el contenido que se sube a la página de Facebook me ayuda a comprender mejor el contenido de la asignatura, así como también, se puede utilizar como un espacio en el que como estudiantes podemos apreciar la forma de pensar de nuestros compañeros.

Andrés coincide con Mercedes, al decir que la página Facebook "es útil porque puedo ver las percepciones que tienen mis demás compañeros y también me ayuda a entender y conocer más sobre lo que me qued  duda".

## 5.5. DIARIOS DE APRENDIZAJE

Es importante referir que la dinámica transmedia permite al estudiante entrar en una dinámica que no solo concentra información en distintos formatos y con diversos lenguajes, también le permite concentrarse en una historia (de la asignatura) que lo toca y le permite experimentar y reconocer su propia historia dentro de la historia central, esto es el caso de los diarios de aprendizaje. Así lo describe, Martha:

Al principio yo no sabía cómo participar, sabía que era una asignatura, pero no se habla de tareas, más bien de retos y misiones. No fue hasta la hora de realizar mi diario que me fui dando cuenta del rol que ocupaba y de lo que iba aprendiendo.

Sara  coincide con Martha, ella menciona que el diario de aprendizaje

es muy importante, yo todos los días que nos tocaba clase, escribía y luego le a. Observaba como los temas se relacionaban y las cosas que aprendía, en ocasiones, me sorprendía escribiendo información de otra asignatura que se relacionaba con lo que veíamos en teoría curricular.

Sin embargo, el diario no representa la misma oportunidad de aprendizaje para todos los estudiantes, ya que requiere de ciertas habilidades, motivación y disciplina. Así lo dice Marcos: "Eso del diario se me dificulta, ya que no tengo la costumbre y no se que escribir. Veo que algunos de mis compañeros describen lo visto en clase, pero otros redactan otras cosas, solo veo como van llenando hojas".

## 5.6. DINÁMICA DE LA GAMIFICACIÓN

En cuanto a la dinámica de gamificación, se les preguntó a los estudiantes que representaba el curso, el 90% (26) de los que contestaron describen que fue un reto al aprendizaje y algo novedoso, María lo describe de esta manera: "Fue algo completamente nuevo, que al comenzar cada tema parecía algo muy complicado, pareciera que no se podría resolver, pero al entenderlo todo era más fácil".

Jorge concuerda con María:

La asignatura es complicada pero es muy interesante. En mi caso es la primera vez que asisto a clases donde el maestro hace uso de la gamificación como método habitual en su clase, por lo cual estoy impresionado y agradecido ya que es un tema de mi interés y haber sido participe de ella es aun mas enriquecedor. Sé es algo que ayudará mucho para los siguientes semestres.

El otro 10% (4) refiere que el proceso gamificado permite que el curso se disfrute y no sea tan fastidioso, sobretodo al considerar que es una asignatura teórica. Javier menciona al respecto:

... (refiriéndose a la gamificación) nos ayuda a aprender de una manera más dinámica y eficaz. Me llama mucha la atención como siempre (refiriéndose al uso de la gamificación por el profesor) trata de hacer que nos interese en el tema, y que siempre se preocupa por nosotros y que aprendamos.

## 6. CONCLUSIONES

Los resultados permiten observar un mayor compromiso por parte de los estudiantes, al ser prosumidores de los recursos didácticos y responsable del aprendizaje de sus compañeros.

Además, el proceso gamificado favorece al generar un experiencia de jugabilidad en la que el estudiante compite consigo mismo y de manera grupal para alcanzar una meta final.

El uso de la lógica transmedia en los escenarios educativos, coadyuvan por una parte, al diversificar los diferentes recursos y formatos que se usan en las estrategias de enseñanza-aprendizaje.

Por otra parte, el desarrollo de una narrativa que guíe el curso, favorece para que el estudiante desee y ancle su historia de aprendizaje a las vivencias y conocimientos generados con sus compañeros durante el curso.

De igual forma, la gamificación es una metodología que potencia la actividad transmedia, asumiendo que por medio del avance de niveles, el cumplimiento de desafíos y la obtención de insignias se motiva y se compromete tanto al estudiante como al profesor al cumplimiento de la competencia.

## REFERENCIAS

- AGUIRRE-GARCÍA, J.C. y JARAMILLO-ECHEVERRI, L.G. (2012). Aportes del método fenomenológico a la investigación educativa. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*. No. 2, Vol. 8, 51-74. Recuperado de <https://bit.ly/3fFR6Du>
- ALBARELLO, F. (2019). *Lectura transmedia: Leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. 1ª. Buenos Aires: Ed. Ampersand.
- AMADOR, J.C. (2015). Aprendizaje transmedia en la era de la convergencia cultural interactiva. *Revista Educación Y Ciudad*, (25), 11-24. doi: <https://doi.org/10.36737/01230425.v.n25.2013.50>
- ESTEVA, P. y ORMART, E.B. (2010). Curriculum oculto en contextos universitarios: análisis centrado en latransmisión implícita de valores. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <https://bit.ly/2ZyYZFo>
- GONZÁLEZ MAURA, V. (2006). El diario como instrumento de diagnóstico y estimulación del desarrollo profesional del profesorado. *Revista Iberoamericana De Educación*, 38(2), 1-15. doi: <https://doi.org/10.35362/rie3822663>
- GRANDIO-PÉREZ, M.M. (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra Clave*, 19(1), 85-104. doi: 10.5294/pacla.2016.19.1.4
- HERRERA RODRÍGUEZ, J.I., Guevara Fernández, G.E. y Munster de la Rosa, H. (2015). Los diseños y estrategias para los estudios cualitativos. Un acercamiento teórico-metodológico. *Gaceta Médica Espirituana*, 17(2), 120-134. Recuperado de <https://bit.ly/3hcVvDb>
- IGLESIAS GARCÍA, M. y GONZÁLEZ DÍAZ, C. (2014). Facebook como herramienta educativa en el contexto universitario. *Historia y Comunicación Social*, 19, 379-391. doi: [https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45606](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45606)

- MERLA GONZÁLEZ, A.E. y YÁÑEZ ENCIZO, C.E. (2016) El aula invertida como estrategia para la mejora del rendimiento académico. *Revista Mexicana de Bachillerato a Distancia*, número 16, año 8, 68-78.  
Recuperado de <https://bit.ly/2CEFYrR>
- MONTALVO CASTRO, J. (2012) *Narrativa transmedia y educación ambiental infantil. Principios creativos y pautas metodológicas*. Conference: 14° Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.  
Recuperado de <https://bit.ly/3olWoPu>
- ORTIZ-COLÓN, A.M., JORDÁN, J. y AGREDAL, M. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educação e Pesquisa*, 44. doi: <https://doi.org/10.1590/s1678-4634201844173773>
- PRÓSPERI, C., SABAROTS, G. y VILLA, M. (2016). “Uso de la gamificación para el logro de una gestión empresarial integrado”. *Revista Perspectivas de las Ciencias Económicas y Jurídicas*. Vol. 6, N°2, 83-97.  
doi: <http://dx.doi.org/10.19137/perspectivas-2016-v6n2a05>
- SALGADO RAMÍREZ, A., GARCÍA MENDOZA, L.Y., y Méndez-Cadena, M.E. (2020). La experiencia del estudiantado mediante el uso del diario. ¿Una estrategia para la metacognición? *Revista Educación*, 44(1), 1-34.  
doi: [10.15517/REVEDU.V44I1.38291](https://doi.org/10.15517/REVEDU.V44I1.38291)
- SCOLARI, C.A., LUGO RODRÍGUEZ, N. y MASANET, M.J. (2019): “Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 116- 132. doi: [10.4185/RLCS-2019-1324](https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1324)
- VILLALUSTRE, L. y DEL MORAL M.E. (2015). Gamificación: Estrategia para optimizar el proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias en contextos universitarios. *Digital Education Review*, No 27.  
Recuperado de <https://bit.ly/394JhEZ>

## EL LORE EN LOS VIDEOJUEGOS. UNA FORMA DE ESTIMULAR LA MOTIVACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN EDUCACIÓN SUPERIOR

---

DR. FERNANDO MARTÍNEZ LÓPEZ  
*Universidad Alfonso X el Sabio, España*

DR. RAFAEL Jaén POZO  
*Universidad Rey Juan Carlos, España*

### RESUMEN

El presente trabajo ofrece una orientación para la realización de programas formativos en enseñanza superior que puedan adaptarse tanto a las exigencias tecnológicas como a las necesidades actuales de los estudiantes.

Se parte del hecho de que el proceso de transformación actual puede considerarse como una revolución en la que se produce un cambio de paradigma tecnológico y por tanto los planes docentes deben adaptarse a esta nueva situación para resolver los nuevos problemas que se plantean.

Para establecer las bases de creación de los nuevos modelos educativos, este estudio toma como referencia el concepto de Lore, que viene de un fenómeno fuertemente implicado en el nuevo paradigma tecnológico como es el de los videojuegos.

La metodología utilizada ha sido una investigación-acción basada en la publicación de material académico complementario en la red social Instagram. Se establecieron dos ciclos de publicaciones, uno de ellos se realizó mientras se estaba impartiendo la asignatura y el otro hasta que finalizase el curso académico. El 80% de los estudiantes visualizaron y/o interactuaron con las diferentes publicaciones, de los cuales el 50% lo hicieron en un tiempo inferior a 15 minutos desde la subida del contenido.

Estos resultados demuestran como la construcción de herramientas que favorezcan el desarrollo del Lore de una asignatura, estimula el interés de los estudiantes que investigan, interactúan y amplían sus conocimientos sin necesidad de que exista posteriormente una recompensa en forma de calificación.

### PALABRAS CLAVE

Innovación Educativa en Marketing, Instagram, Lore, Redes Sociales, Videojuegos.



## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años del siglo XX se puso en marcha un proceso de transformación de la sociedad que en poco tiempo modifica la estructura de las relaciones entre los individuos que la componen. Esta transformación es considerada como una de las grandes revoluciones de la historia debido en parte a la velocidad de su expansión y en parte a la magnitud de los efectos que produce en la estructura básica de la sociedad.

Se trata de una revolución tecnológica, basada en las tecnologías de la información y que afecta al conjunto de la sociedad, tanto a las actividades como al conjunto de relaciones que configuran nuestro entorno (Castells, 1997). Tanto es así que hoy día puede afirmarse que se ha producido un cambio de paradigma tecnológico y que es este nuevo paradigma el que aporta nuevos modelos de problemas y soluciones a la comunidad.

La innovación tecnológica actual determina casi todos los ámbitos de nuestra vida y no hay duda de que han generado un nuevo entorno material y cultural, sin embargo, para muchos investigadores, esto no ha hecho más que empezar. La sociedad se encuentra inmersa en un proceso donde las tecnologías están pasando de ser herramientas para realizar tareas rutinarias a ser capaces de resolver problemas de forma autónoma y de tomar decisiones (Garrote, Arenas y Jiménez-Fernández, 2018; Rodríguez et al., 2020).

La revolución tecnológica actual no solo implica la utilización de nuevas tecnologías para la solución de problemas, sino que en el más estricto sentido kuhniano, puede hablarse de nuevo paradigma, porque a partir de éste se generan nuevas soluciones para nuevos problemas (Kuhn, 1975).

Es cierto que el cambio de paradigma tecnológico tiene una repercusión inmediata en las estructuras económicas de la sociedad, afectando al funcionamiento de las empresas y al comportamiento de los consumidores. Pero la revolución tecnológica es sobre todo una revolución de carácter cultural, un proceso de transformación social. En esta investigación se pretende hacer comprender el papel de la educación superior en todo este proceso.

Desde hace ya varias décadas es conocida la importancia de los recursos tecnológicos aplicados a la enseñanza, recursos como incluir en las aulas actividades de gamificación, o la aplicación de sistemas como el “Flipped Classroom” o el “Just in time teaching” o el uso de las redes sociales con fines formativos son sobradamente conocidos (Jaén y Martínez-López, 2020).

Pero no se trata de aplicar recursos para el desempeño del alumno en la sociedad, sino para que los estudiantes contribuyan a su transformación (Farías, 2010).

El paradigma tecnológico no se consolidará mientras que la aplicación de las TIC a la formación superior se limite a la dotación de ordenadores o de recursos para permitir y mejorar las conexiones a internet, o mientras que los estudiantes lo perciban como herramientas que les serán de utilidad para acceder al mercado de trabajo (Gómez, 2011). Estos recursos deberían formar parte de los procesos formativos para aumentar el grado de involucración de la comunidad educativa, contribuyendo al incremento de la calidad de la enseñanza (Guzmán y Aguilar, 2016).

Cuando entre los objetivos de esta investigación se apunta a la estimulación del interés del estudiante no se trata de captar su atención en un determinado proyecto o asignatura, sino de utilizar recursos que contribuyan a que el alumno se sienta parte activa de ese proyecto, contribuyendo al desarrollo de este.

En el terreno social, es esto precisamente lo que puede entenderse por cultura, es decir, el conjunto de todas las formas y expresiones de una sociedad determinada (Unesco, 1982). La cultura por tanto incluye todas las costumbres, tradiciones, prácticas, códigos de conducta, nuestra manera de ser, de vestirnos, también nuestras supersticiones, nuestros ritos, las creencias y determina nuestra manera de ser constituyendo la base y la razón de ser de la sociedad. Según la Unesco (1982) “la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos”.

La sociedad es el conjunto de individuos que comparten cultura y que se relacionan entre si dando lugar a una comunidad, por eso los

conceptos de cultura y sociedad están estrechamente relacionados, de tal manera que no podría darse la una sin la otra.

En definitiva, la cultura es aquello que confiere al individuo la condición de pertenencia a un grupo determinado. Sería aquello que une a los miembros de una comunidad y los diferencia de los de otros pueblos.

Por todo, ello resulta conveniente incidir en que el objetivo en un proyecto educativo no debe limitarse a utilizar las tecnologías para captar la atención del alumno sino estimular su interés ofreciéndole un conjunto de elementos que lo vinculen al proyecto y al conjunto de individuos e instituciones que participan en él.

¿Podría generarse en el ámbito de una asignatura este sentimiento de pertenencia? ¿Se podría crear una “cultura” que vincule a los estudiantes de una materia, permitiendo incluso a éstos participar en su desarrollo?

Desde el terreno de la sociología es posible ver como la aplicación de la tecnología puede crear culturas virtuales (Serrano y Argemí, 2006).

El ejemplo más cercano puede encontrarse en el campo de los videojuegos, industria que en España en 2018 atrajo a 16,8 millones de usuarios, lo que supone que el 47% de la población entre 6 y 64 años y el 60% de la franja entre 15 y 24 años jugaron a algún videojuego. Otro dato significativo es que la media que los españoles dedican a los videojuegos es de 6,2 horas semanales (AEVI, 2019).

Los videojuegos cumplían en su inicio una única función que era la de entretenimiento, no tenían un argumento ni una trama definida. Consistían en una relación entre los jugadores y unos avatares, no existía aun un transfondo, una historia que diera coherencia al juego y estableciera un vínculo con el jugador, el cual conocía unas reglas de carácter funcional que le permitían superar el objetivo básico, pero el contexto no tenía importancia y en ningún caso condicionaba el papel del jugador ni el proceso del juego (Ruiz García, 2014).

Estos elementos que conforman el transfondo del juego y que serían el conjunto de historias, datos, personajes, representaciones, argumentos, etc. que dan coherencia al juego y conforman el universo representado en el mismo, constituyen lo que se denomina en argot de videojuegos,

Lore (Restrepo, 2018), término que puede traducirse del inglés como tradición, costumbre, sabiduría popular (Martínez-López y Jaén, 2020), conceptos vinculados al de cultura.

Lo particular del Lore aplicado a los videojuegos es que todo ese conjunto de elementos que da soporte al juego, y que en muchos casos constituye su razón de ser, es aportado en parte por los creadores del juego, pero en gran medida también por las aportaciones de los jugadores, aportaciones que en muchos casos no son de jugadores individuales, sino que proceden de la comunidad, es decir, de comunicaciones entre jugadores.

No hay duda de que el Lore constituye una verdadera cultura en el ámbito de los videojuegos, o por lo menos puede afirmarse que el Lore para los videojuegos es equivalente a la cultura para la sociedad.

En todos los videojuegos hay Lore, incluso en los primeros, aunque en éstos el Lore era algo secundario que tenía como utilidad informar al jugador sobre el objetivo básico a lograr.

Teniendo en cuenta entre otros factores la repercusión y el interés que producen los videojuegos entre los más jóvenes, resulta lógico tratar de aplicar elementos propios de este ámbito al diseño de planes docentes.

La enseñanza universitaria clásica podría compararse con el inicio de los videojuegos en cuanto al Lore se refiere. En la enseñanza clásica el alumno debe seguir unos procedimientos (programas, bibliografía, clases, exámenes, etc.). Siguiendo esas pautas puede lograr los objetivos que persigue en la asignatura. Por supuesto, además de los elementos mencionados, en la asignatura existirá también un transfondo: “historias” sobre la asignatura, ritual del profesor, anécdotas, etc. Pero estos elementos serían secundarios, son en su mayor parte introducidos involuntariamente y no constituyen herramientas para que el alumno contribuya al desarrollo de la asignatura, por tanto, como ocurría en los primeros videojuegos, este Lore no condiciona la participación del estudiante ni el desarrollo de la asignatura.

Como ocurre en los videojuegos, todas las asignaturas tienen su Lore, el objetivo del docente sería determinar que elementos del transfondo

actual son aprovechables y diseñar una metodología para enriquecer la asignatura creando junto a los estudiantes un “universo” que aporte coherencia y genere interés por parte del alumno.

La función del profesor sería también mostrar el Lore de la asignatura al alumno, haciéndole ver que ésta es mucho más que un conjunto de medidas para aprobar. Efectivamente, al igual que en los videojuegos el desconocimiento del Lore no impide jugar, en la asignatura el desconocimiento del transfondo no impide conseguir los objetivos básicos, pero en ambos casos desconocer el Lore significaría perderse el verdadero sentido del juego o de la asignatura.

Los videojuegos actuales generan el Lore de manera consciente y tratan de que el jugador profundice en el mismo y que cada individuo tenga una experiencia completamente distinta a la de los demás, basada en el grado de implicación que cada uno alcanza.

A través del Lore el jugador se convierte en creador, por un lado, en el desarrollo del juego ya que sus decisiones marcarán el curso de la narración y por otro lado a través de la interacción con otros jugadores o con los propios desarrolladores. A partir de esta comunicación se generan más historias y se enriquece el Lore.

Es posible definir el Lore como la gran historia del videojuego (Restrepo, 2018), pero como se ha tratado en este trabajo, en el Lore puede distinguirse una parte visible compuesta por los aspectos más evidentes de la historia, principalmente por aquellos que son necesarios para cumplir los objetivos básicos del juego y otra parte del Lore, que se puede denominar escondida y que comprendería todo el transfondo que aporta sentido al juego y que permite al jugador tener una experiencia personal y profundizar en el universo del juego.

Aarseth (1997) distingue entre el Lore Canónico y el Fandom, siendo el primero el conjunto de elementos del juego procedentes de los desarrolladores. Fuera del Lore canónico está el Fandom, que incluye los contenidos creados por el jugador a partir del Lore Canónico y las experiencias de los jugadores (Micro Lore). Estos contenidos suelen ser divulgados en blogs o a través de las redes sociales.

Con todos estos elementos se tiene la materia prima para diseñar asignaturas que aporten experiencias a los estudiantes, experiencias que a su vez van a integrarse en el Lore general dando mayor coherencia y profundidad a los planes de estudio.

El docente tendría que diseñar el Lore canónico, seleccionando recursos, tecnologías, y actividades que permitan cumplir los objetivos básicos (Lore visible) pero tratando de orientarlo hacia la parte escondida del Lore, que ofrecería otra dimensión de la asignatura, por ejemplo, la adquisición de competencias.

Por otro lado, deberá establecer mecanismos para recoger las experiencias personales del alumno con la asignatura, de tal manera que sus aportaciones influyan en el Lore general, por ejemplo, actualizando recursos o apoyando la creatividad.

Finalmente, también debería ofrecer los recursos para que los estudiantes comuniquen impresiones o compartan experiencias a través de foros, de las redes sociales, o incluso participando en congresos o encuentros profesionales.

En definitiva, ciertamente, nuestro entorno se encuentra en un proceso de transformación generado por la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Esta transformación supone una revolución, ya que se produce un profundo cambio en la estructura socioeconómica de las comunidades afectadas, y como en toda revolución se produce el remplazo de un paradigma por otro.

El nuevo paradigma es el paradigma tecnológico y según Castell, podría contribuir en la organización de la transformación tecnológica actual en su relación con la economía y la sociedad (Castell, 1997).

En educación el paradigma tecnológico exige nuevos modelos formativos para dar explicación a los nuevos problemas para los que esta revolución va a buscar respuestas.

Tomando como base la repercusión de los videojuegos en la juventud, se propone para la creación de proyectos formativos, tomar elementos de la estructura de los videojuegos, concretamente el concepto de Lore.

Se ha explicado, ampliamente, a lo largo de este trabajo tanto el concepto de Lore como su papel en el videojuego. Se ha tratado también de aplicar este concepto en la planificación de las asignaturas de un plan formativo y de explicar los roles que desempeñarían docentes y estudiantes en este nuevo modelo.

Esta introducción concluye tratando de diferenciar las distintas divisiones de Lore que aparecen a lo largo de esta investigación. La mayor parte de éstas tienen como referencia la obra de Aarseth (1997) que, recordemos, partía del concepto de Lore general, que incluía, por un lado, el Lore Canónico y el Micro Lore y por otro lado el Fandom. Pero en este trabajo se alude a otra división del Lore que distingue en éste una parte visible, que en un proyecto formativo estaría formado por aquellos elementos y recursos que se consideran necesarios para que se cumplan los objetivos básicos de la asignatura y por otro lado una parte oculta donde se concentran aquellos recursos que contribuyen a que el estudiante profundice en los contenidos y en la narrativa de la asignatura, y enriquezca el Lore general con su experiencia personal y con su contribución mediante la creación libre de contenidos.

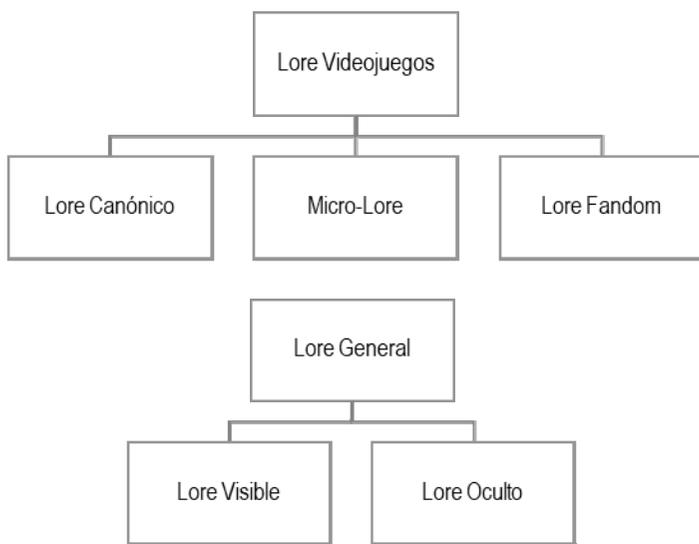
En relación con la estructura de Aarseth, no sería correcto entender que el Lore visible se corresponde con el Lore canónico y el Lore oculto con el Micro Lore y el Lore Fandom.

Tanto en la parte visible como en la oculta pueden encontrarse elementos pertenecientes a todas las categorías del modelo de Aarseth, porque la diferencia entre Lore visible y oculto depende exclusivamente de los recursos y actividades que el docente considere necesarios para conseguir los objetivos elementales de la asignatura.

El Lore oculto enriquece la asignatura, trata de potenciar la experiencia personal del estudiante con la asignatura y que esa experiencia trascienda fuera del aula ampliando el espacio formativo, no se considera como obligatorio para superar la asignatura, de tal manera que gran parte de

las tareas y actividades que componen esta parte del Lore no tienen peso en la evaluación de la materia.

Figura 1. Estructura de Aarseth en relación con la propuesta para educación superior



Fuente: Elaboración propia.

## 2. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo el Lore puede estimular el interés del estudiante de educación superior por la materia que estudia (Butler, 2014).

Los objetivos secundarios que se plantean son los siguientes:

- Revisar el estado del arte en relación con el concepto de Lore y ofrecer una propuesta clarificadora del mismo.
- Se busca conectar el uso de las redes sociales con el aprendizaje autónomo del estudiante (Douglas et al., 2019).

## 3. MÉTODOLÓGÍA

Para conseguir el objetivo principal se plantea una investigación-acción que se considera la metodología más adecuada (Bisquerra, 2004;

Latorre, 2007; Colmenares, 2012; McNiff, 2016). Latorre (2007) establece que este método de investigación se dirige a transformar la educación. Se consigue gracias a la observación de los agentes de la acción y se mejora, a través de la vinculación entre estos y el cambio planteado.

La investigación-acción ayuda a la mejora del profesorado en sus actividades docentes dándoles la posibilidad de revisarlas en función de las evidencias alcanzadas. Debido a la novedad del objeto de estudio de este estudio se considera esta investigación como una de las más adecuadas, gracias a la adaptabilidad que permite al docente.

De las tres visiones de la investigación-acción que suelen establecer los diferentes expertos (Latorre, 2007), técnica (Lewin, 1946), crítica emancipadora (Carr y Kemmis, 1988) y práctica (Elliot, 1990; Stenhouse, 1987), esta investigación se apoya en la práctica. Ésta es la que confiere el papel principal y de forma autónoma al docente. Será este el que elija los problemas de investigación y ejerza la supervisión del proyecto.

Igualmente, se opta por esta metodología porque entre sus objetivos se encuentra mejorar e interesar. Por un lado, mejorar en las prácticas docentes por aquellos que las realizan, y, por otro lado, estimular el interés sobre los que se realiza la acción (Carr y Kemmis, 1988).

Este método científico desde sus inicios fue concebido como una espiral de ciclos constituidos por la investigación y la acción. De esta forma, un proceso investigación-acción tipo está compuesto por las siguientes etapas: planificar, actuar, observar y reflexionar. La posibilidad de establecer un ciclo y poder rectificar después es lo que ha decantado finalmente la elección de esta metodología. Se ha seguido el modelo planteado por Lewin (1946): idea inicial, plan general, evaluación, plan rectificado, evaluación.

La población objeto de estudio son los estudiantes de educación superior del área de conocimiento de economía y empresa. Se elije los estudiantes de la materia de Distribución y Logística, de carácter obligatoria del tercer curso, del Grado en Dirección Comercial y Marketing, y, de carácter optativadel cuarto curso, del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Alfonso X el Sabio en Madrid, durante el curso académico 2019-2020.

La acción que se plantea para alcanzar el objetivo principal y el secundario consiste en un ciclo de publicaciones de contenido complementario a la asignatura, indicada anteriormente, a través de las redes sociales.

La red social elegida es Instagram ya que es la que presenta un mayor uso entre la población objeto de estudio como indica el Interactive Advertising Bureau (2019). Además, la potencia visual de esta herramienta digital se adecua al contenido de la materia que se desea compartir (Sánchez-Cabrero, Martínez-López y Euán-Ramírez, 2020).

Para la realización de esta acción es necesario crear un perfil en Instagram, @fernando.martinez.lopez. Igualmente, se considera importante conocer el uso de esta red social y de aquellas herramientas que ayuden a que el planteamiento de las diferentes publicaciones sean lo más realistas posibles para que resulten atractivas a los estudiantes. Con este motivo, se usan entre otras herramientas: Canva, CanvaStories, Imovie, Layout Instagram, Adobe Spark, Instagram Stories, Mojo y Pixabay. Cada una de ellas ayudan a que los montajes sean de mayor calidad.

La acción se temporaliza en el mes de octubre de 2019 durante la primera quincena coincidiendo con uno de los temas del curso más visuales como es el marketing en el punto de venta.

Se planifican cuatro publicaciones que coincidan en el tiempo con la explicación de los temas que describen los conceptos de fachada y escaparate dentro del marketing en el punto de venta dentro de la distribución comercial.

Las publicaciones se planifican para subirse a la red de forma diaria la primera semana en los días lectivos y el domingo del final de la primera semana. Una última publicación al final de todo el proceso.

Finalmente, se plantean dos ciclos, un ciclo inicial en el que se pretende conocer cómo es la respuesta e interacción de los estudiantes con la iniciativa, y un segundo ciclo, una vez finalizada la materia, que servirá para consolidar la importancia que tiene el Lore en el aprendizaje.

El segundo ciclo se planifica con una publicación mensual con material complementario sobre lo estudiado hasta la finalización del curso

académico 2019-2020, es decir, la última publicación será en agosto de 2020. Es una investigación en curso que aún no ha concluido.

Además, se plantea una periodicidad mensual para no cansar o saturar a los estudiantes con un contenido no habitual al revisado por ellos. Las publicaciones se subiran a la red en domingo durante la primera quincena del mes siempre que sea posible.

#### 4. RESULTADOS

A continuación, se describen los resultados conseguidos en esta investigación que vienen ordenados en relación con el ciclo al que pertenecen.

Al primer ciclo de la acción corresponden las siguientes publicaciones:

- Publicación del ocho de octubre de 2019.
- Publicación del nueve de octubre de 2019.
- Publicación del once de octubre de 2019.
- Publicación del trece de octubre de 2019.

Al segundo ciclo de la acción corresponden las siguientes publicaciones:

- Publicación del nueve de febrero de 2020.
- Publicación del uno de marzo de 2020.
- Publicación del quince de marzo de 2020.
- Publicación del doce de mayo de 2020.
- Publicación del veintuno de junio de 2020.

##### 4.1. PRIMER CICLO: INTERACCIÓN DURANTE LA ASIGNATURA

La primera publicación es del ocho de octubre de 2019, se muestra una imagen estática de la fachada de un restaurante japonés. Se elige esta porque tiene elementos que pueden generar interés debido a ser muy diferentes a los de la cultura occidental. Se anima a que comenten la fotografía (véase Figura 2).

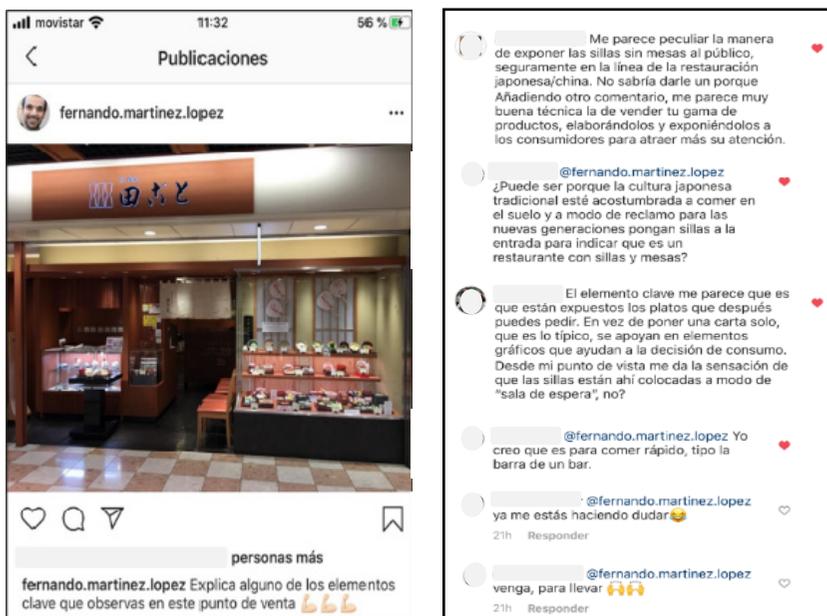


Figura 2: Publicación 1 en Instagram del Restaurante Tagoto, Kioto (2019)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

Esta publicación tiene una respuesta del 60% de los estudiantes en una primera instancia, mientras que en la segunda llega al 90% incluyendo diferentes comentarios. Destacar que los estudiantes escriben reflexiones sobre la imagen sin tener conocimientos previos estudiados durante el curso.

Las reflexiones que plantean los estudiantes giran alrededor de la iluminación que tiene la fachada del establecimiento, la disposición de la comida en el escaparate y la colocación de las sillas. Hay que indicar que la primera participación condiciona parte del resto de interacciones ya que plantea varias opciones para el uso de las sillas que se ven en la entrada del restaurante. El debate entorno a la funcionalidad de estas sillas se resuelve en el aula y posteriormente en la publicación.

Para la segunda publicación, nueve de octubre de 2019, se explora la funcionalidad del espacio para crear historias que hay en el perfil creado en Instagram. Entre las diferentes opciones que ofrece destacan las siguientes: aquello que se muestra está visible solamente 24 horas, las

publicaciones que se realizan pueden tener diferentes animaciones que las hace más atractivas que una publicación normal y además facilita que los espectadores interactúen a través de encuestas y cuestionarios.

En esta ocasión, y tras aprender que en la anterior imagen lo que más llamó la atención fue la forma de mostrar la comida en el escaparate, se publica un montaje con dos fotografías. Una es la comida falsa y la otra la comida real. Se aprovecha las posibilidades de interacción que da la herramienta para crear una encuesta que consiste en descubrir cuál es la imagen con la comida real (véase Figura 3).



Figura 3: Publicación 02 en historias de Instagram, ¿Cuál es la comida real? (2019)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

Esta historia es repondida por el 70% de los estudiantes. La interacción fue muy rápida, provocada por el formato historias que tiene fecha de caducidad. En menos de dos horas ya habían contestado todos.

Este tipo de publicación provoca una nueva situación en el aula que consiste en que varios estudiantes solicitan que se resuelva la pregunta planteada porque les suscita mucha curiosidad saber si han acertado o no. Se consulta a los estudiantes que no han participado por qué ha sido e indican que es principalmente al miedo a hacerlo mal. Se les recuerda que esto no tiene evaluación y que es un complemento a la asignatura, es completamente voluntario.

Otra consecuencia de esta publicación está en la petición de que se repita el formato. El carácter lúdico de juego de la publicación provoca una respuesta más emocional y genera un mayor vínculo con el contenido de la materia.

La tercera publicación, once de octubre de 2019, utiliza la funcionalidad historias de la aplicación. Esta opción tiene como ventaja a una imagen estática publicada en el muro que se puede conocer las visualizaciones que se tiene. En una publicación en el muro salvo que sea un vídeo solo se conoce el número de Me Gusta que se le dan a la imagen y/o los comentarios que se realicen.

Después de observar las reacciones de los estudiantes con la segunda publicación, para esta publicación se decide preparar una infografía que se relaciona con los comentarios ya realizados con el objetivo de ir construyendo un arco de comunicación complementario al que se trabaja dentro del aula o a través del campus virtual de la asignatura. Esto fomenta la construcción de un Lore más amplio de la materia a través del Lore oculto. La infografía se realiza con la herramienta digital Canva (véase Figura 4).



## LIMPIEZA

La fachada de un establecimiento siempre debe de estar limpia. Aunque parezca algo obvio, si paseas por la ciudad te sorprenderá el número de puntos de venta que se descuidan en este aspecto.

## RÓTULO IDENTIFICATIVO

El rótulo nos ayude a identificar la marca, el tipo de establecimiento y la actividad a la que se dedica. Nos ayudará a reconocerlo como nuestro lugar de compra.



Figura 4: Publicación 03 en historias en Instagram. Infografía (2019)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

Esta publicación tiene una mayor respuesta que la anterior, el 80% de los estudiantes de la materiala visualizan. Además, una vez terminadas las 24 horas de duración de la historia, se crea una imagen estática para que no pierdan la información. El 20% de los estudiantes, aunque ya han interactuado con la historia, también lo hacen con la imagen estática dándole un Me Gusta.

La cuarta publicación, trece de octubre de 2019, es la última del primer ciclo. El contenido se centra en resumir lo tratado en las tres publicaciones anteriores y en comprobar si éste se retiene sin necesidad de una

evaluación formal en el marco de la asignatura. Se crea una historia que combina la opción de cuestionario y encuesta dado la respuesta positiva por parte de los estudiantes y su petición expresa para realizarlo de esta forma.

Por un lado, se crea un cuestionario relacionado con la infografía planteada en la tercera publicación y, por otro lado, una encuesta donde demuestren de forma práctica el contenido de la infografía (véase Figura 5).

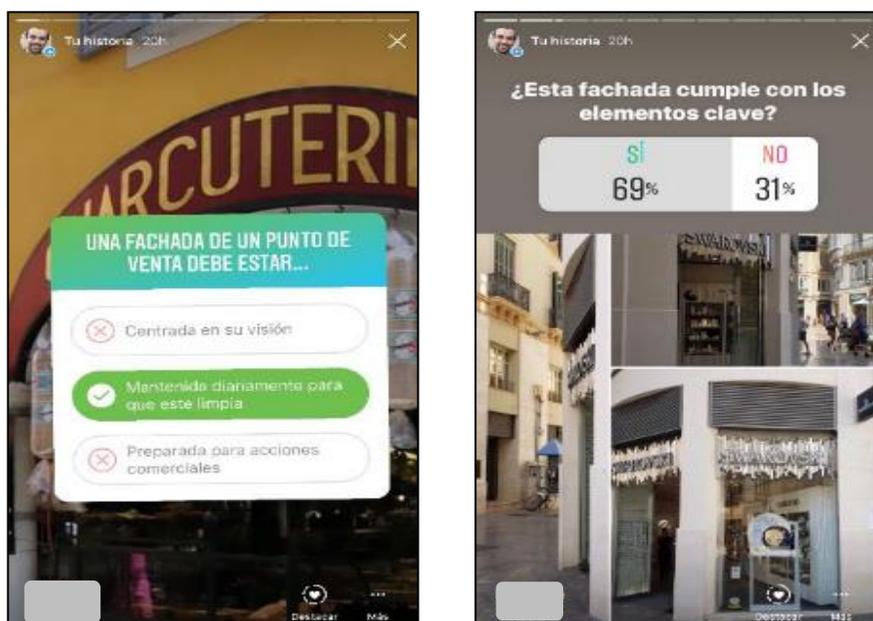


Figura 5: Publicación 04 en historias. Cuestionario y encuesta aplicación práctica (2019)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

Esta cuarta publicación se hace en domingo en la franja de la tarde ya que según indica IAB (2019) es la mejor hora para que se visualice por los usuarios de Instagram.

La historia es visualizada por el 90% de los estudiantes y tanto el cuestionario como la encuesta es realizada por el 80%. Sirvió de estímulo para la siguiente hora de clase presencial que hubo, ya que todos quisieron revisar sus resultados y saber en qué habían fallado.

#### 4.2. SEGUNDO CICLO: INTERACCIÓN TRAS FINALIZAR LA ASIGNATURA

El contenido de las publicaciones del segundo ciclo se centra en compartir imágenes de acciones de marketing en el punto de venta tanto estudiadas como no estudiadas durante la duración de la asignatura.

La primera publicación de este ciclo es del nueve de febrero de 2020. Se aprovecha la función historias de Instagram para presentarles una serie de fachadas curiosas de Madrid capital. Las fotos se complementan con comentarios sobre las fachadas y diferentes animaciones para hacer más atractiva la historia (véase Figura 6).



Figura 6: Publicación 05 en historias. Secuencia animada de fachadas curiosas (2019)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

La respuesta que tiene esta publicación es del 80% de los estudiantes de la materia. Además, el 30% indican de forma espontánea su gusto por la historia con emoticonos de palmadas o corazones. Aunque la materia ya ha finalizado y las notas están publicadas la mayoría de los estudiantes siguen interactuando con el material presentado.

En la publicación del uno de marzo de 2020 se sigue utilizando la función historias de Instagram. En esta ocasión se realiza un montaje con fotografía y vídeo de una acción interior de marketing donde se puede visionar el recorrido que haría un cliente dentro del punto de venta. Se usa la aplicación digital Mojo para la realización del montaje a través de una de sus plantillas (véase Figura 7).



Figura 7: Publicación 06 en historias.  
Montaje vídeos y fotos interior punto de venta (2020)  
Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

Los estudiantes de la materia siguen respondiendo de una manera constante aun habiendo ya pasado un mes desde la finalización de la asignatura. Vuelven a visualizar la historia el 80% de los estudiantes. En esta ocasión, un 20% manifiestan espontáneamente su gusto por la publicación a través de los emoticonos indicados anteriormente.

En la anterior publicación, algún estudiante escribe por el correo interno de Instagram indicando su gusto por el uso de la plantilla animada y la profesionalización de las publicaciones. Por ello, en la publicación del quince de marzo de 2020 se decide mantener la misma estructura de publicación para la historia.

Aunque inicialmente en este segundo ciclo se plantea una publicación mensual, la participación de la universidad en la celebración de la Feria Aula de universidades da la oportunidad de mostrar diferentes conceptos de marketing, estudiados en la asignatura en un punto de venta, aplicados a un stand de información en un evento de gran magnitud y repercusión.

Se vuelve a preparar un montaje que agrupe imágenes y vídeo. Se utiliza de nuevo la aplicación Mojo para su realización. En esta ocasión, además, se le pone música a la historia.

La respuesta por parte de los estudiantes vuelve a ser la misma, ya que visualizan la historia el 80%. Sin embargo, el porcentaje que manifiestan su gusto por la historia sube hasta el 50%, probablemente, motivado por su identificación con el stand de la universidad y su sentimiento de pertenencia.

Durante el mes de abril no se realiza ninguna publicación ya que coincide con el confinamiento provocado por la pandemia del Covid-19 y los investigadores de la presente investigación debieron atender situaciones personales y profesionales de diversa índole. Una vez recuperada cierta normalidad se sigue con la investigación.

De todas formas, este hecho no afecta al número de publicaciones planteadas porque durante el mes de marzo se realizó un más de las programadas que en número sirve para suplir la del mes de abril.

Dada la situación de confinamiento, para la publicación del doce de mayo de 2020, se recurre a material antiguo como en las publicaciones del primer ciclo. Se vuelven a utilizar imágenes que contrasten con nuestra cultura y generen genuino interés en sí mismas. Se mantiene la misma estructura que en la publicación del quince de marzo: plantilla, composición y música.

Los estudiantes siguen interesándose por unas historias ya alejadas en tres meses de la materia donde estudiaron este contenido. El 80% visualiza la nueva historia. El 20% interactúa de forma espontánea demostrando su gusto por la misma.

En la publicación del veintiuno de junio de 2020 se decide cambiar la plantilla para ver si el cambio despierta interés en ese 20% que sigue sin visualizar las historias publicadas. Se utiliza la aplicación digital Adobe Spark para el montaje. Además, se acompaña a la historia de una publicación estática en el muro con el fin de estimular la interacción.

El resultado es un 85% de visualizaciones y un 25% de interacciones en la imagen estática. Hay un repunte en relación con las publicaciones anteriores. También cambia respecto a las anteriores que el gusto se manifiesta en la fotografía del muro y no en la historia (véase Figura 8).

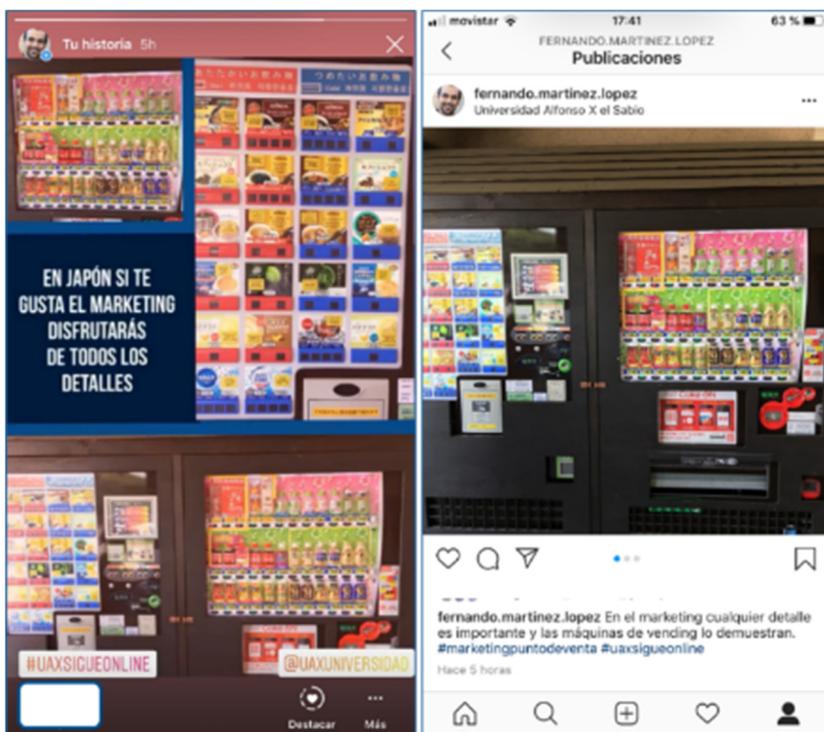


Figura 8: Publicación 09 en historias y en muro.  
 Montaje maquina de vending Japón (2020)  
 Fuente: Instagram fernando.martinez.lopez

## 5. CONCLUSIONES

Una vez revisados los resultados de esta investigación se puede concluir que tanto el objetivo principal como los secundarios de ésta se alcanzan. Queda demostrado que los estudiantes de educación superior de la materia analizada demuestran interés por relacionarse con el contenido de la asignatura durante su periodo lectivo y también fuera de él. Este interés en profundizar tanto en el Lore visible como en el Lore oculto refleja como el Lore general es una forma de comunicación a la que se debe prestar atención para la construcción del proceso de enseñanza-aprendizaje en los entornos universitarios.

Esto supone dar un paso más allá de la gamificación, estudiar el marco en el que se engloba una materia, un plan de estudios, una universidad. Conocer qué gira en su entorno y aprovecharlo para fomentar el interés

por el conocimiento entre los estudiantes universitarios utilizando las herramientas más adecuadas en cada momento.

En este estudio se demuestra que los estudiantes investigan, interactúan y amplian sus conocimientos independientemente de si tienen o no un premio en sus calificaciones. Lo que confirma que si el contenido y la herramienta utilizada para su presentación son los adecuados los estudiantes responden sin reservas.

Por ello, se debe plantear una nueva investigación que supere la principal limitación de esta que no es otro que el tamaño de la muestra, con el fin de poder contrastar estos resultados y poder extrapolarlos a la población objeto de estudio.

Además, como se indico al comienzo de esta discusión de los resultados, haber alcanzado el objetivo secundario demuestra que las redes sociales puede ser una herramienta válida de comunicación para desarrollar el aprendizaje autónomo de los estudiantes en educación superior. En esta ocasión, el medio utilizado ha sido Instagram, pero es posible que habrá que ir adaptándolo en función de la evolución y aparición de nuevas redes.

Se ha comprobado que esta red social para la población objeto de estudio se ha adaptado adecuadamente con cierta versatilidad que ha facilitado la variedad de las publicaciones. Además, un detalle que no se ha comentado con anterioridad destaca el impacto que tiene esta red actualmente. El 50% de los estudiantes han visualizado y/o interactuado con las publicaciones en menos de 15 minutos, mientras que el otro 30% lo realizaban como máximo en dos horas.

Además, los propios estudiantes se han convertido en un elemento más del Lore de la asignatura. La forma más curiosa ha sido verlos convertirse en transmisores del Lore de la misma entre otros estudiantes de otras materias, amigos y familiares.

Se han erigido en protagonistas de su propio aprendizaje enviando material de forma espontánea a través de la mensajería interna del Instagram en sus paseos por zonas comerciales, estimulando de esta forma el Lore oculto. Las publicaciones del trece de octubre y del quince de

marzo se realizaron con el material facilitado por los estudiantes. Esto demuestra una conexión con el contenido trabajado que ha trascendido el aula, los límites propiamente dicho de una asignatura. Se comprueba que el Lore de los videojuegos como forma para crear cultura a su alrededor es una herramienta que puede ser muy poderosa si se aplica al entorno de la educación superior.

Por todo ello, se considera imprescindible seguir ampliando los estudios sobre el Lore y su aplicación en la comunidad universitaria.

## REFERENCIAS

- AARSETH, J. (1997). *Cybertext. Perspectives on ergodic literature*. Baltimore: Johns Hopkins Press.
- AEVI (2019). *La industria del videojuego en España. Anuario 2018*. Recuperado de <https://bit.ly/3irqI2I>.
- BISQUERRA, R. (2004). *Metodología de la Investigación Educativa*. Madrid: La Muralla.
- BUTLER, C. (2014). A Framework for Evaluating the Effectiveness of Gamification Techniques by Personality Type. En Nah F.F.H. (ed.) *HCI in Business. HCIB 2014. Lecture Notes in Computer Science*, (pp. 381-389).
- CARR, W. y KEMMIS, S. (1988). *Teoría crítica de la enseñanza*. Barcelona: Martínez Roca.
- CASTELLS, M. (1997). *La era de la información: Economía Sociedad y Cultura. La sociedad Red*. [Vol. 1]. Madrid: Alianza editorial.
- COLMENARES, A. M. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios*, 3(1), 102-116. Recuperado de <https://bit.ly/2DQV5rT>
- DOUGLAS, N.K.M., SCHOLZ, M., MYERS, M.A., RAE, S.M., ELMANSOURI, A., HALL, S. y BORDER, S. (2019). Reviewing the Role of Instagram in Education: Can a Photo Sharing Application Deliver Benefits to Medical and Dental Anatomy Education? *Medical Science Educator* <https://doi.org/10.1007/s40670-019-00767-5>
- ELLIOTT, J. (1990). *La investigación-acción en educación*. Madrid: Morata.
- FARÍAS, G.M. (2010). Espacios de aprendizaje en educación superior: de la profesionalización a la innovación para la transformación social. *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, 2(2), 18-27. Recuperado de <https://bit.ly/2Oyf6No>
- GARROTE, D., ARENAS J. Á., y JIMÉNEZ-FERNÁNDEZ, S. (2018). Las TIC como herramientas para el desarrollo de la competencia intercultural. *EDMETIC*, 7(2), 166-183. doi: <https://doi.org/10.21071/edmetic.v7i2.10533>

- GÓMEZ, J.J. (2011). *La irrupción inesperada. Las Tecnologías de Información y Comunicación en los procesos de enseñanza de educación*. España: Editorial académica española.
- GUZMÁN, F. y AGUILAR, A. (2016). El paradigma tecnológico en la educación: Limitaciones, alcances y retos del diseño curricular. *Revista Tecnología y Diseño*, 5, 31-39. Recuperado de <https://bit.ly/2ZCSDoi>
- Interactive Advertising Bureau (2019). *Estudio Anual de Redes Sociales 2019*. Recuperado de <https://bit.ly/2YTIrB8>.
- JAÉN, R. y MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. (2020). “Flipped classroom “y “Just in time teaching” en la impartición de asignaturas del ámbito de la economía de la empresa en las titulaciones de ingeniería. En L.J. Belmonte, J.J. Gázquez, M.M. Simón, N.F. Oropesa, A. Martos y A.B. Barragán (eds.), *Innovación Docente e Investigación en Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas* (pp. 97–104). Madrid: Dykinson.
- KUHN, T.S. (1975). *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica
- LATORRE, A. (2007). *La investigación-acción. Conocer y cambiar la práctica educativa*. Barcelona: Grao.
- LEWIN, K. (1946). Action Research and Minorit Problems. *Human Relations*, 1(2), 34-46. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1946.tb02295.x>
- MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. y Jaén, R. (2020). Instagram como herramienta para fomentar el Lore de los estudiantes en educación superior. En M.C. Pérez-Fuentes (ed.), *Innovación Docente e Investigación en Ciencias de la Educación* (pp. 679–689). Madrid: Dykinson.
- MCNIFF, J. (2016). *You and Your Action Research Project*. Londres: Routledge.
- RESTREPO, J.C.L. (2018). *Avatares y videojuegos: identidad y prácticas sociales en el ciberespacio* (Doctoral dissertation, Universidad de Caldas).
- RODRÍGUEZ, L.F., PERONA, M., MARTÍNEZ-LÓPEZ, F., REICHARDT, S., FUENTE, M. y MARTÍNEZ-LÓPEZ, L. (2020). III Barómetro DCH sobre la Digitalización de la función de RR.HH. en España (III). *Capital Humano*, marzo, 86-91.

- RUIZ GARCÍA, A. (2014). *Videojuegos, una narrativa en evolución: Knight Lore, Half-Life 2 y Heavy Rain como casos de estudio* (Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla).
- SÁNCHEZ-CABRERO, R., MARTÍNEZ-LÓPEZ, F. y EUÁN-RAMÍREZ, R.G. (2020). Body image of people over 50 in Spain measured using the BSQ test. *BMC Res Notes* 13, 50. doi: <https://doi.org/10.1186/s13104-020-4913-9>
- SERRANO, F.T. y ARGEMÍ, M.D. (2006). *Lo social y lo virtual: nuevas formas de control y transformación social*. Barcelona: Editorial UOC.
- STENHOUSE, L. (1987). *La investigación como base de la enseñanza*. Madrid: Morata.
- UNESCO. (1982). *Conferencia mundial sobre las políticas culturales: informe final*. Recuperado de <https://bit.ly/2NRX9bY>.

*Este libro se terminó de elaborar en diciembre de 2020  
en la ciudad de Sevilla, bajo los cuidados de  
Francisco Anaya, director de Ediciones Egregius.*