

## VIDEOJUEGOS DE SIMULACIÓN SOCIAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA: EL ÉXITO DE ANIMAL CROSSING: NEW HORIZONS

---

GUILLERMO PAREDES-OTERO  
*Universidad de Sevilla*

### 1. INTRODUCCIÓN. LA SIMULACIÓN EN LOS VIDEOJUEGOS

Los videojuegos demostraron en 2020 su capacidad como vía de escape de la realidad, concretamente la originada por la pandemia del Covid-19. Títulos lanzados en dicho año como *Final Fantasy VII Remake* (Square Enix), *The Last of Us Parte II* (Naughty Dog), *Resident Evil 3 Remake* (Capcom) o *Ghost of Tsushima* (Sucker Punch Productions) tienen en común, no solamente haber alcanzado ventas millonarias o haber salido al mercado durante el confinamiento y los primeros meses de ‘nueva normalidad’ sino además, el presentar elaboradas historias de horas de duración. Esta importancia hacia la trama justifica que exista un movimiento desde el mundo académico conocido como narratología. Murray (1999) afirmó que “mientras los formatos lineales como las novelas, las obras de teatro y las historias se están volviendo cada vez más multiformes y participativas, los nuevos entornos electrónicos han ido desarrollando formatos narrativos propios” (p. 62), para un campo de estudio que es seguido por autores como Zimmerman (2004), Jenkins (2004), Martín (2015) o Anyó (2016).

No obstante, los videojuegos no pueden ser considerados solamente como una nueva forma de contar historias. Hay autores que incluso dejan el concepto de narración a un lado relegándolo a un segundo plano. Aarseth (1997) prefiere centrarse en las facetas descriptivas y ergódicas del videojuego, es decir, los iconos que aparecen en la pantalla y la sucesión de eventos que tienen lugar. Este pensamiento es

compartido por Gonzalo Frasca (2001) quien introduce el término de simulaciones para referirse al videojuego.

Como medio, los videojuegos tienen el potencial no solo de representar la realidad, sino también de modelarla a través de simulaciones. Esta poderosa forma de representación se basa en reglas que imitan el comportamiento de los sistemas simulados. Como cualquier representación construida de la realidad, las simulaciones transmiten el sesgo de sus diseñadores. Sin embargo, a diferencia de los autores narrativos, los autores de simulación no representan un evento en particular, sino un conjunto de eventos potenciales. Por eso, tienen que pensar en sus objetos como sistemas y considerar cuáles son las leyes que rigen sus comportamientos. (p. 113)

En esta línea, Juul (2001) mantiene el videojuego como simulación siendo además un “sistema dinámico que permite que muchas personas diferentes interactúen con muchos resultados diferentes”; mientras que Torres, Rodríguez y González (2015) habla de simulaciones inmersivas siendo la inmersión “una experiencia donde el mundo del juego es representado adquiriendo el carácter de una realidad autónoma” (p.51). El propio Jenkins (2006) en su texto *Game design as narrative architecture* afirmaba que no todos los videojuegos cuentan historias, de la misma forma que la narratología no estaba por encima de otras formas de análisis y que la experiencia de juego no se podía simplificar en la historia.

Entender el videojuego como simulación no se manifiesta solamente en que haya una corriente de autores perteneciente a la llamada ludología (Frasca, 2003), como campo específico desde el que estudiar el videojuego, sino que desde el propio desarrollo en el ocio interactivo hay un género propio llamado videojuegos de simulación. Este género abarca un amplio abanico de subgéneros. Existen videojuegos que imitan la experiencia de conducir diversos medios de transporte, desde deportivos -*Gran Turismo* (Polyphony Digital, 1997 - actualidad), aviones -*Microsoft Flight Simulator* (Asobo Studio, 2020)-, hasta trenes -*Microsoft Train Simulator* (Kuju Entertainment, 2001)-, embarcaciones -*Ship Simulator* (VSTEP, 2006)- e incluso submarinos -*Silent Hunter* (Aeon Electronic Entertainment, 1996)-. Al mismo tiempo, los títulos donde se presentan diversas herramientas para la

construcción y gestión de proyectos son frecuentes. En este campo encontramos propuestas de levantar desde ciudades -*SimCity* (Will Wright, 1989)- hasta imperios -*Civilization* (MicroProse, 1991 y 1998, y Firaxis Games (2001- actualidad); simulación empresarial -*Capitalism* (Enlight, 1995)-; de gestión política -*Democracy* (Positech Games, 2005 - actualidad)-; dirección de granjas -*FarmVille* (Zynga, 2009 - actualidad)-; de equipos de fútbol -*Football Manager* (Sports Interactive, 2004 - actualidad)-; y otros enclaves como parques de atracciones -*Theme Park* (Bullfrog Productions, 1994)- y zoológicos -*Zoo Tycoon* (Frontier Developments y Asobo Studio, 2013)-. Sin embargo, en esta investigación nos centraremos en otro tipo de juegos, concretamente aquellos denominados como videojuegos de simulación social, subgénero que comparte categorías con sus homólogas recién vistas pero que, al mismo tiempo, presenta particularidades propias como veremos en los siguientes apartados.

### 1.1. VIDEOJUEGOS DE SIMULACIÓN SOCIAL

Los videojuegos de simulación social son un subgénero del género conocido como simuladores de vida, donde el usuario toma el rol de uno o varios avatares -los cuales pueden ser personas o animales- y se encarga de mantenerlos con vida a través de su cuidado diario. En este género, encontramos, por ejemplo, los juegos de mascotas virtuales, que simulan la experiencia de tener un animal de compañía al que debemos criar -*Nintendogs* (Nintendo, 2004)-. Centrándonos en los videojuegos de simulación social, su origen se remonta a 1985 con el lanzamiento de *Little Computer People* (David Crane). En este juego, el usuario debe velar por el bienestar de los personajes que viven en una casa (Gértrudix y Gértrudix, 2013). También encontramos propuestas como *Flirt Up Your Life* (Rotobee, 2003) o *Story of Seasons* (Marvelous AQL, 2014 - actualidad). Sin embargo, la saga referente es *The Sims* (Maxis, 2000 - actualidad). En sus juegos, el usuario puede crear su propio personaje y hacer que interactúe con otros decidiendo aspectos de su vida diaria y sus relaciones entre sí, la evolución de estas, así como el diseño del hogar y el desarrollo de los personajes. Unas premisas que se han mantenido a lo largo de las diver-

sas entregas de la franquicia independientemente de si su contexto era universitario, en una isla, en la ciudad o incluso en la era medieval.

Atendiendo a sus características propias, los videojuegos de simulación social son reconocidos por tener mecánicas vinculadas a los aspectos sociales de interacción con otros jugadores o con el personaje que se controla, permitiendo definir aspectos como puede ser la personalidad de los mismos (Anyó, 2016).

La estructura de la narración de juegos como *The Sims*, para Cuadrado y Planells (2020), presentan una estructura orientada a los objetos donde se les da a los usuarios una serie de herramientas con las que poder diseñar sus propias historias. “Se centran en la creación de un espacio de juego que busca crear un mundo de ficción y, a su vez, un conjunto de historias asociadas al mismo” (p. 201). No se plantea un relato y hay una ausencia de historia central, el jugador tiene una serie de objetos interactivos y combinables para “generar, de este modo, múltiples historias y mundos” (p. 201). Este es conocido para algunos autores como narrativa emergente (Pérez Latorre, 2012) o retronarratividad (Martín, 2015).

Finalmente, y según el perfil de jugador, Martín (2015) recurre a la clasificación de Richard Burtle para agrupar a los usuarios de este tipo de juegos como ‘socializadores’, donde lo importante es relacionarse con el resto de usuarios, siendo el juego un medio desde el cual establecer nuevas relaciones.

Vistas las características propias de los juegos de simulación social y algunos ejemplos de los mismos, esta investigación girará en torno a la franquicia *Animal Crossing* (Nintendo, 2001 - actualidad).

## 1.2. LA SAGA DE VIDEOJUEGOS *ANIMAL CROSSING*

*Animal Crossing* es una saga de videojuegos de simulación social desarrollada por Nintendo y compuesta por cinco entregas principales: *Animal Crossing* (2001); *Animal Crossing: Wild World* (2005); *Animal Crossing: City Folk* (2008); *Animal Crossing: New Leaf* (2012); y *Animal Crossing: New Horizons* (2020). La premisa de la franquicia es situar al usuario en un entorno habitado por animales antropomor-

fos donde poder interactuar con ellos, presentando un enorme grado de personalización y realización de actividades, teniendo lugar las partidas en tiempo real, siendo el jugador el que decide cuanto tiempo le dedica a la partida y al juego en general, al no tener una historia propiamente dicha.

Las posibilidades comunicativas están presentes desde su concepción. De hecho, como explicó uno de sus creadores, Katsuya Eguchi, *Animal Crossing*, nació como forma de que tanto él como su familia, aficionados a los videojuegos, pudieran interactuar en un mismo escenario, cosa que no podían hacer debido a la incompatibilidad de horarios que tenían (Sheffield, 2006). El resultado fue una aldea en la que hasta cuatro usuarios podían con sus respectivos personajes habitar en el mismo lugar, pero jugar en periodos de tiempo diferente y ver en cada turno lo que el resto de usuarios ha hecho en su partida. Los factores de colaboración y comunicación tuvieron su punto de inflexión en la segunda entrega, *Animal Crossing: Wild World*, permitiendo su consola, Nintendo DS, y sobre todo la opción de juego en línea, poder visitar los poblados de otros usuarios a nivel global y poder intercambiar objetos, participar en eventos y recibir mensajes y regalos. Posibilidades que se han mantenido en los posteriores juegos de la saga.

Algaba (2017) destaca cuatro aspectos en los que se basa la saga *Animal Crossing*: en primer lugar, la sencillez y el relax, es “una serie pensada para ser jugado despacio, que rechazara lo trepidante, pero no lo sorprendente y que se olvida de cualquier tensión competitivas en favor de océanos de calma” (p. 25) haciendo que su gameplay sea accesible a todo tipo de jugadores, sin complicadas secuencias de botones que ejecutar, límite de tiempo, ni morir o perder vidas, e invita a que “el jugador se tome todo el tiempo que necesite para hacer lo que quiera, sin presiones ni premuras de ningún tipo” (p. 29). El segundo punto clave es que puede jugarse en partidas cortas, interrumpibles en cualquier momento pero que, como veremos en este trabajo, invita al jugador a que vuelva. “La rutina de juego que poco a poco se va imponiendo es la de partidas breves; diarias, eso sí, pero que no suelen exceder de los 15 o 20 minutos” (p. 33). En tercer lugar, encontramos el factor del tiempo real, el cual “ayuda a representar un mundo creí-

ble que funciona igual que el nuestro, podemos entenderlo al instante de manera instintiva y conceptualizarlo como parte de nuestro día a día” (p. 113). De forma que, si se enciende la consola de noche las tiendas estarán cerradas, mientras que el clima será diferente en función de si es verano o invierno. Finalmente, el autor destaca su capacidad como herramienta de comunicación. La saga nació como “una excusa para estimular la comunicación y las relaciones entre seres humanos, no entre humanos y computadoras” (p. 41). No obstante, las relaciones de los NPC’s (*Non Playable Character*, personaje no jugador) con el usuario ayudan a crear una atmósfera de cordialidad. “Todos ellos poseen nombre. No son ruido de fondo ni piezas intercambiables de un paisaje, sino que se trata de personajes individualizados” (p. 48). En los diálogos que tenemos con ellos se descubre que “no son unos ceros en una línea de código, sino personitas que poseen vidas” (p.49) más allá de lo que se puede percibir a primera vista. A esto hay que sumarle que las mecánicas y opciones jugables están enfocadas al contacto con otros usuarios. Estos cuatro puntos claves conformarán la base de esta investigación, y se tendrán en cuenta para la consecución de los objetivos de la misma. Al mismo tiempo, estos factores serán sobre los que gire el método de trabajo aplicado, en el que ahondaremos en profundidad en el apartado metodológico.

Desde el punto de vista académico, esta saga de videojuegos ya ha sido objeto de estudio para diversos autores y desde diferentes perspectivas. Kim (2014) se aproximó a *Animal Crossing: Wild World* desde un punto de vista etnográfico, centrándose en la interactividad y cómo el usuario podía generar contenido. César (2020), por su parte, se centra en la capacidad de socialización derivada de *Animal Crossing: New Leaf* a través de su diseño afectivo. Incluso su último juego, *Animal Crossing: New Horizons*, ha sido analizado desde el punto de vista psicológico por Zhu (2021), siendo durante la pandemia del Covid-19, “una tierra de ensueño para que los jugadores escapen de la cruel realidad” y “una plataforma social perfecta para mantener la interacción social con los demás y deshacerse de la soledad” (p. 157).

## 2. EL SECTOR DE LOS VIDEOJUEGOS EN TIEMPOS DE COVID-19

Tras ahondar en el tipo de videojuegos que protagonizan esta investigación, es preciso hacer lo propio con el contexto histórico en que tiene lugar, el cual es determinante para entender el origen de este trabajo y el objetivo que pretendemos alcanzar. Originado en la ciudad china de Wuhan y declarado oficialmente como pandemia el 11 de marzo de 2020 por la Organización Mundial de la Salud, el principal efecto de la propagación del SARS-CoV-2 fue el confinamiento domiciliario de gran parte de la sociedad para evitar la propagación del virus, salvo para aquellas actividades laborales esenciales y compra de recursos de primera necesidad. Con la imposibilidad de salir de los hogares y de forma paralela, se implementó como medida la aplicación del teletrabajo, como forma de continuar la actividad laboral en los sectores en que fuera viable.

El sector de los videojuegos no se ha mantenido como una burbuja al margen, sino que, al igual que toda la sociedad en su conjunto, ha tenido que adaptarse a las circunstancias y las medidas políticas y sanitarias derivadas de la pandemia del Covid-19, desde el citado teletrabajo, sin importar si se trataba de grandes empresas del sector, como Nintendo, Microsoft o Sony, o estudios independientes, además de haber retrasos en lanzamientos al mercado (Paredes-Otero, 2020b). No tanto ocurrió con el consumo de juegos.

El confinamiento dentro de los hogares durante tantas semanas hizo que la sociedad optara por el videojuego como una forma de entretenimiento, haciendo que el consumo de videojuegos llegara a cifras récord. Ya fuera a la hora de adquirir títulos para uso propio o para ver cómo otros usuarios jugaban sus partidas a través de plataformas streaming lideradas por Twitch. (p.186)

De esta forma, en 2020, la industria del videojuego movió a nivel mundial 175.000 millones de dólares (DEV, 2021). En concreto, España facturó 1.747 millones de euros, un 18% más respecto al año anterior; de los cuales 790 millones de euros se derivaron de la venta física, mientras que la venta online generó 957 millones de euros. Estas cifras son fruto de la predilección de los usuarios por el formato

digital, sumado a las circunstancias de confinamiento vistas durante 2020 (AEVI, 2021).

En cuanto a eventos de videojuegos, “ya fueran grandes ferias del sector o torneos de eSports, ambos tipos de citas se vieron afectadas con sus cancelaciones a lo largo de todo 2020 y dejando incertidumbre de cara a 2021” (Paredes-Otero, 2020b, p. 188). Sobre todo, con la cancelación del E3 de Los Ángeles, muchas empresas optaron por crear eventos alternativos donde poder mostrar sus futuros proyectos de hardware y software. “Fundamentales fueron los medios telemáticos y las redes sociales para que estas citas pudieran tener lugar vía online” (p. 188). Estas medidas afectaron especialmente a los eSports, sector que decreció a nivel mundial de 957 a 947 millones de dólares. Todo lo contrario, si tenemos en cuenta las cifras de audiencia, la cual creció un 9%, cifrándose en 215 millones los entusiastas en deporte electrónico (AEVI, 2021). En España, cancelaciones de eventos como Madrid Games Week, Gamergy o DreamHack Spain supusieron “una merma de los ingresos por venta de entradas, merchandising, patrocinio y activaciones comerciales” (p. 65).

Con todo esto, ¿cómo entra la saga *Animal Crossing* en medio de una pandemia? El último juego de la franquicia, *Animal Crossing: New Horizons*, salió a la venta el 20 de marzo de 2020, fecha en la que buena parte de la sociedad estaba en confinamiento domiciliario. En este contexto, llega un juego que le presenta al jugador una isla paradisíaca, donde se ofrecen numerosas opciones de personalización para decorarla y hacer en ella cuanto le plazca, ya sea de forma individual o con la ayuda de los personajes que llegan a la isla, y de otros jugadores gracias a las posibilidades de juego online. Inmediatamente, *Animal Crossing: New Horizons* se convierte en un éxito, tal y como lo avalan sus cifras: dos millones de copias vendidas solamente en Japón durante su primer fin de semana a la venta; cinco millones de copias digitales durante su primer mes, siendo el primero videojuego en lograr este hito, y mejor lanzamiento de Nintendo Switch. Dos meses después, en mayo, llega a la cifra de 11,77 millones de unidades, hasta el punto de hacer que, junto a los problemas de producción derivados del teletrabajo y la pandemia en general, las existencias de



la consola estuvieran prácticamente agotadas a nivel mundial (Paredes-Otero, 2020b). En verano, las ventas del juego ascendían a 22,4 millones de copias para llegar a diciembre a los 31,18 millones de juegos vendidos, en apenas nueve meses desde su lanzamiento (Figueroa, 2021).

Al mismo tiempo, el último juego de la franquicia *Animal Crossing* fue considerado un éxito para la prensa especializada, más allá de sus récords de ventas. *Games Tribune Magazine* destacaba que el juego “está salvaguardando la salud mental de una generación castigada por la ansiedad y la incertidumbre” (Martínez, 2020, pp. 46-47) y alabando la posibilidad de estar en contacto con los demás gracias a su componente online. Desde *Manual*, García (2020) hacía referencia a la capacidad que tiene tanto el juego como la saga de evadirnos del mundo cotidiano y de que “nos agarremos a ella en los momentos de crisis (p. 31); mientras que *Meristation* apuntaba cómo *New Horizons* se erige como una forma de volver al mundo exterior, a la naturaleza, y formar parte de una comunidad (Olmedo, 2021).

### 3. OBJETIVOS

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar el éxito de *Animal Crossing: New Horizons* desde el punto de vista de su contenido interactivo y enmarcándolo en el contexto histórico de la pandemia del Covid-19. Al mismo tiempo, presentamos como objetivos secundarios, primero, comprobar si los aspectos característicos de la saga *Animal Crossing* -sencillez y relax, partidas cortas, tiempo real y herramienta de comunicación- siguen presentes en este último juego; y, de ser así, explicar cómo influyen en la experiencia jugable, relacionándolos con las medidas protocolarias derivadas de la pandemia.

Por tanto, este trabajo pretende responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿por qué *Animal Crossing: New Horizons* ha sido un éxito en el primer año de la pandemia del Covid-19?

#### 4. METODOLOGÍA

Como indica el propio tipo de videojuegos sobre el que gira esta investigación -videojuegos de simulación social-, desde un punto de vista metodológico podríamos centrarnos exclusivamente en analizar *Animal Crossing: New Horizons* desde la Ludología, desde únicamente la simulación, como un enfoque alternativo a la representación propia en la que se basan los medios tradicionales (Frasca, 2003). Este pensamiento es seguido por Grodal (2003) quien entiende el videojuego como medio de ofrecer “experiencias personalizadas que se basan en el juego (es decir, procesos de aprendizaje repetitivos placenteros), respaldados por emociones que cambian con el tiempo” (p. 153). Sin embargo, no hay que olvidar la corriente paralela, ya vista en este trabajo, de autores que abordan el videojuego como un fenómeno narrativo.

Esta dicotomía sobre desde qué enfoque estudiar el videojuego, si desde la simulación o desde la narración, se pone de manifiesto a la hora de aplicar un método de trabajo. Empezando por la simulación, Frasca (2003) propone un análisis lúdico compuesto por cuatro niveles: la representación, los acontecimientos, objetos, personajes, escenarios, condiciones y escenas (primero); las reglas de manipulación o aquello que el jugador puede hacer (segundo); las reglas de objetivos, aquello que el usuario debe hacer para ganar (tercero); y en cuarto y último nivel, las metarreglas o la libertad que tiene el jugador de poder cambiar las reglas, de modificar alguno de los tres niveles anteriores. Anyó (2016), desde un punto de vista narrativo, usa tres categorías de análisis: la estructura y el conjunto de reglas del juego; el mundo que se muestra; y la jugabilidad, compuesta por el conjunto de acciones, motivaciones y estrategias que el jugador puede realizar. Asimismo, Martín (2015) es partidario de un análisis videolúdico donde se estudie, por un lado, la narrativa proposicional, compuesto por el relato jugable o no jugable, el gameplay, el diseño de entorno y personajes, la jugabilidad y los objetivos del juego; y, por otro lado, el perfil del jugador y la relación de este con el gameplay.

No obstante, encontramos autores como Pérez-Latorre (2012), partidario de aplicar un enfoque transdisciplinar con una base compartida de Semiótica y Ludología, y la realización de análisis semioludológico, basado en tres modelos de análisis para entender el discurso del videojuego: el modelo lúdico, el modelo narrativo y el modelo enunciativo. En esta línea de unificar ambas teorías, Cuadrado y Planells (2020) hacen uso del término mundo de ficción o mundo ludoficcional como “espacio ficticio que busca provocar en el usuario la eclosión de una experiencia lúdica mediante la interacción y las actitudes performativas” (p. 55) y analizarlos desde la ludonarración para “desentrañar cómo se produce ese proceso de imbricar elementos narrativos en un videojuego en concreto” (p. 41). Al mismo tiempo, Paredes-Otero (2019, 2020a) opta por un análisis lúdico-narrativo compuesto principalmente por las categorías: personajes, objetivos del jugador y del juego, espacio videolúdico, estructura narrativa, jugabilidad, tiempo narrativo, focalización y perspectiva.

Con todo, a continuación, se describen las categorías que componen este análisis lúdico-narrativo para la consecución de los objetivos planteados:

- Personajes: establecen un vínculo con el usuario permitiendo “posicionarnos en el mundo ficcional desde el punto de vista del personaje e interpretar los sucesos de la historia según los perciba y asimile” (Cuadrado y Planells, 2020, p. 99). En este trabajo prestaremos atención tanto al personaje principal, aquel que controla el usuario, como al resto de avatares que aparecen en el juego. Concretamente analizaremos factores como la apariencia física, la personalidad y la información verbal.
- Espacio videolúdico: entorno de juego o lugar donde tiene lugar la acción y que el jugador debe “recorrer, descubrir, explorar y conocer” (Anyó, 2016, p. 159). Los espacios simbólicos constituyen “una forma ideológica de representar la sociedad en cada momento” (Cuadrado y Planells, 2020, p.

- 153). La idea es conocer qué posibilidades ofrece para el usuario y cómo afecta para el resto de categorías de análisis.
- Mecánicas: conocidas también como reglas de manipulación (Martín, 2015), es la forma que tiene el usuario de interactuar con los elementos del juego. La interacción varía en función del género de videojuego del que se trate y pueden variar entre la recolección de objetos, enfrentarse a enemigos, construcción de elementos, o propuestas en las que priman la destreza física y la habilidad (Pérez-Latorre, 2012). En este punto también prestaremos atención a las opciones online que ofrece *Animal Crossing: New Horizons* y a la dificultad de llevar a cabo las distintas acciones en el juego.
  - Objetivos del jugador: los retos que se le presentan al usuario para avanzar en la narración de forma que tenga la sensación de formar parte de los acontecimientos más importantes de la historia (Martín, 2015). También analizaremos la curva de tensión lúdica, es decir, si conforme se juega, la dificultad va siendo mayor o disminuye de forma paralela a la experiencia del jugador (Pérez-Latorre, 2012).
  - Tiempo narrativo: si el tiempo del juego es el mismo que el tiempo de participación por parte del usuario (Anyó, 2016). Cuadrado y Planells (2020) apuntan a tres variantes: sistema de turnos, el jugador decide cuándo avanza el reloj en la ficción; tiempo real en sincronía, relación exacta entre el tiempo real y el de la ficción; y tiempo real asíncrono, el tiempo real y el de ficción son diferentes pero, a diferencia del sistema de turnos, el tiempo de ficción no se detiene hasta que el usuario interactúe.
  - Estructura narrativa: la narración tiende a ser progresiva, pero tener diferentes formas de progresión. Pérez-Latorre (2012) establece diversos modelos argumentales: argumento lineal ramificado con un solo final; argumento arbóreo, con múltiples elecciones que dan lugar a diversos finales; y argumento de red, diversas elecciones pero que derivan en un

mismo final o diversos, en función de las posibilidades de acción del usuario. Para los juegos de simulación, donde no suele haber una historia propiamente dicha, el jugador es quien crea el argumento a partir de los elementos del juego, la citada retronarratividad (Martín, 2015) o narrativa emergente (Pérez Latorre, 2012).

Con las categorías del análisis lúdico-narrativo vistas, la intención es ver cómo afectan a los cuatro factores que caracterizan a la saga *Animal Crossing* -sencillez y relax, tiempo real, partidas cortas, y herramienta de comunicación-. En la siguiente tabla puede verse la relación entre ambos grupos y que se explicará en profundidad en el apartado de resultados.

**TABLA 1.** Ficha de análisis lúdico-narrativo

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	FACTORES DE ANIMAL CROSSING
Personajes	Personaje principal NPC's Apariencia física Personalidad Información verbal	Sencillez y Relax Herramienta de Comunicación
Espacio videolúdico	Espacio simbólico	Tiempo Real Sencillez y Relax
Mecánicas	Jugabilidad Opciones online Dificultad	Tiempo Real Sencillez y Relax Partidas Cortas Herramienta de Comunicación
Objetivos del jugador	Retos planteados Curva de tensión lúdica	Tiempo Real Sencillez y Relax Partidas Cortas Herramienta de Comunicación
Tiempo narrativo	Tiempo real en sincronía	Tiempo Real Sencillez y Relax Partidas Cortas
Estructura narrativa	Narrativa emergente/ Retronarratividad	Tiempo Real Sencillez Relax

Fuente: elaboración propia

## 5.RESULTADOS

### 5.1. SENCILLEZ Y RELAX

Para *Animal Crossing: New Horizons* se presenta desde un primer momento como un mundo virtual a la espera de que el usuario haga en él cuanto desee y se sienta cómodo en el mismo. Nada más empezar, el avatar del personaje puede ser diseñado para que su rostro y peinado se parezcan a su homólogo en carne y hueso. Al igual que su vestuario, el cual puede ampliarse en la tienda de la isla con cientos de posibilidades, desde ropa hasta complementos, intercambiables según el momento y el deseo del jugador.

Tanto su apariencia física como la del resto de vecinos que van llegando progresivamente y los personajes fijos -Tom Nook, agente turístico con forma de mapache y encargado de la oficina de gestión vecinal; Canela, secretaria con apariencia de perro que ejerce labores administrativas; Pili y Mili, dos hermanas erizo que ejercen de diseñadoras en una sastrería; o Sócrates, búho encargado del museo, por poner unos ejemplos- son simples pero diseñados de forma que en todo momento desprendan amabilidad y alegría. No existen discusiones y peleas, los enfados duran, de producirse, apenas una línea de diálogo, y por temas tan nimios como que una prenda de vestir no sea del agrado del personaje, pero inmediatamente volverá a ser el mismo avatar afable de siempre.

Ni el dolor ni el daño existe en *New Horizons*, más allá de avispas piquen al usuario cuando corta leña. No obstante, factores como la pérdida de vidas o el game over, propios de los videojuegos, no tienen cabida. Por no haber no hay ni barra de salud ni indicadores de vida.

La paz y la tranquilidad es extrapolable al propio mundo ficcional del juego. Una isla con árboles, ríos, playas de arena blanca y aguas cristalinas, que invita al usuario a explorarla e interactuar con todas sus oportunidades jugables. La jugabilidad va en sintonía. El usuario puede cazar insectos, pescar, regar plantas, comprar muebles y ropa o hacer recados para otros personajes. Cada una de estas acciones puede ejecutarse pulsando un botón, teniendo en su conjunto una jugabilidad

accesible a todo el mundo. No hay extensas combinaciones de botones ni tutoriales para cada actividad, de ahí que la dificultad sea prácticamente inexistente una vez se haya aprendido para qué sirve cada botón del mando.

En *Animal Crossing: New Horizons*, el usuario puede hacer lo que quiera cuando quiera, habiendo una libertad total. Cada día, el juego propone unos retos y objetivos con los que obtendrá Millas Nook, canjeables por bayas (moneda del juego) y objetos. Sin embargo, es decisión del propio jugador si las completa o no, y sin que haya penalización por no hacerlo. Los objetivos tratan sobre labores que el jugador hace a diario, como interactuar con determinado número de personajes, obtener ramas y fósiles para analizar o gastar una cantidad concreta de bayas, entre otras similares. Por tanto, no podemos hablar de que haya una curva de tensión lúdica que provoque ansiedad o aburrimiento, ya que es decisión del usuario si participa o no.

Del mismo modo, las categorías de tiempo y tipo narración están ligadas al relax. *New Horizons* no exige estar delante de la pantalla largos periodos de tiempo y es el jugador quien construye la propia narración, su propia vida dentro de la isla al ritmo que le apetezca.

## 5.2. PARTIDAS CORTAS

*Animal Crossing: New Horizons* no exige al jugador tener que estar delante de la pantalla largos periodos de tiempo. Los objetivos que se presentan para cumplirlos de forma opcional pueden completarse en apenas unos minutos. Lo mismo ocurre con otras actividades como despejar de isla de frutos, maderas y hierbas con los que fabricar proyectos, pescar, bucear o la interacción con el resto de personajes. Igualmente, las mecánicas con las que realizar estas actividades no implican una duración mayor de unos segundos.

Es en el ámbito de la personalización, tanto del personaje como de la isla, donde el usuario puede dedicar un mayor tiempo, el cual es fijado según el propio criterio de cada uno. La partida puede ser interrumpida cuando se desee y continuar con los proyectos que se estaban haciendo en cualquier otro momento, con la salvedad de que los objeti-

vos, coleccionables u objetos que adquirir en las tiendas son diferentes de un día para otro.

Aunque la partida no dure demasiado, el juego está programado de forma que te sientas obligado a volver. El tiempo de ficción avanza al igual que el tiempo real (sobre esto ahondaremos en el siguiente apartado) de forma que cada día hay objetos y ropa nueva en las tiendas; los vecinos tienen nuevos proyectos y regalos que darte; dependiendo del día hay personajes que llegan a la isla para ofrecer nuevas actividades como concurso de pesca, coleccionar insectos o mercaderes ambulantes con objetos inéditos. Del mismo modo, acciones como reformar la casa, instalar infraestructuras nuevas, así como nuevas parcelas para nuevos vecinos no se materializan en *New Horizons* hasta pasadas 24 horas, al igual que ocurre con los pedidos que se hagan por el cajero automático de la isla.

### 5.3. TIEMPO REAL

Este último apartado de jugabilidad guarda relación con el hecho de que *Animal Crossing: New Horizons* tiene tiempo real en sincronía, es decir, tanto el tiempo de ficción como el tiempo real van de forma paralela. Los ciclos de día y noche coinciden con los del propio usuario, introduciendo opciones jugables como la imposibilidad de acceder a las tiendas en horario nocturno como ocurriría en el mundo real. Igualmente, de día será más fácil encontrar al resto de personajes por la isla mientras que, de noche, estarán en sus casas.

Siguiendo con los horarios, según el día de la semana, aparecen personajes concretos que ofrecen nuevas oportunidades interactivas como comprar cuadros con los que decorar la galería de arte del museo, nabos que luego se pueden revender en la tienda a un precio mucho mayor, o nuevos diseños de paredes y suelos, así como ropa, que no se encuentran en la tienda de la isla.

El espacio videolúdico, la propia isla, también se ve afectado en este sentido en función de la estación del año en la que esté el usuario. Si es primavera, será más probable que llueva, mientras que si es invierno lo habitual es que nieve en la isla. El resto de vecinos de la isla



reaccionan ante las inclemencias meteorológicas, ya sea con los comentarios hacia al usuario o vistiéndose en función del tiempo. Por ejemplo, paraguas e impermeables si llueve o ropa de manga corta en verano.

*New Horizons* está continuamente actualizándose e introduciendo novedades jugables a través de diversos eventos en períodos concretos del año, como Navidad, Pascua, Halloween, o días internacionales. En dichas fechas, el usuario tiene a su disposición proyectos y recursos exclusivos con los que poder fabricar nuevos objetos y vestimenta.

El tiempo que pase el usuario en la isla también influye en la construcción de su historia en la isla y su relación con los personajes. Si el jugador no accede al juego en diversos días, cuando regrese es posible que alguno de sus vecinos se haya ido y el lugar donde estaba su casa sea un solar. Aunque no esté conectado, la vida en la isla continúa y es decisión del jugador decidir cómo de presente quiere estar en la vida de sus vecinos según el tiempo real que quiera dedicarle.

#### 5.4. HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

Las posibilidades comunicativas de *Animal Crossing: New Horizons* comienzan con las relaciones que se establecen con los distintos personajes del juego, desde Tom Nook hasta el resto de personajes que se instalan en la isla. Cada uno de los cuales es una especie animal diferente con su propia personalidad -alegre, presumida, dulce, atlético, e incluso perezosos- que contribuyen a crear una atmósfera de cordialidad. Aunque los sonidos que emiten sean inteligibles, sus líneas de texto construyen micro historias invitando al usuario a querer saber más de ellos, sobre su vida diaria y sus novedades.

Nada más ver al usuario, los NPC's pueden acercarse y preguntarle cómo se encuentra, también, al iniciar la partida es posible haber recibido en el buzón cartas tuyas con regalos o, si se consigue hacer alguna tarea, como pescar y ellos están cerca, no dudan en aplaudir. Se es consciente de que son personajes virtuales pero el intercambio de favores que se puede hacer con ellos, sumado a su forma de tratar al usuario, generan un sentimiento de afecto hacia ellos.

La comunicación con estos personajes también sirve para hacer más rápido los objetivos opciones diarios que proponga el juego, así como descubrir nuevas instrucciones de proyectos con los que ganar dinero o decorar la isla. De forma que podemos decir que *New Horizons* motiva la comunicación, no solamente con los personajes que habitan la isla sino con el resto de usuarios.

Siendo el origen de la franquicia el contacto entre usuarios y potenciado gracias a las opciones online desde la segunda entrega, la velocidad con la que descubrir nuevas opciones de personalización o adquisición de bayas para adquirir objetos o mejoras de infraestructuras aumentan gracias a la comunicación con otros usuarios. Cada isla permite alojar hasta ocho jugadores, ya sea acogiéndoles en nuestro enclave personal o viajando siempre y cuando tengamos un código o Pin Dodo. Con esto se consigue desde un intercambio de objetos hasta la participación en eventos y actividades mientras se establecen relaciones entre los usuarios. El juego está diseñado para que el usuario deba visitar otras islas y obtenga, como recompensa, ideas para su propio enclave y objetos y coleccionables que de otra forma le llevaría más tiempo conseguir.

## 6.DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

*Animal Crossing: New Horizons*, al igual que los videojuegos de simulación social, no presenta una historia, aunque sí tiene determinados personajes que, sobre todo al principio, sirven de guía al usuario para que este pueda sacarles partido a todas las posibilidades jugables ofrece la isla. De forma que el juego tiene una retronarratividad (Martín, 2015) en la que el usuario crea su propia historia y un gameplay basado en la recolección de recursos con los que poder construir el propio relato (diseñar la isla y el personaje a gusto personal).

La amplia variedad de actividades hace que el jugador deba imponerse una rutina para poder participar en ellas en su conjunto. Rutina que, a causa del confinamiento domiciliario y las medidas de restricción sanitarias, se perdió en la vida real.

Con un gameplay no lineal, hay una ausencia de objetivos, más allá de retos diarios y desafíos estivales, que el usuario tiene la libertad de decidir si cumplirlos. De hacerlas, el jugador es premiado con incentivos o regalos en el caso de que el origen de estas ‘misiones’ sean otros avatares.

En general, si atendemos a su escasa dificultad y no implicar partidas de varias horas diarias, *New Horizons* es una propuesta de ocio destinada a todo tipo de jugadores, desde los más acérrimos a los videojuegos (*hardcore gamers*), pero sobre todo para los *casual gamers*, quienes no invierten mucho tiempo jugando y entienden del videojuego como un tipo de entretenimiento más (Muriel, 2018). Independientemente del tipo de usuario que uno sea, esta es una propuesta interactiva en la que, como en otros juegos de la saga, “los jugadores pueden compartir sus narrativas con otros, así como participar en las ajenas. La narrativa es un consumible que se disfruta compartiendo y comunicando” (César, 2020, p. 101).

Los retos previamente citados pueden ser completados con mayor facilidad y menor tiempo si varios jugadores están conectados, de ahí que en *Animal Crossing* siempre sea mejor opción jugable el trabajo colaborativo entre usuarios (Kim, 2014). Al mismo tiempo, como herramienta de comunicación, y en palabras de (Zhu, 2021)

*New Horizons* proporciona una plataforma social perfecta para expandir las relaciones personales con otros, sin importar para los introvertidos o extrovertidos. Los jugadores no solo pueden invitar a otros a sus islas para intercambiar artículos, sino que también pueden hablar y pasar el rato virtualmente. (p. 158)

La relevancia de *Animal Crossing: New Horizons* como herramienta de comunicación, por su parte, va mas allá de esto. Durante el confinamiento a causa del Covid-19 y la posterior ‘nueva normalidad’ se dieron diferentes iniciativas originadas desde diversos ámbitos. Jugadores cuyas bodas se vieron canceladas por la pandemia pudieron realizarlas en partidas online junto a su círculo cercano (Ruete, 2020). De hecho, el juego sirvió como lugar donde las parejas inscritas en la aplicación de citas Tinder pudieran reunirse (Delgado, 2020a). Desde la esfera cultural, el museo español Thyssen-Bornemisza empleó la

isla del juego para mostrar su colección de arte para que los usuarios pudieran escanearlas e incorporarlas a sus propias islas (Garrido, 2020). Una idea similar a la practicada meses antes por el museo MET de Nueva York con 400.000 cuadros (González, 2020). La colaboración también se da entre usuarios particulares que llegaron a fundar empresas de jardinería para ayudar a otros jugadores (Rodríguez, 2020) o un mercado digital similar a Amazon, llamado Nookazon, donde comprar, vender e intercambiar los objetos que se deseen (Pavón, 2020). Incluso la empresa IKEA se sirvió del juego para mostrar su catálogo mobiliario (Delgado, 2020b). Paralelamente y desde la esfera política, Joe Biden hizo campaña electoral mientras era candidato a la presidencia de Estados Unidos a través de *New Horizons* (García, 2020), mientras que activistas en Hong Kong usaron esta plataforma para manifestarse (Moreno, 2020). A todo lo anterior hay que sumar la creación de comunidades de miles de usuarios a través de redes sociales como Facebook o herramientas de comunicación como Discord para organizar encuentros e intercambios de contenido.

## 7.CONCLUSIONES

Respondiendo a la pregunta de investigación con la que partíamos este trabajo, el éxito de *Animal Crossing: New Horizons* no radica en ofrecer una propuesta novedosa en comparación con el resto de la franquicia sino en haber salido al mercado en el mejor momento posible. Son precisamente esas características que hacen reconocibles la saga - sencillez y relax, partidas cortas, tiempo real y herramienta de comunicación- las que han hecho que millones de personas hayan optado por adquirirlo.

En un contexto como el derivado del Covid-19, con confinamiento domiciliario y territorial, sin la posibilidad de relacionarse con familiares y amigos más allá de los convivientes, e incertidumbre derivada de la imposibilidad de cuándo se alcanzará de nuevo una situación similar a la vivida antes de la pandemia, el quinto juego de la saga *Animal Crossing* se erige como un lugar de paz al que escapar de las tensiones y las preocupaciones. Para ello se ofrece una sensación de

libertad total para el jugador en un mundo de ficción que funciona con las mismas reglas que la realidad sin perder la imagen de bienestar.

Igualmente, este título demostró que el videojuego, más allá de su faceta de entretenimiento, puede ser una herramienta de comunicación entre usuarios, ofreciendo oportunidades de interacción no solamente lúdicas sino aplicables en ámbitos tan diversos como empresariales, políticos, culturales y sociales.

En definitiva, *Animal Crossing: New Horizons* ha alcanzado tanta popularidad por permitir hacer a través de una pantalla todas aquellas actividades y mantener las relaciones sociales que eran imposible fuera de su mundo de ficción. Vivir esa vida que el coronavirus y las medidas sanitarias impidieron.

## 8.REFERENCIAS

- Aarseth, E.J. (1997). *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*. The Johns Hopkins University Press.
- AEVI. (2021). *La industria del videojuego en España. Anuario 2020*.  
<https://bit.ly/3ut79fs>
- Algaba, P. (2017). *La aldea feliz. Un viaje a través de Animal Crossing*. Héroes de Papel.
- Anyó, L. (2016). *El jugador implicado. Videojuegos y narraciones*. Laertes.
- César, M. (2020). Fear Thy Neighbour: Socialisation and Isolation in Animal Crossing. *Loading... The Journal of the Canadian Game Studies Association*, 13(22), 89-108. <https://bit.ly/3h2WILH>
- Cuadrado, A. y Planells, A.J. (2020). *Ficción y videojuegos. Teoría y práctica de la ludonarración*. UOCpress.
- Delgado, M. (2020a, 15 de abril). Animal Crossing: New Horizons acoge citas de Tinder en tiempos de coronavirus. *Vandal*. <https://bit.ly/3aX6pHM>
- Delgado, M. (2020b, 21 de agosto). IKEA lanza un catálogo de muebles de Animal Crossing: New Horizons. *Vandal*. <https://bit.ly/3nGcvRX>
- DEV. (2021). *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos. 2020*.  
<https://bit.ly/3uqKXm7>
- Figuroa, S. (2021, 1 de febrero). Animal Crossing desatado: supera los 30 millones de copias en 9 meses. *Gamereactor*. <https://bit.ly/3f1eHPI>

- Frasca, G. (2001). *Videogames of the oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate*. [Tesis Doctoral, Atlanta: Georgia Institute of Technology] <https://bit.ly/2RBGtdL>.
- Frasca, G. (2003). Simulation versus narrative: Introduction to ludology. En Wolf, M. J. P.; Perron, B. (Eds.), *The video game theory reader*, (pp. 221-236). Routledge.
- García, A. (2020, 2 de septiembre). Joe Biden y Kamala Harris, de campaña en el videojuego Animal Crossing. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3tbHfeI>
- García, P. (2020). Las bayas son para el verano. *Manual*, 6, 12-31.
- Garrido, R. (2020, 16 de diciembre). El Museo Thyssen-Bornemisza se estrena en 'Animal Crossing: New Horizons' con su propia isla repleta de obras de arte. *20 Minutos*. <https://bit.ly/3eM4IU4>
- Gértrudix, M. y Gértrudix, F. (2013). Aprender jugando. Mundos inmersivos abiertos como espacios de aprendizaje de los y las jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, 101, 123-137.
- González, S. (2020, 30 de abril). El museo MET de Nueva York abre su galería digital a Animal Crossing: más de 400.000 cuadros. *Meristation*. <https://bit.ly/3texQmH>
- Grodal, T. (2003). Stories for eye, ear, and muscles: Video games, media, and embodied experiences. En Wolf, M. J. P.; Perron, B. (eds.), *The video game theory reader*, (pp. 126-156). Routledge.
- Jenkins, H. (2004). Game design as narrative architecture. En Wardrip-Fruin, N.; Harrigan, P. (Eds.), *First person. New media as story, performance and game*, (pp. 117-130). The MIT press.
- Juul, J. (2001). Games telling stories? A brief note on games and narratives. *Game studies*, 1.
- Kim, J. (2014). Interactivity, user-generated content and video game: an ethnographic study of Animal Crossing: Wild World. *Continuum*, 28(3), 357-370. <https://doi.org/10.1080/10304312.2014.893984>
- Martín, I. (2015). *Análisis narrativo del guión de videojuegos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Martínez, M. (2020). El éxodo espiritual hacia nuevos horizontes. *Games Tribune Magazine*, 53, 42-47.
- Moreno, A.C. (2021). Protestas virtuales: China y Hong Kong. *Manual*, 7, 92-98.
- Muriel, D. (2018). *Identidad Gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*. Anait Games.
- Murray, J.H. (1999). *Hamlet en la holocubierto. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós.

- Olmedo, M. (2021, 12 de abril). El secreto del éxito de Animal Crossing: New Horizons. *Meristation*. <https://bit.ly/3nQtbWZ>
- Paredes-Otero, G. (2019). Videojuegos, guerra y narrativa. Formas actuales y alternativas de contar los conflictos bélicos desde el ocio interactivo. En López Vidales, N. y Medina de la Viña, E. (Eds.), *Comunicación y Pensamiento. Relatos de la nueva comunicación*, (pp. 121-139). Egregius.
- Paredes-Otero, G. (2020). El enemigo invisible: la sensibilización ante las enfermedades mentales a través de los videojuegos. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, 29, 69-83. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i29.565>
- Paredes-Otero, G. (2020b). *Game Over? Los efectos del Covid-19 en el sector de los videojuegos*. Publicación independiente.
- Pavón, B. (2020, 14 de abril). Usuarios de Animal Crossing: New Horizons crean un mercado para vender e intercambiar objetos. *Eurogamer*. <https://bit.ly/3ufckzq>
- Pérez-Latorre, O (2012). *El Lenguaje Videolúdico. Análisis de la significación del videojuego*. Laertes.
- Rodríguez, D. (2020, 28 de abril). Animal Crossing New Horizons: un jugador funda su propia empresa de jardinería para ayudar a otros usuarios. *Hobby Consolas*. <https://bit.ly/3gXLYhx>
- Ruete, B. (2020, 27 de marzo). Animal Crossing New Horizons: los jugadores celebran bodas virtuales en la cuarentena. *Meristation*. <https://bit.ly/33gI76Z>
- Sheffield, B. (2006, 8 de mayo). Crossing into the Mainstream: Katsuya Eguchi on Animal Crossing. *Gamasutra*. <https://bit.ly/3xUNOpE>
- Torres, C.; Rodríguez, J. y González, L. (2015). Videojuegos como simulaciones inmersivas. El caso “Atrapados”, Narrativa transmedia e investigación de la inteligencia colectiva. *Revista Papeles*, 6(12)-7(13), 47-62.
- Zhu, L. (2021). The psychology behind video games during COVID-19 pandemic: A case study of Animal Crossing: New Horizons. *Hum Behav & Emerg Tech.*, 3, 157–159. <https://doi.org/10.1002/hbe2.221>
- Zimmerman, E. (2004). Narrative, interactivity, play, and games: Four naughty concepts in need of discipline. En Wardrip-Fruin, N.; Harrigan, P. (Eds.) *First person. New media as story, performance and game*, (pp. 154-164). The MIT Press.