

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN
UNIVERSIDAD DE SEVILLA**



**UNIVERSIDAD
DE SEVILLA**

GRADO EN PERIODISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso: 2022-2023

**LA REPRESENTACIÓN DE LA CULTURA ESPAÑOLA EN LOS
VIDEOJUEGOS DE EEUU Y JAPÓN**

Alumno: Alberto Moreno Sanlés

Tutor: Isaac López Redondo

Índice

1. Resumen	3
2. Palabras clave	3
3. Introducción	4
4. Metodología	6
4.1. Hipótesis.....	6
4.2. Objetivos	6
4.3. Análisis de Contenido	6
5. Marco Teórico	11
5.1. ¿Qué es un videojuego?	11
5.2. El videojuego como herramienta cultural	15
5.3. La representación de las diferentes culturas en los medios masivos	18
5.4. La identidad española	23
6. Resultados del análisis	28
6.1. País de origen de los videojuegos analizados	29
6.2. Ocasiones en las que la cultura española ha aparecido junto a elementos culturales ajenos a esta	31
6.2.1. El ninja torero que canta tirolés.....	31
6.2.2. Los problemas de doblaje.....	32
6.2.3. El caso de <i>Psychonauts</i>	32
6.3. Aparición de personajes españoles.....	34
6.3.1. Un buen número de personajes españoles	34
6.3.2. Lo que nos dice el género de estos personajes	34
6.4. Aparición de elementos de la arquitectura de España	36
6.4.1. La Sagrada Familia, el monumento más emblemático.....	38
6.4.2. Otros monumentos emblemáticos de España representados	38
6.5. Aparición de la gastronomía en los videojuegos analizados	40
6.5.1. La excelente representación de la gastronomía española en Pokémon	40
6.5.2. La comida favorita de los españoles.....	40
6.6. Aparición de elementos asociados a la tauromaquia en los videojuegos analizados	41
6.6.1. Pokémon inspirados en animales españoles.....	41
6.6.2. Toreros en videojuegos de lucha.....	41
6.6.3. El poder del traje de luces	42
6.6.4. El símbolo de España	43
6.7. Presencia del flamenco	44
6.7.1. Bailaoras en el videojuego.....	44

6.8. La piratería española	46
6.8.1. Cervantes de León	46
6.8.2. Matador, el pirata torero	46
6.9. Uso de piezas musicales inspiradas en España	47
6.9.1. Música para representar personajes	47
6.9.2. Música para representar localizaciones	47
6.9.3. Música española en videojuegos donde no aparece España	47
6.10. Uso del Catolicismo como elemento caracterizador de España	49
6.10.1. La religión como símbolo identitario	49
6.10.2. Personajes históricos españoles	49
6.11. Presencia geográfica de España en el videojuego	51
6.11.1. La España rural	51
6.11.2. La España que aparece en los videojuegos de lucha	51
6.11.3. El trabajo de recreación	52
6.12. Presencia de la flora y fauna de España en los videojuegos analizados	53
6.12.1. El toro	53
6.12.2. El aspecto más oscuro de nuestra naturaleza	53
6.13. Presencia de elementos relacionados con el periodo de posguerra	54
6.14. Presencia de la lengua española en los videojuegos analizados	55
6.14.1. La muletilla del Olé	55
6.14.2. Frases complejas	55
6.15. Región de España representada	56
6.15.1. Madrid en el videojuego	56
6.15.2. Barcelona en el videojuego	56
6.15.3. Otras ciudades españolas en el videojuego	57
6.16. Romanticismo como elemento caracterizador de personajes españoles	58
6.17. Porcentaje de personajes españoles que tienen el rol de villano	59
6.17.1. Los personajes españoles con más apariciones	59
6.17.2. Enemigos de fondo	60
6.18. Presencia de fiestas típicas de España	61
6.19. Ausencia de estereotipos reseñables	62
7. Conclusión	63
8. Referencias	66

1. Resumen

En el presente trabajo de fin de grado se ha analizado la representación que se hace de España y de sus elementos culturales en los videojuegos procedentes de EEUU y Japón, los dos principales focos de creación de estos productos culturales. Partiendo del videojuego como un medio artístico, y asumiendo la influencia creciente que este tiene en nuestros días, se han analizado 98 videojuegos en los que aparecen elementos que hacen referencia a la cultura española, desde sus personajes a los tópicos y estereotipos más repetidos. Para la correcta realización de este análisis se ha estudiado el propio concepto de videojuego, su aporte cultural, el cómo funciona la representación de culturas en los medios masivos, y cuáles son los elementos que asociamos a la cultura de España. Los resultados de este trabajo muestran una cierta falta de profundidad a la hora de representar a nuestro país dentro del videojuego, destacando algunos estereotipos por encima de otros, pero existiendo al mismo tiempo algunos casos de una correcta representación cultural.

2. Palabras clave

Cultura, Identidad, Videojuego, España, Tópico, Estereotipo.

3. Introducción

El videojuego es un medio de muy reciente creación, pues pese a que podemos encontrar algunos ejemplos de este en la década de los cincuenta (Lázaro, 2022), no fue hasta los ochenta que comenzó su etapa de expansión por todo el mundo, momento en el que nacieron algunas de las compañías de referencia que conocemos en la actualidad. Sin embargo, a día de hoy es innegable su impacto en los mercados mundiales y en la cultura. En cuanto a lo primero, hoy en día, un videojuego triple A, es decir, creado por las compañías más importantes del mercado, mueve en ocasiones, el mismo dinero o incluso más, que muchas de las películas de la cartelera. Por ejemplo, *Red Dead Redemption 2*, videojuego creado por Rockstar Games, publicado en 2018, requirió de un presupuesto de 119 millones de dólares (Reuelta Domínguez, 2022), recaudando 725 millones de dólares en tan solo sus tres primeros días en el mercado (Christiansen, 2018). En cuanto a lo segundo, es obvio su impacto en la cultura popular. Se han escrito novelas que giran alrededor de estos, como *Ready player one*; se han filmado películas con estos como tema principal, siendo el caso más famoso *Tron* (1982); o incluso, algunos videojuegos han sido adaptados a la gran pantalla, adaptaciones que en los últimos años han sido grandes éxitos en taquilla, como ocurrió con *Detective Pikachu* (2019) o *Sonic* (2020).

Por otro lado, es necesario reivindicar el potencial artístico que han demostrado los videojuegos a lo largo de toda su historia. Pese a que muchos puedan considerarlo un mero entretenimiento, un producto nacido de combinar el cine y los juegos de mesa, los videojuegos son un medio de expresión en sí mismos, un medio que convierte al espectador en actor de la obra que está contemplando. Es, por tanto, una forma de transmitir un mensaje completamente diferente a lo visto anteriormente en otros medios. Además, es necesario tener en cuenta otras cualidades del medio, como, por ejemplo, que mientras la máxima duración que suelen tener las películas es de tres horas, un videojuego rara vez baja de las 10 horas, dándose casos en los que incluso llegan a superar las 100 horas. Esta cantidad exige mucho del jugador, pero este será recompensado. Esta inmersión al mismo tiempo favorece la interacción y el aprendizaje, razón por la que cada vez más se hace uso del videojuego como una herramienta educativa, (Reuelta Domínguez, 2022).

Pero es también en su creación donde vemos que probablemente sea uno de los medios más complejos que existen. Quizá pueda parecer un punto débil el que la figura del artista, el director de un juego en este caso, quede tan diluida entre programadores, diseñadores, compositores y escritores, pero es en la buena praxis de un director, que se encarga de cohesionar todos estos equipos, para sacar su visión adelante, donde surgen algunas de las mejores obras culturales de todos los tiempos.

Partiendo entonces del videojuego como medio artístico, es por tanto necesario exigirle cierta responsabilidad a la hora de transmitir historias y universos que serán consumidos por miles de jugadores. Con el avance del medio y la mejora de las tecnologías, este se ha ido perfeccionando, siendo actualmente perfectamente capaz de representar incluso los aspectos más complejos de muchas culturas del mundo. Según Sepúlveda Castro (2020), en los videojuegos se realizan rutinas, ritos y costumbres que reflejan valores sociales consensuados culturalmente. Ejemplo de ello sería *World of Warcraft* en donde los propios jugadores ejecutan matrimonios entre sus avatares. Por lo tanto, y atendiendo

al carácter inmersivo que tienen los videojuegos, es necesario prestar atención a la forma en que intervienen en la creación de una identidad: “la identidad cultural también se refiere a nuestra identificación con esos valores, suposiciones, reglas y prácticas comunes, que son definidas y redefinidas en el seno de la sociedad.” (Castelló, 2008, pp.100-101). Todo producto cultural transmite una serie de ideas y valores, el público decide cuáles de ellos incorporará a su vida cotidiana, y esta decisión tendrá relevancia a la hora de crear nuestro entorno social. Si a través de los medios globalizados se envían mensajes que representan de forma errónea algunas culturas, podría tener lugar entonces, un rechazo a la cultura en cuestión con el fin de proteger nuestro entorno social.

Es así que este estudio pretende analizar cómo la cultura española ha sido representada a lo largo de los años en los videojuegos. Esta representación ha caído multitud de veces en los tópicos más comunes que se atribuyen a nuestra cultura, ya sea el toreo, el flamenco o el predominio de la tradición católica. Y aunque podamos creer que estos tópicos no tienen tanta influencia, si observamos el cine, muchos de sus mensajes han perdurado en el imaginario colectivo, tergiversando aspectos más serios de la cultura o la historia españolas (Navarrete, 2014). Otro factor a analizar, es que, en muchas ocasiones, se representa a la cultura española como un todo en el que se incluyen también rasgos de muchos países de América Latina, acción que ataca a la riqueza cultural de todos estos territorios.

Recientemente han sido lanzados al mercado dos videojuegos realmente significativos para este estudio: *Pokémon Escarla y Violeta*, pertenecientes a la franquicia de entretenimiento que más dinero mueve en el mundo (Mena Roa, 2021). Estas nuevas entregas tienen lugar en una región conocida como Paldea, territorio fuertemente inspirado en España; y, por otro lado, el lanzamiento del Remake, es decir, rehacer desde cero un videojuego ya en el mercado, de *Resident Evil 4*, que fue lanzado originalmente en 2004, se trata de la cuarta entrega de una saga de terror, que decidió ambientar su historia en España, pero donde los españoles eran doblados por personas de América Latina, factor que ha sido uno de los primeros cambios en el Remake; y, además, se hacía mucho uso de tópicos españoles. Cabe mencionar que ambos videojuegos proceden de Japón y que cuentan con un gran número de fans por todo el mundo.

4. Metodología

Teniendo en cuenta algunos de los videojuegos más famosos por representar elementos de la cultura española, como lo son la saga *Street Fighter* o *Resident Evil 4*, esperamos encontrar un extendido uso de estereotipos y tópicos para representar España, ya sea por el uso de estos como un mecanismo de defensa ante la necesidad de representar un país extranjero, o por la influencia de los ejemplos más famosos. Será necesario analizar en qué contextos y situaciones aparecen elementos de la cultura española en los videojuegos.

4.1. Hipótesis

H1. La representación de la cultura española en los videojuegos de EEUU y Japón está cargada de tópicos.

H2. Cuando se representa la cultura española en los videojuegos extranjeros, es tratada como un todo en el que se incluyen tanto España como otros países de la órbita europea o de América Latina.

4.2. Objetivos:

Fácilmente se nos vienen a la cabeza multitud de estereotipos y tópicos que se asocian a nuestro país, los cuales son difundidos a través de los medios culturales masivos. Va a ser necesario estudiar cómo funcionan estos y que repercusiones tienen.

-Analizar la visión que se tiene de España en los dos principales núcleos de la creación de videojuegos (Japón y EEUU).

-Identificar los tópicos usados para representar España en el videojuego.

-Determinar cuáles son los elementos que más se asocian a la cultura española dentro de los videojuegos extranjeros.

-Mostrar a través del tiempo el uso de los tópicos para representar la cultura española en los videojuegos extranjeros.

4.3. Análisis de contenido:

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados, estudiaremos todos aquellos elementos referentes a la cultura española, o que tengan esa intención, presentes en videojuegos situados entre 1990 y 2022. Al no existir ningún artículo académico previo, ni nacional ni extranjero, que establezca una clasificación de todos los videojuegos en los que haya mención a algún aspecto de la cultura española, seleccionaremos una muestra a partir de lo publicado en medios especializados en el *Gaming*. Utilizaremos como primer acercamiento los artículos publicadas por Vandal, IGN España y Vida extra, que deberán ser ampliadas, ya que la más reciente de estas tres es la perteneciente a Vida extra, que fue publicada en 2019.

Para esta tarea de clasificación hemos seguido el ejemplo de artículos que analizan la representación que se hace en los videojuegos. En “Women’s image on video game covers: a comparative analysis of the Spanish market” (García Castillo, Bueno Doral; 2016) se analiza la imagen de la mujer en las portadas de videojuegos que salieron al mercado en 2011 y en 2015, teniendo en cuenta variables como el número de personajes femeninos, su función, niveles de desnudez o la edad que tienen, así como el género del videojuego en cuestión, su PEGI, o la presencia de violencia en estos. Siguiendo el estudio de la representación del género en los videojuegos encontramos “El rol de género en el videojuego” (Sauquillo, Ros, Bellver, 2008), tras establecer una serie de tópicos relacionados con el género, observaron cuales aparecían en los 20 videojuegos más vendidos de 2007. De este modo se estudió el rol de los personajes femeninos dentro de los videojuegos más populares, que son los que por tanto más influencia tienen en el público. Fueron clasificados asuntos como: la igualdad, la sexualidad o los valores sociales que se estaban transmitiendo. Por otro lado, encontramos un artículo más centrado en el aspecto nacional “Representations of Africans in Popular Video Games in the U.S” (Y. Bayeck, I. Asino, y A. Young, 2014), donde se trata de analizar con qué frecuencia aparecen personas africanas en videojuegos y qué roles cumplen. Toman como referencia los diez juegos más vendidos en 2014, y los clasifican según las consolas en las que salieron. En cuanto a los personajes, analizaron el rol que cumplían en el juego en cuestión.

Por otra parte, cabe mencionar el artículo publicado por Luis Navarrete en 2014, donde se estudia el concepto de *españolada*, un término usado frecuentemente de forma despectiva para aquellas manifestaciones artísticas en las que se exageran o falsean elementos de la cultura española, que toman inspiración en el siglo XVI. Aunque el artículo se centre en gran medida en videojuegos de origen español que abusan, con fines comerciales, de esa imagen tópica española, es un artículo de referencia para este trabajo, debido al análisis realizado acerca de las posibilidades que tiene el videojuego para hacer una correcta representación de la cultura española.

Con estas referencias en mente y con la intención de estudiar las hipótesis planteadas, se partirá de la creación de una hoja de análisis en la que se analizarán todos los videojuegos en los que haya mención a la cultura española, ya sea a través de un personaje, un elemento característico del país o la aparición de España como espacio geográfico. La muestra de videojuegos seleccionada comprenderá los lanzados al mercado entre 1990 y 2022. Aquellos creados por empresas estadounidenses o japonesas, los principales focos de creación, además solo serán tenidos en cuenta aquellos que no se hayan quedado únicamente en su país de origen, pues estos son los que tienen un verdadero impacto en la difusión de la imagen de España. También cabe mencionar que solo serán tenidas en cuenta las posteriores versiones de un mismo videojuego que sean remakes, es decir que para su creación se haya rehecho desde cero el juego original. La tabla se encontrará dividida en distintas categorías, cada videojuego recibirá en cada una de ellas un 1, en caso de sí cumplirla, o un 0, en caso contrario.

Los videojuegos seleccionados serán calificados a partir de esta hoja de análisis o de recogida de datos que contiene las siguientes categorías:

-Año: fecha de lanzamiento.

-EEUU/Japón (EEUU/Japón): origen de la empresa desarrolladora del videojuego, con el objetivo de observar dónde hay una mayor representación y analizar entonces el porqué.

-Mezcla (SÍ/NO): si en la representación de la cultura española aparecen elementos culturales ajenos a esta. Esta categoría hace referencia a aquellas ocasiones en las que la cultura española

-Personaje (SÍ/NO): aparición de uno o más personajes que se identifican como españoles, para posteriormente analizarlos, así como incorporarlos a otras categorías según el rol que cumplen. Existirán casos en los que esta identidad no sea explícita, pero que igualmente queda reflejada a través del idioma o la vestimenta.

-Arquitectura (SÍ/NO): aparición de monumentos arquitectónicos de España, séase la Sagrada Familia, la Alhambra, la Mezquita de Córdoba... Ciertos edificios emblemáticos de nuestro país suelen aparecer en muchos videojuegos, usualmente como una forma para situar al jugador en la zona en la que se encuentra. Esta categoría es especialmente interesante desde el punto de vista del turismo, ya que nos permite conocer que edificios, o que ciudades, son más populares para el público extranjero.

-Gastronomía (SÍ/NO): mención o aparición de platos típicos de la cocina española. Siendo España un referente en turismo gastronómico, caracterizado por su variedad y por ser uno de los que más hace gala de la dieta mediterránea, es bastante interesante cómo se proyecta esto de cara a la representación.

-Toreo (SÍ/NO): cualquier referencia a la tauromaquia, uno de los grandes tópicos asociados a nuestro país. Como fue mencionado anteriormente, esto pertenece a lo que se conoce como españolada, esa transmisión de la imagen romantizada de una España anclada en el pasado. Especialmente en el caso del toreo, es uno de los rasgos más utilizados para representar personajes españoles, ya sea por sus vestimentas, que usen palabras relacionadas con el toreo como muletilla, o que directamente en el videojuego aparezca alguien practicando tauromaquia.

-Flamenco (SÍ/NO): referencias a este género musical. Al igual que ocurre con el caso del toreo, es una de las formas más comunes con las que representar personajes españoles. Serán incluidos en este grupo.

-Pirata (SÍ/NO): aparición de personajes españoles relacionados con la piratería, otro tópico muy extendido fuera de España.

-Música (SÍ/NO): utilización en la banda sonora de temas inspirados en la música típica de España. Muchos son los videojuegos que, pese a no situarse en España, y no tener personajes españoles, recurren al uso en su banda sonora de canciones inspiradas en el flamenco, la jota o la copla, entre otros muchos.

-Catolicismo (SÍ/NO): aparición de elementos o personajes identificados como españoles, que procesan la religión católica. Otro de los tópicos frecuentes en la

representación de personajes españoles es el de la inquisición. Con esta categoría, aparte de esta cuestión, también se pretende analizar cómo de frecuente es encontrar personajes que procesen la religión católica como elemento caracterizador; también la aparición de elementos típicamente relacionados con esta religión como lo son iglesias, catedrales o imagerie de cristos.

-Geografía (SÍ/NO): si el juego se sitúa total o parcialmente dentro del territorio español o lo imita, con motivo de estudiar la representación que se hace del país y de sus gentes.

-Flora y fauna (SÍ/NO): animales como el lince o el cerdo ibéricos, o plantas como el acebuche, el pinsapo o el pino son conocidos a nivel internacional, por lo que resulta interesante estudiar cómo esto se traduce al videojuego, y si se representa de forma correcta.

-Posguerra (SÍ/NO): referencias a la Guerra Civil o al periodo franquista dentro del videojuego.

-Lenguaje (SÍ/NO): uso de la lengua española. Es interesante estudiar si los personajes dicen frases o palabras en español en las versiones originales de los videojuegos, y de qué naturaleza son estos diálogos.

-Barcelona (SÍ/NO): aparición o mención de esta ciudad en el videojuego, estudiando de este modo la que probablemente sea la más popular de cara al extranjero, para analizar posteriormente a qué podría deberse.

-Madrid (SÍ/NO): aparición o mención de la capital de España en el videojuego, que pese a esto resulta tener poca presencia en la industria. Es necesario estudiar si esta tendencia es cierta y analizar por qué ocurre.

-Otras regiones (SÍ/NO): aparición o mención a otros territorios de España que no son ninguno de los dos anteriormente mencionados.

-Romanticismo (SÍ/NO): si los personajes españoles que aparecen en el videojuego tienen el enamoramiento como elemento caracterizador, otro tópico bastante frecuente en la cultura popular.

-Villano (SÍ/NO): si uno o más de los personajes españoles tienen el rol de villanos dentro del videojuego en cuestión.

-Fiestas (SÍ/NO): aparición o referencia a fiestas típicas españolas como la Semana Santa o los Sanfermines.

-Ausencia de estereotipos reseñables (SÍ/NO): esta última categoría será utilizada para aquellos casos en los que la representación de rasgos de la cultura española aparezca ausente de los siguientes estereotipos: toreo, flamenco, pirata, catolicismo y romanticismo.

Con excepción de las categorías de EEUU-Japón y Madrid-Barcelona, que serán tratadas en conjunto, para el resto se creará una gráfica circular en la que el total de juegos se repartirá entre si cumple la categoría en cuestión o no. Uno de los detalles a analizar será

el hecho de si ciertos estereotipos se dan más en los juegos desarrollados en un país o en el otro, datos como estos no serán plasmados en una gráfica sino en porcentajes.

5. Marco teórico

5.1. ¿Qué es un videojuego?

Partiendo de un análisis etimológico de la propia palabra, tenemos por un lado el concepto *video*, del latín *video* ‘veo’, es decir, una referencia al ámbito sensorial, pero también es necesario tener en cuenta su acepción más reciente, relacionada con la tecnología requerida para el visionado de imágenes y sonido a través de una pantalla. Mientras, juego nos adentra en el concepto de lo lúdico: la diversión, el entretenimiento, el desafío entre jugadores, e incluso aquellas actividades relacionadas con el azar y las apuestas. La palabra videojuego resulta difusa e inexacta, puesto que todas las acepciones mencionadas anteriormente son en su justa medida aplicables, pues teniendo en cuenta que el videojuego tiene una base tecnológica de origen reciente y que está en constante evolución, es un concepto bastante amplio que recoge todos aquellos productos en los que una persona, en el rol de jugador, interactúa con los elementos presentes en una pantalla, que en conjunto simulan un juego, a través de un dispositivo de control.

Por su parte, el concepto de juego es uno tan antiguo como la humanidad, puesto que el aburrimiento siempre ha estado ahí desde el principio de los tiempos. Juegos como el ajedrez o las damas, en sus múltiples variantes, han atravesado la barrera del espacio y el tiempo, al igual que las grandes historias de la humanidad. El autor Chris Crawford, afamado diseñador de videojuegos, hablaba de cómo todo juego tenía cuatro aspectos claves: la representación, la interacción, de esta surge el conflicto, y por último la seguridad, pues los resultados de un juego no son tan dramáticos como la realidad en la que está inspirada (Crawford, 1984). Greg Cotiskyan, uno de los primeros autores en hablar del potencial artístico de los juegos, destacaba que se trata de un medio plástico, que se había ido adaptando a todas las tecnologías desde el neolítico (Cotiskyan, 1994).

Esta última definición, bastante cercana a la segunda que ofrece la RAE, nos muestra que realmente los límites entre lo que es y no es un videojuego son bastante poco precisos, de ahí que Shira Ovide, periodista especializada en el ámbito de las tecnologías, publicase en 2021, en *The New York Times*, el artículo “We need a new term for Video games”, donde explica algunas de las razones por las cuales el término se ha quedado obsoleto, especialmente tras la pandemia, época en la que las empresas de videojuegos han conseguido atraer a jugadores de perfiles muy diferentes, resultando en una palabra en la que se incluyen jugadores que entrenan profesionalmente para la competición, junto a otros que juegan por combatir el aburrimiento.

Hablamos de una industria que registró un aumento del 18% en facturación tras el año de pandemia, y que, según el medio *El Comercio*, alcanzará los 200.000 millones de dólares de ingresos anuales en 2023, cifras que rivalizan con las del cine y la música. Por otra parte, según un informe publicado por Accenture, en 2021 había un total de 2.7 billones de jugadores, de los cuales un 60% eran mujeres y un 30% eran menores de 25 años. Uno de los factores que más recalca el estudio es el cada vez más presente mercado móvil, que ha encontrado un potente negocio en jugadores que buscan sesiones de juego muy cortas, perfectas para un público adulto que carece del tiempo para las experiencias que se ofrecen desde los videojuegos AAA. Aun así, el público más joven sigue siendo bastante

numeroso, y es que, tal y como mencionan Belli y López Raventós (2008), “actualmente los videojuegos son la entrada de niños y jóvenes a las TIC, permitiéndoles familiarizarse con estas tecnologías”.

No obstante, es necesario recalcar que el videojuego no puede quedar relegado a ser un mero entretenimiento, es un medio artístico más que ofrece un amplio abanico de posibilidades al jugador. Ante la pregunta de “¿Por qué jugamos videojuegos?”, Joseph Anderson, consumado crítico de videojuegos canadiense, respondía en su vídeo sobre *Dragon’s Dogma* que existen seis razones:

-Por diversión: referente a aquellos videojuegos que tienen mecánicas entretenidas. El ejemplo expuesto en este caso fue *Portal* (2008), pero servirían de ejemplo los juegos de móviles mencionados anteriormente.

-Por el desafío: muchos jugadores buscan retarse a ellos mismos con videojuegos que ofrecen una mayor dificultad, tratando de conseguir la mejor puntuación posible o dominando al máximo las mecánicas que ofrezca un videojuego. Ejemplo de esto sería la saga *Dark Souls*, videojuegos que destacaron en gran medida, debido a que rompieron con la ausencia de desafíos que estaban presentando los videojuegos de la década del 2010. También incluiríamos los videojuegos del género arcade, centrados en romper récords de puntuación.

-Por su apartado artístico en lo visual y sonoro: *Ori and the blind forest* (2015) es un gran ejemplo, pues presenta un gran cuidado en lo que respecta a estos dos ámbitos. Otro ejemplo sería *Cuphead* (2017), que atrajo a muchos jugadores debido a que todo lo que se veía en pantalla había sido dibujado a mano.

-Por la historia que ofrece: encontramos así que el videojuego es un medio con posibilidades únicas a la hora de transmitir historias, donde el jugador se convierte directamente en un protagonista de esta. La saga *Fallout* al igual que muchos RPGs (Role playing games) servirían de ejemplo para esta cuestión, ya que nos permiten tomar decisiones por los personajes y ver en consecuencia el cambio en el desarrollo de la historia.

-Por la progresión: muchos jugadores encuentran satisfacción en seguir el desarrollo de un personaje, a través de la experiencia como en los juegos de rol al uso, o de una entidad, como una ciudad o una granja por ejemplo, a través de los llamados videojuegos estratégicos de gestión de recursos. Joseph Anderson menciona a *Stardew Valley* (2016) como ejemplo de esto.

-Por su PVP (player vs player), es decir su escena competitiva: muchísimos videojuegos online actualmente se centran en el desafío de superar a un contrincante o a un equipo rival. Aunque desde *Pong* (1972) ya podíamos observar ejemplos de esto de forma offline, es claramente en la última década cuando han experimentado una gran popularidad, creándose lo que conocemos como E-sports o deportes electrónicos.

Estas razones son tenidas en cuenta a la hora de la creación de un videojuego: ha sucedido en numerosas ocasiones, que las mecánicas y la estética de un videojuego que se ha hecho popular se repiten de ahí en adelante hasta la pérdida de interés por parte del público, como ha sucedido con el género *Battle Royale* (Venegas, 2019). Joseph Anderson

menciona que el crear intencionadamente un videojuego que combine varias de estas razones, suele perjudicar al resultado final en recepción y ventas de este, siendo necesaria una correcta comunicación con el público durante proceso de desarrollo, para así evitar falsas expectativas.

A la hora de clasificar los distintos videojuegos se suelen utilizar tres terminologías: las plataformas, las generaciones de consolas y los géneros.

Plataforma es el término más general, referido a el aparato electrónico requerido para jugar al videojuego en cuestión. De este modo diferenciaríamos entre las máquinas de arcade, las consolas, a su vez divididas en consolas de sobremesa (que requieren de la conexión a una pantalla, generalmente un televisor), y las portátiles (que, de un tamaño más reducido, permiten su fácil transporte en bolsas, mochilas o bolsillos); también encontramos los videojuegos de ordenador, donde encontraríamos muchos que requieren de un teclado y un ratón para su correcto funcionamiento; y por último el teléfono móvil. Anteriormente las diferencias entre videojuegos según la plataforma a la que pertenecían eran mayores, debido a que existían más limitaciones exclusivas para cada plataforma, séase antes no podía conectarse un mando de consola a un ordenador, pero actualmente incluso en los dispositivos móviles encontramos videojuegos que pese a tener un control distinto, pues utilizan un control táctil, son prácticamente iguales a las versiones que utilizan unos sistemas más potentes.

A la hora de hablar de generaciones de consolas, hablamos del dispositivo principal en el que se juega a videojuegos, y su evolución a lo largo del tiempo. Tenemos así que la primera generación de consolas se compone de todas las consolas que salieron al mercado durante los años 1972 y 1978, junto a los videojuegos que podían ser disfrutados en ellas. A continuación, le seguiría la segunda generación, de 1976 a 1984, estas dos primeras generaciones se caracterizaron por el lanzamiento al mercado de un gran número de consolas que aún estaban muy limitadas, disponiendo de muy pocos videojuegos por cada una de ellas. Muchas compañías trataron de introducirse en este mercado, pero tanta oferta acabó por sobresaturar el mercado, lo que daría lugar a la crisis del videojuego de 1983, fin de la segunda generación e inicio de la tercera, además de ser el acontecimiento que construiría uno de los pilares del medio tal y como lo conocemos hoy en día.

Este estudio se centrará en los videojuegos lanzados a partir de la tercera generación, más concretamente a finales de esta (1983-1991), es en esta etapa en la que surge Nintendo, con su Nintendo Entertainment System (NES), y Sega, con su Sega Master System, el mercado giraría prácticamente alrededor de estas dos compañías de origen japonés. Por su parte, la cuarta generación (1987-1996) continuaría con lo visto en la anterior, Sega lanzaría al mercado la Sega Genesis, mientras que Nintendo haría lo propio con su SNES, también crearía su primera consola portátil la Game Boy, que sería un rotundo éxito, siendo el origen del interés de muchas compañías por crear consolas portátiles que le quitasen parte del mercado que se estaba llevando la Game Boy, sin mucho éxito durante esta etapa. La quinta generación comprende de 1993 al 2001, con consolas como la Nintendo 64 y la Game Boy Color, o la Sega Saturn. Pero lo más destacable de esta etapa es el surgimiento de otro pilar de los videojuegos actuales Sony, lanzando al mercado en 1994 la primera Play Station, que aprovechaba las posibilidades que ofrecían los CDs,

razón por la que se comió una gran parte del pastel que hasta ese entonces habían disfrutado Nintendo y Sega.

La sexta generación (1998-2006) sentó definitivamente las bases de lo que conocemos actualmente, Sony superó todo lo visto con su Play Station lanzando la PS2, que disfrutó de un gran catálogo y de mucho tiempo de vida en el mercado. Sega lanzaría su última consola la Dreamcast, que pese a su destacable potencia no acabó de calar en el público. Nintendo seguía su línea vista hasta entonces, con su nueva consola de sobremesa, la Game Cube, pero apostando fuertemente por el mercado portátil con su Game Boy Advance. Y es en esta época que surge el tercer pilar de la industria en la actualidad, pues Microsoft, compañía ya bien reconocida, lanzaría al mercado su primera X-box en 2001. Estas consolas comenzaron a presentar funciones online que abrieron un sinfín de posibilidades.

Las siguientes tres generaciones, es decir del 2004 hasta la actualidad, se caracterizan por el predominio de estas tres compañías. Nintendo decidió apuntar al público más general, lanzando la Wii, consola que llamaba la atención de toda la familia al completo, aprovechando la tecnología de control de movimiento en sus mandos. También con la Nintendo DS y su pantalla táctil tendrían la misma atención, adelantándose al boom de los móviles. Wii U en la siguiente generación trataría de repetir lo visto con la Wii, pero sin demasiado éxito, apostando más por la 3DS, iniciativa que los llevaría a sacar una consola híbrida entre sobremesa y portátil, la Nintendo Switch, con la intención de recuperar al jugador más asiduo, pero centrados siempre en el público joven. Sony y Microsoft apostarían siempre por tratar de sacar la consola de mayor potencia, existiendo una gran rivalidad entre una y otra, sacando consola nueva prácticamente al mismo tiempo. Ambas teniendo acercamientos al público general por el que Nintendo apostaba, Sony lanzó su PSP, su primera consola portátil, que en su momento rivalizó fervientemente con la de Nintendo, pero no podemos decir lo mismo de su siguiente versión, la PSVita, que solo encontró un público de nicho fuerte en Japón; mientras Microsoft creó Kinect, tecnología de sensor de movimiento que al final no fue el éxito esperado. Otro detalle a mencionar es el hecho de que estas tres generaciones han apostado cada vez más por la venta de videojuegos digitales, que según se prevé acabará con la necesidad de discos y cartuchos para jugar videojuegos, cosa que sí se está viendo actualmente en PC con plataformas como Steam, GOG, Origin y Epic Games, especializadas en la venta de videojuegos digitales.

Los géneros por su parte, funcionan de forma similar a como lo hacen en otros medios. Encontramos clasificaciones más clásicas como: terror, acción, aventura y comedia, entre otros; y al mismo tiempo observamos que existen algunos géneros exclusivos de este medio, séase arcade (donde el objetivo principal es la obtención de la mayor puntuación posible), plataformas (consistente en avanzar utilizando habilidades como saltar, correr o escalar), estrategia (imitando a los juegos de mesa más clásicos, consisten en el correcto uso de unos recursos, sean soldados, alimento o dinero), o el RPG (donde se retoma lo visto en juegos como Dragones y Mazmorras, y se aplica a videojuegos mediante la creación e/o interpretación de un personaje, tomando decisiones que cambiarán el desarrollo de la historia).

5.2. El videojuego como herramienta cultural

*"We want playing our games to entertain people on many different levels. Deeper down, I want to make a connection with the player, and it's the way, to me, of saying to the person playing the game that they're not alone in the world."*¹

-Tim Schafer

El debate sobre si los videojuegos deberían ser considerados como un medio artístico más, sigue muy presente en nuestros días. Podríamos establecer como origen de este debate el artículo publicado por la revista de videojuegos *Video Games Player* en 1983, donde se comparaba al premio Golden Joystick con los Oscar o los Grammy, alegando que "Video games are as much an art form as any field of entertainment, and certainly deserve awards of their own."² (*Video Games Player* 1983, p. 49). Al año siguiente sería lanzado el videojuego *Deus Ex Machina*, el cual había sido concebido por un equipo multidisciplinar entre los que destacaban músicos y actores de reconocido renombre. Para muchos se trató de una obra que bebía mucho de la cultura underground, ganándose con el tiempo el status de culto. Otro momento interesante a destacar tuvo lugar en 1989, cuando el Museo de la Imagen en Movimiento de Nueva York incorporó la exposición: "Hot Circuits: A Video Arcade", por lo que los videojuegos llegaban a los museos por primera vez. Carl Goodman, subdirector de este museo destacaba en 2013 para *El País*, cómo la simulación ofrecida por los videojuegos, nos permite un cambio en el papel que desempeñamos día a día, viviendo así situaciones que probablemente de otra forma no experimentaríamos jamás.

Pero si buscamos un precedente más reciente de este debate, debemos irnos a 2010, año en que Roger Ebert, afamado crítico de cine, publicó el artículo titulado "Video games can never be art"³, Ebert opinaba entre otras cosas, que los videojuegos son sistemas que dependen de unas reglas y de la victoria o la derrota del jugador, algo imposible en un medio artístico. Este fue el punto de partida de un debate que partiendo de internet se extendió a toda la opinión pública. Más tarde ese mismo año, Roger Ebert escribiría un segundo artículo a modo de disculpa, ya que realmente apenas tenía experiencia jugando videojuegos, pero mantenía su postura añadiendo que tampoco estaba deseoso de comenzar a jugar a videojuegos. Los artículos de Roger Ebert podrían parecer a primera vista un simple intento de llamar la atención por parte de un individuo que, sin siquiera haber tocado un joystick, pretende desprestigiar un medio entero. No obstante, este acercamiento resulta interesante a muy distintos niveles, pues el arte no se presenta estanco a sus coetáneos, la percepción de Ebert estaba basada en el discurso generalista que se daba en la década a la hora de hablar del medio, un discurso que aún se encontraba cargado de estigmas contra los consumidores de videojuegos. Por otra parte, Ebert nos dejaba también una pregunta bastante interesante: "Why are gamers so intensely concerned, anyway, that games be defined as art?"⁴.

1- "Queremos que el jugar a nuestros juegos entretenga a la gente a muchos distintos niveles. En el fondo, quiero crear una conexión con el jugador, y esa es mi forma de decir a la persona jugando que no está solo en este mundo." (Traducción propia)

2- "Los videojuegos son una forma de arte al igual que lo son cualquiera de los medios de entretenimiento, por lo tanto, se merecen un premio propio." (Traducción propia)

3- "Los videojuegos nunca serán arte." (Traducción propia)

4- "¿Por qué les preocupa tanto a los jugadores, de todas formas, que los juegos sean definidos como arte?" (Traducción propia)

Por un lado, este reconocimiento lo merecen los propios profesionales de la industria, muchos de los cuales son expertos en sus propios medios, pues el videojuego concentra otras muchas disciplinas como lo son el dibujo, la música o la narrativa. Este también ha sido para muchos un punto de crítica, pues sucedería entonces que el medio necesitaría de ayuda para sostenerse por sí mismo, aunque suceda exactamente lo mismo en el cine y nadie dude de su valor artístico, pese a que este bebe mucho del teatro o la fotografía. Y es así que, al igual que reconocemos la excelencia que los autores renacentistas pusieron en pinturas y esculturas, “from the writers who craft the emotionally moving dialogue and actions of the characters, to the composers who provide intense and dynamic scores to accompany the stories, to the concept artists who turn these stories into visually stunning worlds, to the 3D animators who render them into playable forms, all deserve to have their hard work and artistic dedications recognized”⁵ (Keukelaar, 2019). Cabe mencionar que muchos videojuegos son realizados completamente por una persona, es el caso de algunos muy exitosos como *Undertale* (2015) y *Stardew Valley* (2016).

Por otra parte, desde el punto de vista del jugador, que estos sean analizados en centros educativos y en el debate público, hace que esos productos que consumimos nos den una perspectiva tan apta de compartir como las que ofrecen la literatura, el cine u otras expresiones artísticas. Muchas de las historias y temas tratados en videojuegos poseen un gran potencial académico (Martyniuk, 2018), como lo son los de la saga *Final Fantasy*, por poner un ejemplo, donde en cada entrega se trata un tema distinto, como lo son la pérdida, la identidad, o el efecto de los dogmas. Ya en 1938, el filósofo e historiador Johan Huizinga destacó la importancia que tiene el juego en el desarrollo del individuo, ya que permiten entender cómo funciona el mundo que nos rodea de forma lúdica.

El crítico de videojuegos José Altozano, conocido en Internet como “Dayo” (DayoScript, 2012), comentaba en su vídeo acerca de si los videojuegos deberían ser considerados arte, que se trata de una cuestión tan importante como tener una filiación política o una creencia religiosa, ayuda a enfocar las acciones del individuo, también añadía que este status permitiría a los jugadores exigir obras más profundas. Al mismo tiempo, si a estos se los considera un bien cultural más, la industria podrá recibir ayudas económicas para su fomento y que estos lleguen a todos los sectores de la sociedad. Esto mismo ya se ha dado en numerosas ocasiones, por poner un ejemplo de muchos, el ministro de cultura de Francia en 2006, Renaud Donnedieu de Vabres, catalogó a los videojuegos como un bien cultural más, añadiendo a la Orden de las Artes y las Letras a Shigeru Miyamoto, creador de las sagas de *Mario Bros* y *The Legend of Zelda* entre otras muchas.

Dicho esto, los expertos a favor del potencial artístico de los videojuegos coinciden en que este reside en su interactividad, definida por Andrew Darley como “un modo de relacionarse con representaciones audiovisuales en el que al jugador se le otorga una manera de interpretar un papel principal en lo que ocurre y se le dan los medios para controlar, en parte, lo que tendrá lugar dentro de la escena que se ve en la pantalla” (2002, p.245). Es así que se produce el efecto de simulación, el jugador no es un mero testigo de las acciones de su personaje, sino el propio personaje, algo aplicable a la inmensa mayoría de videojuegos. El jugador toma el rol de actor y la obra debe adaptarse a todos los posibles caminos que este tome. Alejandro Amaro Seguí distingue entre dos tipos de respuestas por parte del jugador a esa interacción: los “narratologistas”, más centrados en el argumento en sí de la obra, y los “ludogistas”, que disfrutan explorando todas las

5- “Desde los escritores que crean diálogos y momentos cargados de emotividad, a los compositores que aportan intensidad y dinamismo a las canciones que acompañan a la historia, también los artistas conceptuales que convierten estas historias en mundos visualmente impresionantes, y los animadores 3D que los trasladan al juego, todos merecen ser reconocidos por su duro trabajo y dedicación artística.” (Traducción propia) 16

posibilidades que ofrece el videojuego (2013). Ambas posturas son acertadas, ya que son parte del ejercicio de interpretación que se realiza ante cualquier obra artística.



Imagen 1. Artículo de la revista Video Games Player (1983, p. 49)

Cada videojuego es un reflejo de la época en el que fue creado. Dice mucho de las tecnologías que existían en el momento y de las personas que trabajaron para que saliese adelante. Los hay que son un antes y un después en la industria, pues rompen con todo aquello que conocíamos al momento en lo referente a mecánicas o historia, o, por otro lado, los hay que continúan con tendencias ya consolidadas y populares. Todas estas son características que también encontramos en otros medios artísticos. Los videojuegos son por tanto un artefacto cultural que ya forma parte de nuestro día a día, un medio masivo que hace uso de un lenguaje multimedia con el que consigue llamar la atención de nuevos jugadores año tras año. Es un medio que se sostiene por sí mismo, ya que posee formas únicas para transmitir su mensaje, la interactividad, pese a que en ocasiones se haya dado cierta imitación de fórmulas ya bien establecidas en el cine, estas se han dado debido a esa misma búsqueda del status artístico o por crear historias que atraigan a un público no asiduo a los videojuegos. Su cada vez más explorada faceta educativa

Es así que muchos autores, observando el potencial que tiene el videojuego como motor cultural, han decidido utilizar este medio para contar sus historias. Blasphemous (2019)

o Never Alone (2014) son dos videojuegos que resultan una carta de amor a la cultura andaluza e Inupiat respectivamente, y en ambos casos utilizando las posibilidades del medio para desarrollar su historia, alejándose así del uso de cinemáticas que tratan de imitar al cine. Estos dos videojuegos nos ponen en papeles muy diferentes a los que hemos estado nunca muchos de nosotros, haciéndonos comprender en primera persona, de culturas que tan solo habíamos conocido con más profundidad en los libros y reportajes. Sobre Never Alone (Lohne, 2020), que gracias a este videojuego se daba un curioso equilibrio entre la tradición y las nuevas tecnologías, convirtiéndose en una forma de aprender, practicar, actuar, escenificar y revivir antiguas tradiciones.

5.3. La representación de las diferentes culturas en los medios masivos

La formación del concepto de estado nación tal y como lo conocemos hoy en día, tiene sus orígenes, de acuerdo con Ortega y Gasset, en un proceso que comienza entre los siglos XI y XVI, momento en el que estos se forman como tal, posteriormente, entre los siglos XVII y XVIII los estados comienzan a gestionados normativamente, surgen las primeras normas que hacen referencia a territorios y a las gentes que viven en estos. Entre los siglos XIX y XX vemos el surgimiento del Romanticismo, que entre otras cuestiones ensalza el sentimiento patriótico, y es a partir de este que surgen las ideologías nacionalistas. Actualmente, tras ambas guerras mundiales y la guerra fría entre EEUU y la extinta URSS, en un mundo cada vez más globalizado por el auge de entidades supranacionales y el internet, se da crisis de la identidad nacional y del propio estado.

Talavera Fernández (1999) define el concepto de identidad nacional como un sentimiento subjetivo consistente en pertenecer a una nación o a una comunidad en concreto, en la que existen diversos elementos que la cohesionan y la hacen única, como lo son la lengua, la religión, la cultura, la etnia, etc. Varios autores (Nigbur y Cinnirella, 2007; Smith, Giannini, Helkama, Maczynski y Stumps, 2005) han definido el sentimiento de identidad nacional como un subtipo de identidad social, la cual podemos entender como “aquella parte del autoconcepto de un individuo que se deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales juntamente con el significado valorativo y emocional asociado a esta pertenencia” (Tajfel, 1984, p.292).

Este sentimiento de pertenencia a un grupo en concreto, que no necesariamente tiene por qué ser un país, ya que también podemos encontrarlo entre los seguidores de un equipo de fútbol, los aficionados a los coches, o el grupo de personas que comparten un mismo hobby como lo es el de los videojuegos. En definitiva, y tal como Anant (1966) define, la pertenencia como el sentido de implicación personal que un individuo desarrolla en un sistema social, este individuo tenderá a buscar ser parte indispensable e integral de ese sistema.

Como ejemplo de la influencia que este sentimiento tiene en nosotros podemos destacar la película alemana de 2008 *Die Welle* (La Ola), donde un profesor cuestiona a sus alumnos acerca de si lo sucedido con el partido nazi podría volver a ocurrir, el profesor les propone así crear un grupo donde todos compartan una misma vestimenta y símbolos. Así lo que empezó siendo una simple actividad escolar, acabó convirtiéndose en algo personal para cada uno de los miembros de La Ola. El colegio pasa así a dividirse entre quienes son miembros y quienes no, los cuales acaban por convirtiéndose en una minoría que recibía toda clase de abusos. Uno de los personajes principales de la historia es Tim, un chico sin amigos que era objeto de burlas, pero que tras unirse a La Ola ve cómo finalmente es aceptado por primera vez, agarrándose a esta posibilidad hasta sus últimas consecuencias. La película está basada en hechos reales, originalmente Ron Jones, profesor de historia de un instituto de Palo Alto, California, fue quien llevó a cabo este experimento sobre el fascismo, al que llamó experimento de la tercera ola, el cual fue detenido al quinto día ya que, al igual que sucede en la película, la situación se le fue completamente de las manos.

Y lo mismo que ocurre con los grupos creados alrededor de un hobby, sucede también con los habitantes de un país o una ciudad. Proshansky fue uno de los autores que

desarrolló el concepto de “place identity” aquellas ideas que relacionamos a ciertos lugares o espacios que nos rodean y en función de las cuales el individuo puede desarrollar una serie de vínculos emocionales y de pertenencia con respecto a estos. Norris, profesora de Harvard, realizó un análisis sobre los datos ofrecidos por *World Values Survey* sobre estudios realizados a principios y finales de los años 90. Norris calculó que las personas se sentían más identificadas con su localidad o región (49%), segundo con su país (38%), mientras que el resto se consideraban ciudadanos del mundo (13%). Manuel Castells aplicó este mismo ejercicio a Cataluña en 2003, obteniendo como resultado que un 19,7% se sentía más española que catalana, un 37% que se siente más catalana, un 36,2% que se sentía tan española como catalana, y, por último, un 6,6% que no se sentía identificada con ninguna de las dos (Castells, 2009).

Toda esta situación es muy probable que haya cambiado en gran manera en los últimos años debido a la globalización, pues vivimos en un mundo cada vez más interconectado donde todos vestimos de la misma manera o consumimos las mismas películas. Las nuevas tecnologías y su rápida evolución han tenido un papel fundamental en generar una serie de cambios que, para bien o para mal, han supuesto un antes y un después para el mundo tal y como lo conocíamos. Pero centrándonos especialmente a nivel cultural, gracias a herramientas como internet nos es fácil enterarnos de que ha ocurrido en países a miles de kilómetros del nuestro, la cultura nunca ha estado tan a nuestro alcance como antes, lo que unido a una educación que fomenta en las nuevas generaciones el aprender nuevos idiomas aparte del nativo, nos permite incluso poder aprender de esas culturas hablando con quienes se identifican con estas.

En cuanto a los aspectos más negativos, realmente no podríamos hablar de una destrucción de las identidades culturales, sino más bien de una transformación de estas (Bauman, 2007. p196), que ha tenido lugar porque el concepto de frontera, que hasta ahora siempre se asociaba con los límites territoriales de un país, es uno cada vez más débil (A. Vicente y M. Moreno, 2009). No obstante, existe el problema latente, la creación de una única cultura unitaria (Ocampo, 2002) en la que predominen unas culturas sobre otras, y sean ignorados los distintos matices que las hacen únicas a cada una de ellas, produciéndose una colonización cultural por parte de las élites. Hemos de tener en cuenta, que, si observamos a las 50 corporaciones mediáticas con más presencia en el mercado, son en su mayoría de procedencia norteamericana o europea (Birkinbine, R. Gómez y Wasko, 2017), ofreciendo así una perspectiva del mundo marcadamente occidental.

Por otra parte, en un mundo donde todo está conectado, los acontecimientos de un territorio repercuten en otros ajenos a este, o incluso, a todos los demás, afectando de este modo a cada individuo de una manera u otra. Esto ha sido fácilmente observable en situaciones de crisis como lo fue la económica de 2008, la pandemia de la COVID19 o la guerra de Ucrania. Es entonces que los estereotipos y los tópicos, tan antiguos como el propio concepto de familia o grupo, tienen un mayor peso en los distintos ámbitos de nuestro día a día.

Utilizamos estereotipos y tópicos como un mecanismo de defensa ante lo desconocido y ante una realidad que nos resulta inabarcable, buscamos simplificar todo lo que nos rodea, pero dándole de algún modo una justificación y un sentido a toda información que llega a nosotros. Según Tajfel, surgen por la propia actividad social, y son un reflejo de la

cultura y la historia. Distintas teorías han tratado de darle una explicación a estos, distinguimos así las teorías del conflicto, el origen está en las diferencias entre el endogrupo y el exogrupo; las teorías del aprendizaje social, los estereotipos requieren de la existencia de unas diferencias, pero también dependen de la influencia de los distintos agentes sociales.

Actualmente es más necesaria que nunca una correcta representación cultural en los medios que consumimos, pues de lo contrario estaríamos generando corrientes de desinformación, que modificaría la percepción que se tiene acerca de una comunidad y la de cada individuo que estos la componen. Partimos así de la definición ofrecida por la Unesco, “la cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

Los medios, a través de las historias y temas que cuentan, tratan de imponer sus mensajes sobre los demás con una clara intencionalidad. Y es que, en un mundo donde las megacorporaciones se encuentran en un proceso de concentración constante, existe cada vez menos margen para que se cuenten historias únicas, para que podamos ver perspectivas diferentes, en definitiva, se produce una clara pérdida de libertad de expresión. El hecho de que en ocasiones estas corporaciones ofrezcan obras en las que se muestren otras culturas, no es más que otra forma que tienen para alcanzar sus objetivos, en ocasiones, por tratar de atraer la atención de los individuos que se sientan identificados con esa cultura, aumentando así su público, aprovechar alguna moda del momento, o, por otro lado, obtener cierto reconocimiento social.

Pero ciertamente, tan peligroso es una incorrecta representación como la ausencia de representación, y aunque ciertamente estas obras tienen un claro fin comercial (véase Encanto de Disney (2021) o la saga de videojuegos de Assassin's Creed) muchas de estas, se llevaron a cabo mediante la creación de equipos multiculturales, con expertos en la cultura que se buscaba representar. La representación es importante tanto a nivel de grupo como a nivel individual, pues esta tiene “un papel decisivo en la articulación identitaria y en la evocación de referentes en el desarrollo de un imaginario colectivo” (Nash, 2008. p13).

Desde la perspectiva del individuo, el observar cómo tu cultura es únicamente representada mediante el uso de estereotipos o tópicos, genera una sensación de cierta inseguridad al no identificarte con ningún personaje o situación que se difunde a través de los medios, esto es especialmente crucial a edades tempranas, periodo de nuestra vida en la que absorbemos para nosotros todo aquello que vemos, así pieza por pieza se va construyendo nuestra personalidad, por lo que esta cuestión merece más importancia de la que se le da. Otra consecuencia que genera en el individuo una incorrecta representación, es que las personas pertenecientes a otros grupos cargarán sobre él ciertas expectativas, tanto positivas como negativas, que le dificultarán en su actividad social.

Actualmente circula mucho en redes el término “inclusión forzada” o “corrección política”, especialmente a lo relacionado con el cine y los videojuegos, haciendo referencia a que se trate de cumplir con una cuota de representación de grupos minoritarios en los productos culturales. Jorge Pinarello, actor y director de cine

argentino, más conocido por ser el creador del canal de Youtube *Te lo resumo así nomás*, explica en su vídeo *¿Por Qué El Cine No Tiene Que Ser Políticamente Correcto?* (Pinarrello, 2020) toda esta cuestión, para empezar el término “corrección política” es uno que ha cambiado, siendo algo positivo o negativo, según el bando que estuviese a la cabeza políticamente, actualmente es un término que quiere decir “no ofender a nadie”, algo que a la hora de la verdad es imposible, por lo que es un término inexacto, utilizado como as en la manga para defenderse ante cualquier crítica negativa. Por otra parte, también hace mención a que actualmente estas quejas están dándose con más frecuencia, por poner un ejemplo, J., personaje de *Hombres de negro* (1997), interpretado por Will Smith, era originalmente un personaje blanco en los comics, mientras que actualmente existe un gran debate por la elección de Halle Bailey para hacer de Ariel en la nueva película de *La Sirenita* (2023). Esto ocurre, según Pinarrello, primero porque el acceso a internet nos ha dado más información, y ahora cualquier persona puede conocer sobre las obras originales en las que se basa una película; y segundo por las redes sociales, que han creado corrientes de opinión que facilitan un clima de discusión sobre cualquier tema de actualidad, estas corrientes además pueden llegar a ser una fuerza de cambio, pues las compañías prestan atención a estas críticas, afectando así a la integridad del artista, pues esto llega a rozar peligrosamente la censura.

Ciertamente el arte no puede condicionarse por fuerzas ajenas al artista, especialmente por aquellas personas a las que Pinarrello califica como “culturalmente sedentarias”, que solo buscan que los productos culturales que consuman refuercen sus ideas preestablecidas. Es así que en un mundo globalizado como el nuestro, con una cada vez más abrumadora presencia de grandes corporaciones, se hace más necesario que nunca, que las distintas culturas tengan un espacio destacado en los productos culturales que son consumidos por millones de personas, pues en muchas ocasiones, por mucho que un país busque que su cultura sea más conocida, este esfuerzo difícilmente tendrá más o el mismo alcance que una película de Hollywood.

5.4. La identidad española

Un rápido vistazo a Hollywood nos permite descubrir cuál es la imagen que se tiene de los españoles en el resto del mundo. Desde clásicos del séptimo arte como *La vuelta al mundo en ochenta días* (1956), donde se alteraba el viaje de Phileas Fogg para que hiciera una visita a Andalucía, a obras más recientes como *Noche y día* (2010), donde Tom Cruise y Cameron Díaz subidos en una moto, trataban de escapar de unos toros por las calles de Cádiz; tratan de vender la imagen de una España en la que la única música que escuchamos es el flamenco, y en nuestros ratos libres buscamos a algún toro que poder torear. Parece como si la imagen extranjera del país se nutriera únicamente de los estereotipos más rancios y obsoletos, que dentro del país se asocian comúnmente a Andalucía.

Pero ciertamente estos tópicos no son única y exclusivamente vendidos por Hollywood. España, que depende en gran medida del turismo, vende también la imagen de un país de sol, playa y flamenco, especialmente en su cartelería (Pascual, 2014), vende siempre los mismos lugares emblemáticos: el Museo del Prado, la arquitectura de Gaudí, o la Costa del Sol. Son necesarias más campañas que fomenten a la imagen de una España auténticamente diversa, una cuestión difícil de afrontar, pues al fin de al cabo son campañas que tratan de vender el país en el extranjero, pero el cambio es posible, como ya se ha mostrado en campañas como “Te mereces España”, que fue realizada para el verano de 2021, como una forma de reactivar el turismo después de la pandemia. En esta campaña se muestra una mayor oferta de destinos y de posibles actividades. También hay que mencionar que no se trata de una cuestión exclusiva de la publicidad, es algo que también es necesario cambiar de cara a los propios tours o visitas guiadas.

Los tópicos regionales tienen aún un fuerte predominio, pues no es casualidad que, si echamos un vistazo a la lista de películas de origen español más taquilleras, publicada por Fotogramas en mayo de 2022, encontremos en el puesto número uno y tres las películas *Ocho apellidos vascos* y *Ocho apellidos catalanes*, películas que utilizan los estereotipos regionales más extendidos para hacer humor con ello. No hay nada malo con estas películas, pues pese a estos estereotipos, los personajes muestran que son algo más que un andaluz dicharachero o un vasco exageradamente serio, y que al final del día son películas que mediante la burla a lo absurdo han entretenido a miles de españoles, y también han mostrado que, pese a los prejuicios que podamos tener con según qué territorios, a la hora de la verdad tenemos más cosas en común de lo que pudiésemos imaginar. Pero ciertamente ambas películas refuerzan ciertos estereotipos, y debemos ser conscientes de esto, de que la realidad es mucho más rica, y que es propio de una comedia el deformar la realidad a su conveniencia. Por otra parte, el predominio de estas películas nos muestra que somos nosotros mismos los que reforzamos ciertos estereotipos.

Es necesario que marquemos diferencias entre estereotipo y tópico. Un estereotipo es “la generalización que hacemos sobre una persona en razón de su pertenencia a un grupo o a una categoría social” (Morales y López, 1993). Mientras que un tópico es según el diccionario panhispánico de dudas: “lugar común, idea o expresión muy repetida”. La diferencia determinante entre estos dos conceptos es, según Carlos Hernández Cortés, que los tópicos hacen referencia a ideas más amplias, y no a las referidas a una sociedad en concreto (Hernández, 2014). Por poner un ejemplo de esta diferencia, sería correcto decir

que el toreo es un tópico de España (idea repetida en multitud de medios), pero no hablaríamos del toreo tal cual, como un estereotipo, diferente sería decir que los españoles son muy extrovertidos, que sí sería uno. Cabe mencionar que también es necesario diferenciar entre tópicos locales y tópicos globales. Locales son aquellos tópicos que se han extendido únicamente a territorios muy concretos, mientras que los globales son los que se han extendido a nivel internacional.

A continuación, haremos mención a los tópicos y estereotipos más asociados a España, siguiendo para ello la lista creada por Carlos Hernández Cortés, de los que él considera los más conocidos a nivel mundial: la tauromaquia, el flamenco, la fiesta, la siesta, el turismo de sol y playa, y la piel morena.

-La tauromaquia: aunque podríamos establecer el origen de esta práctica duramente criticada en la antigua Grecia, es en España donde más se ha hecho por mantenerla viva, además de extenderla a otros territorios que pertenecieron a la corona de España. Pese al rechazo que muchos españoles sienten hacia esta práctica, es una de las formas más comunes de representar a España en los medios audiovisuales extranjeros, ya sea mediante el toreo o los encierros. También es una imagen muy extendida en souvenirs españoles, y, por mucha crítica que exista actualmente desde distintas posturas políticas, la imagen del toro de Osborne es prácticamente un emblema de las carreteras españolas. Una de las obras que más ha hecho por extender esta imagen de los españoles es la novela y posteriormente ópera *Carmen* (1845), de Prosper Mérimée, quien se inspiró en un viaje que realizó a España. En la obra aparecen muchos elementos propios de la tauromaquia, como los trajes de luces que visten algunos personajes.

-El flamenco: siendo una música de origen romaní, se convirtió en un símbolo de la cultura española especialmente tras la guerra de independencia (J. Altozano, 2019). Cuando estamos viendo una película, valen cuatro notas de una guitarra española para saber que a partir de ahora la historia transcurrirá en España. Es algo que, de nuevo, se utiliza en gran medida en los anuncios audiovisuales turísticos, pues al hacer siempre falta algún tipo de música que complementa al vídeo, el flamenco se convierte en el as en la manga para todo tipo de situaciones. Recordemos también que fue declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 2010.

-La fiesta: el turismo es uno de los principales motores económicos del país, una de las razones de esto es las distintas festividades que se dan en todo el año: Carnaval, Semana Santa, Feria, San Fermín... Entre otras muchas. Esto tiene además un efecto secundario, y es el del estereotipo de la pereza de los españoles, de gente irresponsable con su trabajo, que además derrochan todo el dinero que ganan a la menor oportunidad.

-La siesta: fuertemente relacionada con la anterior. España es vista desde el extranjero como un paraíso vacacional, eliminándose así muchos de los matices que enriquecen su cultura. Unido a esto está la visión del español como un individuo únicamente preocupado por vivir la vida, incapaz de pensar en las posibles consecuencias de sus actos. Dentro de España este estereotipo se relaciona con los andaluces, cuestión que merece su análisis independiente, pues denota cierto clasismo que hay contra la población andaluza.

-El turismo de sol y playa: las principales zonas que reciben turistas en nuestro país son las ciudades con costa. La extensión de esta imagen comenzó en la década de los sesentas, cuando la Dictadura comenzó a crear una serie de campañas que atrajesen a turistas extranjeros. Actualmente, como ya hemos mencionado, el turismo es uno de los pilares de la economía española, siendo así que estas campañas no han cesado de enviar este tipo de imágenes, adaptándola a tiempos modernos, pero permaneciendo igual en sus bases: las playas españolas son el lugar ideal para disfrutar al máximo del caluroso verano. Se trata de una publicidad que va a lo seguro, ya que, de enfocar su atención en un tipo de turismo más cultural, esta chocaría contra los estereotipos extendidos en el extranjero, pues recordemos que estos no son más que un mecanismo de defensa ante lo desconocido.

-Piel morena: en enero de 2023, con la salida de la película *El gato con botas: el último deseo* (2022), circuló por las redes un dibujo que convertía al gato protagonista, interpretado tanto en español como inglés por Antonio Banderas, en un humano. Este dibujo trajo consigo muchas críticas por parte de principalmente estadounidenses, alegando que representar al gato como un hombre blanco era ofensivo para los españoles. Rápidamente la discusión llegó a España, convirtiéndose rápidamente en el chiste en redes de la semana.



Imagen 2. Dibujo inspirado por el Gato con Botas del usuario @Floating_Megane (Twitter)

Todos estos tópicos y estereotipos son la primera imagen que a un extranjero se le viene a la cabeza al pensar en España. Centrándonos en la materia de este trabajo, tanto en EEUU como en Japón la cultura española ha generado un gran interés y curiosidad, siendo así que podemos ver que han plasmado este interés en distintas obras. En el caso de EEUU cabe mencionar la ya mencionada *Vuelta al mundo en ochenta días* (1956) o la película animada de *Ferdinand* (2017), basada en la obra del escritor de cuentos estadounidense Munro Leaf, en ambas películas podemos ver muchos de los tópicos y estereotipos mencionados anteriormente, pero ciertamente, si el cine norteamericano padece de algo a la hora de representar nuestra cultura es en mezclar España con los distintos países de

América Latina. Ejemplo de esto lo podemos ver en *En el punto de mira* (2008), donde el presidente de EEUU viaja a Salamanca, la película fue completamente rodada en México, y por mucho que se busque representar España, detalles como los extras, los negocios que aparecían en la película y algunas señales, denotaban cierta dejadez a la hora de hacer una correcta representación. Por el lado de Japón, vemos que la cultura española ha tenido un gran calado por esas tierras, ya que es muy conocido la popularidad que entre otras cosas tiene el flamenco. El origen de este interés en la actualidad podría estar en la película *Carmen from Kawachi* (1966), que retomaba la figura de Carmen de la famosa ópera; también cabe mencionar la película española *Los Tarantos* (1963), una adaptación de la historia de *Romeo y Julieta*, pero incorporando elementos de la cultura gitana. Aunque ciertamente las relaciones entre España y Japón datan desde 1868, donde ambos países firmaron el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación. Es más, este interés por el flamenco en Japón tiene su origen en la extensión que tuvo la obra *El amor brujo* (1929), de Manuel de Falla, que fue acompañada de distintos espectáculos protagonizados por la bailaora Antonia Mercé, más conocida como *La Argentina*. Por otra parte, y como una representación más reciente, cabe mencionar la que hizo el comic más vendido del mundo *One Piece*, de Eiichiro Oda, parte de este anime y manga de piratas transcurre en la isla de Dressrosa, claramente inspirada en España, especialmente en la arquitectura de Gaudí.



Imagen 3. Dressrosa, isla inspirada en España del Anime *One Piece*. Toei Animation Co.

Mucha representación que se hace de España cae en el género conocido como españolada, el cual data del seiscientos, una serie de manifestaciones artísticas, principalmente de carácter popular (Navarrete, 2014). Se trata de una visión romántica e idealizada de España y sus gentes. En algunos casos estas obras han tenido ciertas características similares a la de la cultura underground, pues supusieron un rechazo a las obras artísticamente aceptadas por el poder oficial. El término ha llegado hasta nuestros días como una forma de representar España de forma simplista, una España atrapada eternamente en un tiempo pasado. Englobaríamos dentro de este término todas aquellas obras que hagan uso de los ya mencionados estereotipos y tópicos asociados a España,

especialmente en aquellos casos en los que estos supongan un freno a los personajes y a las situaciones que estos puedan vivir, ya que simplemente pasan a ser formulaicos y repetitivos, perdiéndose de este modo profundidad en las obras artísticas.

Por último, cabe mencionar lo compleja que es en realidad la construcción de una identidad nacional, pues en el caso español, Rafael Núñez Florencio, historiador y filósofo, destaca los siguientes elementos clave para la creación de la identidad española (2015): el peso de la historia y el aspecto mítico: “El Cid representa la España medieval. Isabel, la España renacentista. Felipe II la España imperial. Don Quijote, la España barroca y decadente. Fígaro, la España dieciochesca. Don Juan y Carmen la España romántica” (R. Núñez, 2015). Núñez Florencio destaca que los tópicos y estereotipos son inevitables, pero que son fruto de que España tiene una imagen fuerte, tanto para lo bueno como para lo malo.

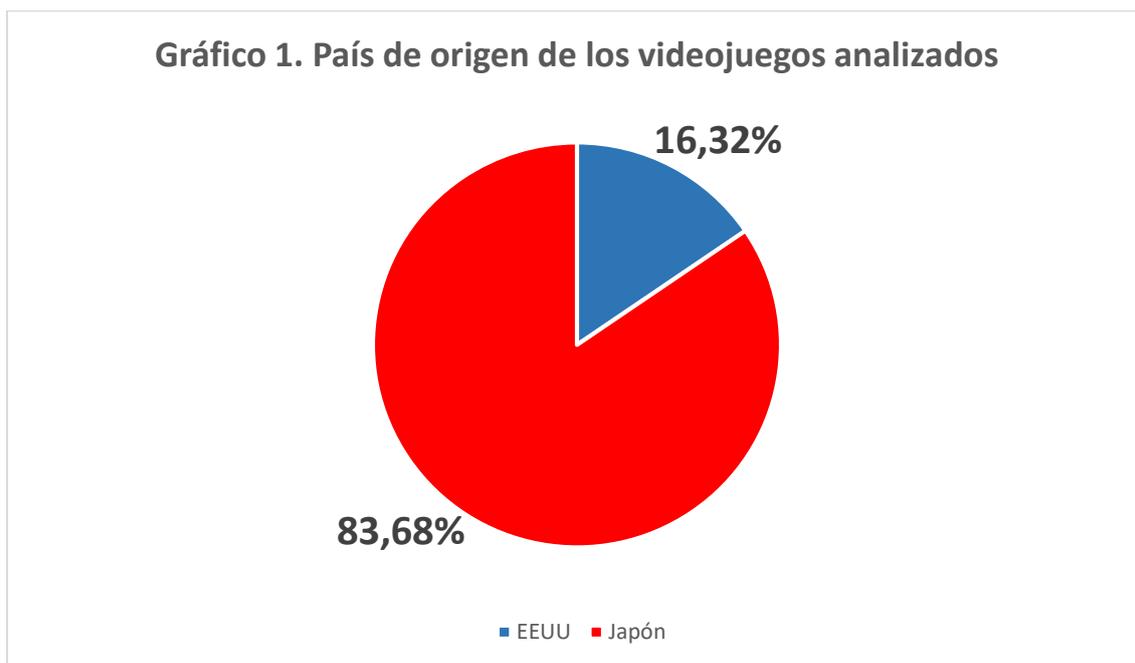
6. Resultados del análisis

En este análisis han sido tenidos en cuenta 98 videojuegos creados por empresas estadounidenses y japonesas. Esta partió de los artículos publicados por Vandal, Vida Extra e IGN, pero también se han incluido otros videojuegos que presentaban muchos de los rasgos que están siendo estudiados en este trabajo. Al ser el videojuego un medio que necesita la interacción del jugador, es necesario mencionar que 45 de estos han sido jugados previamente por el autor de este estudio, en muchos casos se ha realizado incluso una revisión rápida a las partes más interesantes para la materia en cuestión. Para los 47 restantes, debido a la falta de tiempo o recursos, se ha recurrido al visionado de gameplays (alguien jugando a un videojuego en cuestión) a través de Youtube, plataforma dedicada a la difusión de contenido audiovisual.

No ha sido creada una categoría de análisis que haga referencia a fechas, aunque sí se ha registrado en la tabla la fecha de salida de cada juego a fin de hacerla más completa y clara, pero no con la intención de buscar en qué año hubo una mayor o menor representación, pues pese a que esta lista ha buscado ser lo más completa posible, en lo referente a fechas no consideramos que podamos sacar una conclusión lo suficientemente clara posible, acerca de si el mayor número de representación de un año en concreto, se debió a alguna cuestión externa a los videojuegos. Aun así, cabe resaltar que, dentro de los juegos analizados, el año en el que salieron más videojuegos con elementos de la cultura al mercado fue 1998, con un total de diez, el siguiente sería 2008, con seis.

6.1. País de origen de los videojuegos analizados

Una de las principales grandes sorpresas de este estudio ha sido descubrir que Japón (con 82 videojuegos analizados) representa más la cultura española en sus obras que EEUU (con 16 videojuegos analizados), pese a la tendencia del país nipón de crear muchos videojuegos que no salen de sus fronteras. De primeras cabría imaginar, que, por atraer el interés del público hispanohablante, buscarían crear productos en los que apareciese reflejada la cultura española, especialmente teniendo en cuenta la tendencia que tienen algunas empresas de EEUU de mezclar la cultura de España y la de los países de América Latina, como ya se ha mencionado en el marco teórico en lo referente al cine.



Fuente: elaboración propia

Como ya hemos mencionado este interés por la cultura española tiene su origen en obras como *El amor brujo* (1929), *Los Tarantos* (1963) o *Carmen from Kawachi* (1966), interés que posteriormente se vería reflejado en distintas obras japonesas, que tratarían de incorporar algunos de los elementos más característicos de la cultura española, o aquellos elementos que les resultan más llamativos.

Es curioso este caso si lo comparamos con la popularidad que tiene en nuestro país el mundo del manganime, popularidad que no ha surgido en los últimos diez años, sino que tenemos ejemplos como *Heidi* de 1975, un anime que ya resultó un gran éxito en nuestro país. Todo esto ha traído consigo un gran interés por todo lo referente a la cultura japonesa, lo que ha dado lugar a, por ejemplo, la película de animación española *Gisaku* (2006), que no solo hizo uso de un estilo anime, tanto en diseño de personajes como en el estilo de animación, sino que también incorporaba muchos elementos de la cultura japonesa, ya que esta trata acerca un samurái que tiene proteger una puerta por la que podrían entrar demonios, y para ello tendrá que visitar distintos lugares emblemáticos de España. La historia toma como base el viaje de la primera embajada japonesa, creada en el siglo XVII, la cual pasó por España y el Vaticano. Cabe mencionar que esta película

fue creada para su visionado en la Exposición Universal de Aichi en 2005, como una forma de conectar ambas culturas.

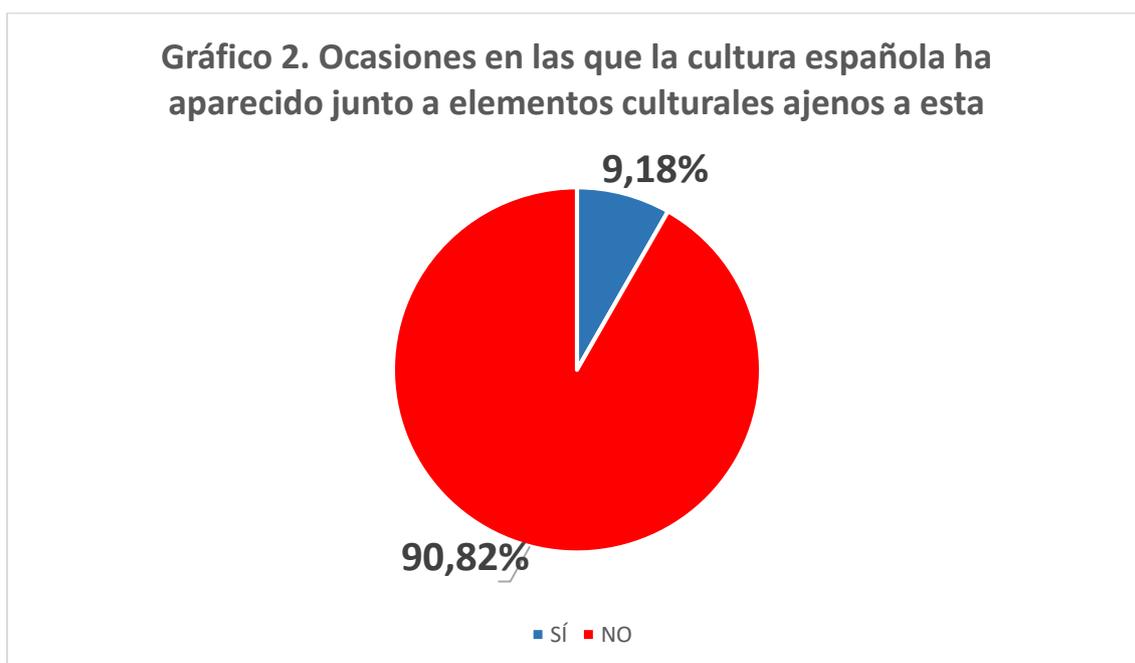
También, y entrando en la materia de los videojuegos, cabe mencionar el videojuego *Aragami* y su secuela, *Aragami 2*, videojuegos de origen español ambientados en el Japón feudal, donde nos ponemos en el papel de ninjas. Ciertamente, tanto la película como los videojuegos, van cargados de estereotipos muy relacionados con Japón, un detalle muy a tener en cuenta en un futuro estudio que trate de cómo los medios culturales españoles representan Japón.

Por el caso estos resultados muestran que existe un menor interés en EEUU por representar la cultura española, pese a los acercamientos que hayan tenido ambos países a lo largo de la historia.

6.2. Ocasiones en las que la cultura española ha aparecido junto a elementos culturales ajenos a esta

Uno de los ejemplos que siempre se nos viene a la cabeza, a la hora de hablar de videojuegos ambientados en España es *Resident Evil 4* (2004), en el cual, observábamos como los españoles hablaban con un acento claramente más asociado a América Latina que a España, un tipo de acento que se suele utilizar en el doblaje español latino para representar el español castellano. Pese a que según Capcom, buscaban representar un pueblo cerca de los Pirineos, esta representación recibió críticas y burlas, por parte de jugadores y medios especializados desde su salida, aunque encajase con el toque serie B que siempre tuvo la saga en sus inicios.

La expectativa con este estudio era que íbamos a encontrar muchos juegos que hiciesen esto mismo, mezclar culturas por una clara falta de documentación en el desarrollo del juego, más en el ámbito de EEUU que en el de Japón, por ejemplos como la mencionada *En el punto de mira* (2008), pero los resultados me han sorprendido para bien en este caso, pues solo he encontrado nueve casos de los 98, en los que se diese una mezcla de culturas, y a diferencia de mi idea inicial, esta no solo se ha dado con América Latina, sino con otros países del ámbito europeo.



Fuente: elaboración propia

6.2.1. El ninja torero que canta tirolés

En la saga *Street Fighter* hemos encontrado tres casos en los que se da cierta mezcla. En esta saga tenemos a Vega, uno de los personajes de origen español más famosos, un asesino catalán que mezcla el ninjutsu y el toreo para vencer a sus enemigos, pero que inexplicablemente canta al estilo tirolés para celebrar algunas de sus victorias, característica que, pese a estar presente en el personaje en su primera aparición, estuvo ausente en varios juegos de la saga hasta que desde *Street Fighter IV*, se ha convertido en algo característico de él. Incluso muchos foros de internet han tratado de darle respuesta

a esta pregunta, donde más de uno alega, que no se le puede pedir mucha coherencia a un asesino catalán que mezcla el ninjutsu y el toreo para vencer a sus enemigos.

6.2.2. Los problemas de doblaje

Otro caso interesante es el de *Onimusha 4: Dawn of Dreams*, videojuego de acción japonés que combina un hecho real, la visita del misionero francés Luís Fróis a Japón en 1563, con una aventura en la que unos demonios tratan de apoderarse del mundo. En el juego llegamos a manejar a Roberto Fróis, hijo de Luís, pero parte importante de su personaje es el hecho de que él habla español y no se entiende con el resto de personajes japoneses. Pero no solo nos encontramos con el mezclar Portugal y España, sino que también tenemos que hacer mención a sus diálogos en español. En la versión japonesa, se trata claramente de un japonés tratando de hablar español, mientras que en la versión inglesa sucede exactamente lo mismo que veíamos con *Resident Evil 4*, vemos ese intento de forzar un acento español “neutro”.

El caso de *Tenchu* es uno muy similar al anterior, tenemos en este caso a un pirata español que ataca Japón, y a la hora de darle ciertos diálogos volvemos a ver el caso anterior, en la versión original japonesa es doblado por un japonés que trata hablar español, mientras que, en la inglesa, volvieron a elegir a un hispanohablante de América Latina que trata de forzar el acento.

En *The Wheelman*, nos encontramos un caso muy particular, pues en un juego ambientado en Barcelona, encontramos muchos personajes hablando catalán, un esfuerzo de documentación bastante destacable. Por otra parte, los personajes principales destacan por unas muy trabajadas voces, tanto en español como en su versión original. El problema está en los NPC (personajes no jugables) de fondo, donde se nota el utilizar a actores de América Latina para ahorrar costes.

6.2.3. El caso de *Psychonauts*

Hablar de *Psychonauts* es hablar de uno de los mejores ejemplos del potencial artístico de los videojuegos, pero en la obra de Tim Schafer nos encontramos un caso muy particular. En este videojuego ayudaremos a distintos personajes a superar sus traumas, metiéndonos para ello en su mente, y uno de estos es Edgar Teglee, un personaje que debe superar el desamor que vivió cuando, estando en el instituto, su novia le dejó por otro. Edgar es un personaje que ha sido complejo de clasificar, pues claramente tiene rasgos típicos con los que se representan tanto a españoles, como a mexicanos. Para empezar, el personaje habla en inglés, pero con un acento más comúnmente asociado a España, dice palabras sueltas en español, pero con un acento que se hace difícil diferenciar de dónde podría proceder; por otra parte, su nivel gira alrededor de una especie de encierro donde nos persigue un toro, la exnovia de Edgar viste con un traje de flamenca, y encontramos un torero y una plaza de toros, esto último algo muy asociado a ambos países. Pero también nos encontramos con perros pintores que viste los gorros y ropas tradicionales de México. Esta mezcla podría deberse a una falta de documentación, o una forma de mostrar uno de los problemas del propio Edgar, que, procediendo de alguno de estos dos países, pero creciendo en EEUU, tiene una imagen muy distorsionada de su propia cultura.

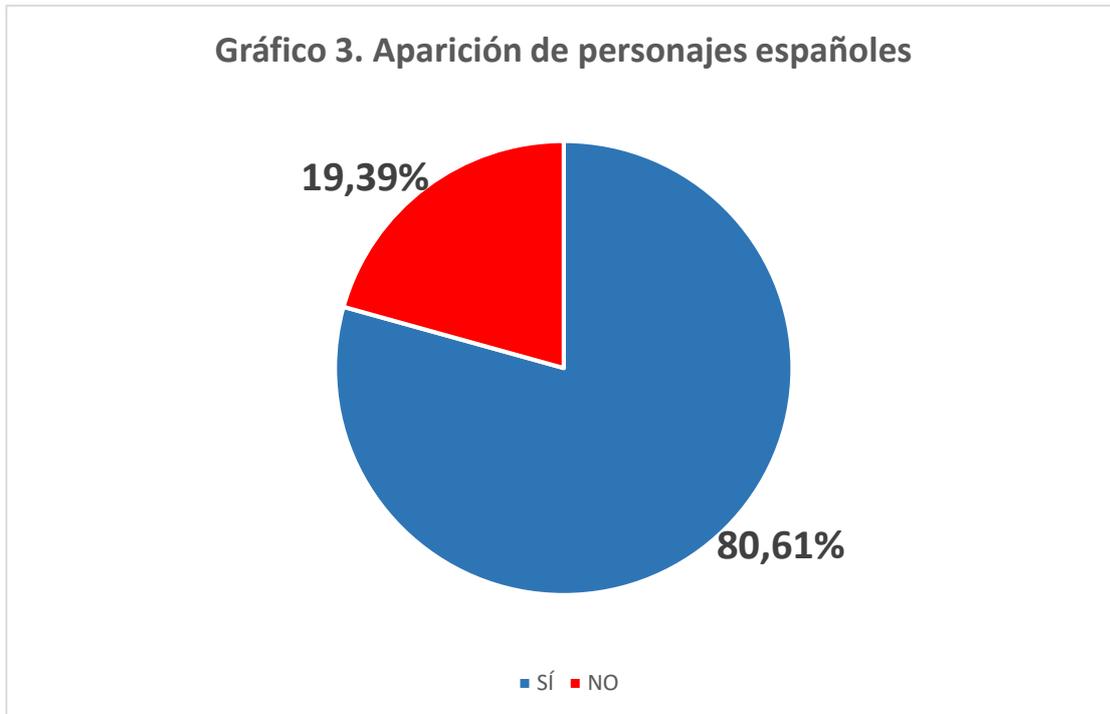


Imagen 4. Edgar Teglee del videojuego Psychonauts (Double Fine)

Por último, en *Sonic Unleashed* de 2008, nos encontramos un país llamado Spagonia, el cual mezcla rasgos de distintos países de Europa, entre ellos: España, Reino Unido, Italia y Francia.

6.3. Aparición de personajes españoles

De entre los 98 videojuegos que incorporaban rasgos de la cultura española analizados, en 79 de estos podemos encontrar personajes pertenecientes a esta cultura. Los 19 casos restantes pertenecen a videojuegos del género Shooter, otros de carreras, y alguno de lucha, en los que se utiliza España como un escenario, o en los que se utiliza algún elemento de nuestra cultura para ambientar una situación.



Fuente: elaboración propia

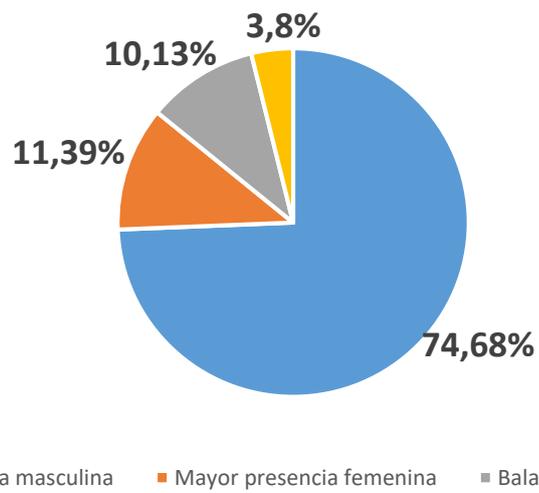
6.3.1. Un buen número de personajes españoles

El gran número de personajes, presentes en el 81% de los videojuegos analizados, nos indica algo muy positivo, que la cultura española puede dar lugar a personajes interesantes, que de una manera u otra llaman la atención, que toda esa imagen que tenemos del turismo existe, pero que, desde estos dos núcleos de creación de videojuegos, se ve necesario el crear personajes que representen este país. En las categorías siguientes trataremos de ver si estos personajes son una buena representación o no, pero al menos disponemos de un buen número sobre el que realizar un análisis en profundidad.

6.3.2. Lo que nos dice el género de estos personajes

Un detalle que cabe resaltar es el predominio de personajes de un género u otro. Por lo que, si tenemos un total de 79 videojuegos con personajes españoles, en 58 de estos había una clara mayor presencia masculina, nueve con mayor presencia femenina, tres de estos videojuegos famosos por la cosificación que realizan a las mujeres; ocho donde hay un balance, y, por último, tres en los que no se identifica el género de los personajes.

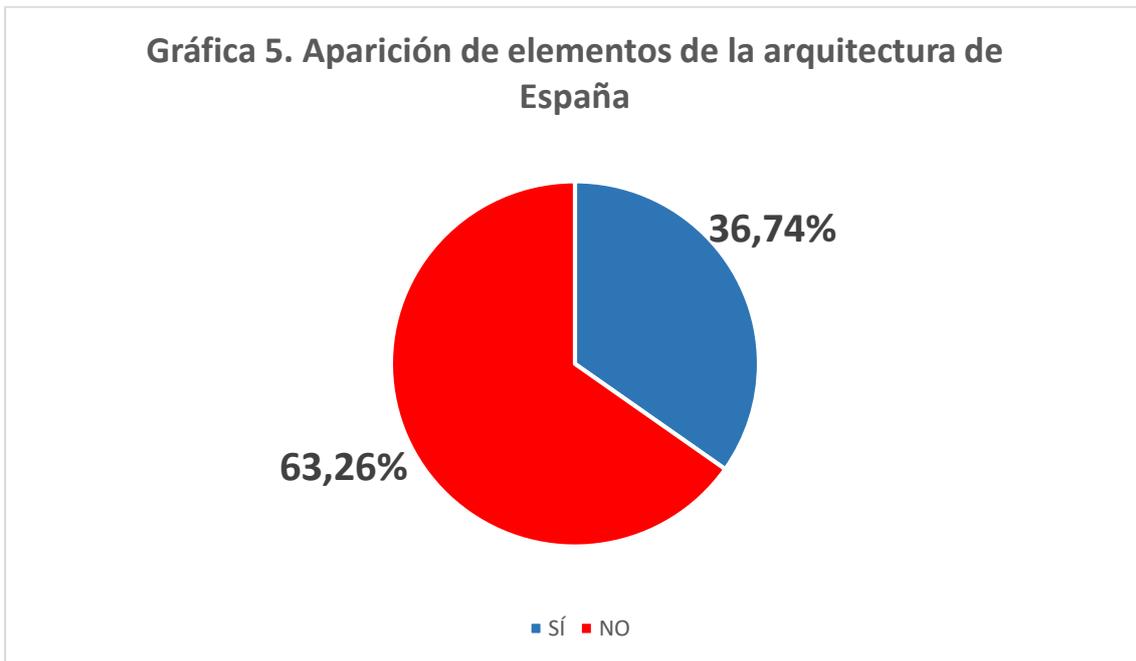
Gráfica 4. Presencia del género en los videojuegos analizados



Fuente: elaboración propia

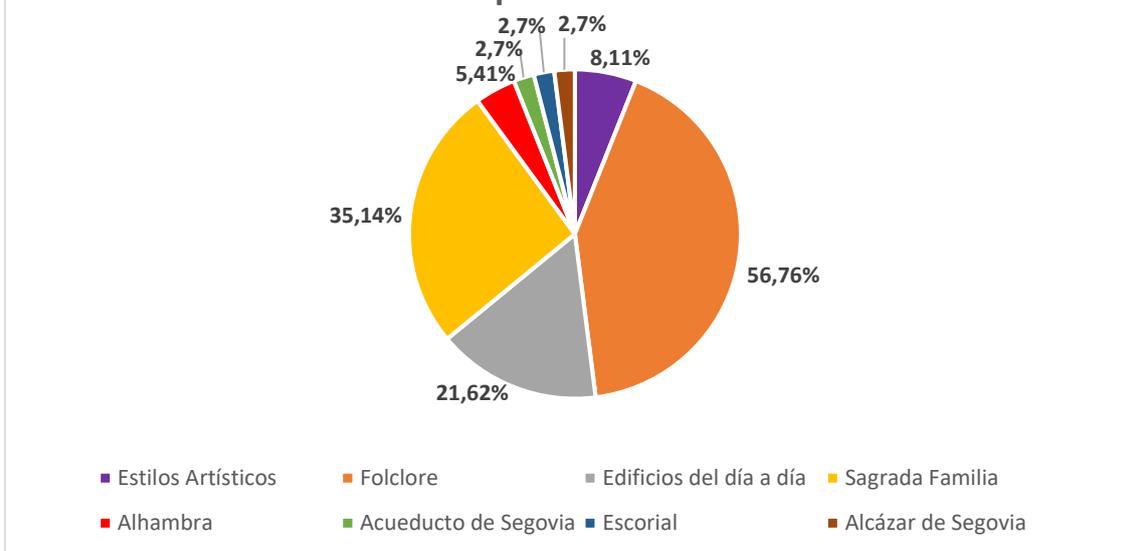
6.4. Aparición de elementos de la arquitectura de España

De los 98 videojuegos, en 37 aparecían edificios que buscaban representar a aquellos que podemos encontrar en nuestro país. Dentro de esta categoría hemos hecho cierta distinción entre si estos edificios pertenecían a algún estilo artístico de la historia de España, si eran edificios que asociamos al folclore de España, edificios comunes actuales; pero también hemos encontrados algunos casos en los que aparecían edificios emblemáticos del país como la Sagrada Familia, la Alhambra, el Acueducto de Segovia o el Escorial. En algunos videojuegos como el caso de *Pokémon Escarlata y Violeta*, y *The Wheelman*, encontrábamos más de un tipo de edificios, por lo que a continuación presentamos un gráfico con todos los casos que hemos encontrado, en total unos 44 usos de la arquitectura española.



Fuente: elaboración propia

Gráfica 6. Edificios emblemáticos de España representados



Fuente: elaboración propia

Como vemos, el tipo de edificios que más se repiten en la representación de España, que se hace desde el videojuego, son los que representan el folclore del país. Y es que, especialmente en los videojuegos de pelea, han sido muchos los casos en los que para mostrar al jugador que ahora se encontraba luchando en España, se recurre a utilizar la imagen más tónica posible. Esto como ya se ha comentado anteriormente, ocurre debido a una intención de abarcar los países de forma sencilla para cualquier jugador, independientemente del país al que pertenezca, y claro, especialmente por el peso que tiene el turismo en nuestro país, esta representación cae en todo lo referente a toros y flamenco. Grandes ejemplos de esta categoría serían el clásico escenario de Vega en *Street Fighter 2* o *The Wheelman*, donde nada más empezar tu partida tienes que pasar con un coche por una plaza de toros.



Imagen 4. Escenario de España en Street Fighter 2 (Capcom)

6.4.1. La Sagrada Familia, el monumento más emblemático

Con un 35% la Sagrada Familia destaca como el monumento español que más se repite en los videojuegos, con suma diferencia. Es tan emblemático de este país, que el primer detalle que a los jugadores les hizo darse cuenta que el siguiente videojuego de la saga Pokémon, iba a tener lugar en España fue ver un edificio claramente inspirada en esta, aunque estando en el centro de la península en vez de lo que sería Barcelona. Aparte de este caso, la Sagrada Familia aparece en el escenario español que más veces se ha repetido en la saga Tekken, también ha aparecido de fondo en el videojuego de luchas de robots *Mazin Wars*, o en el clásico *Super Pang*.

El siguiente caso sería el de los edificios del día a día, muy presentes especialmente en videojuegos de carrera, como en los *Gran Turismo*; también casos como los de *Tony Hawk Underground 2*, con una Barcelona llena de tópicos, pero seguía siendo una ciudad actual y no simplemente una plaza de toros; también destaca el caso de *Rampage World Tour*, donde ocurría algo similar, Barcelona, pero en este caso sin tópicos, de hecho la ciudad podría haber pasado como cualquier otra ciudad relativamente actual.

6.4.2. Otros monumentos emblemáticos de España representados

En el caso de tratar de imitar los estilos artísticos más característicos de la historia de nuestro país, hemos encontrado casos como las catedrales de *Resident Evil 4* o muchos de los distintos estilos que podemos ver en *Pokémon Escarlata y Violeta*, como la ciudad principal al estilo de Gaudí o algunos edificios de estilo mozárabe.

Por otro lado, tenemos el resto de edificios emblemáticos de España: la Alhambra, que ha aparecido de fondo en dos videojuegos de lucha, o en *Civilization V*; el Acueducto

de Segovia, que de nuevo aparece en un videojuego de lucha, en este caso *The King of Fighters XI*; el Alcázar de Segovia en *Super Pang*, o el Escorial en el *Civilization VI*.



Imagen 5. Escenario inspirado en el acueducto de Segovia. King of Fighters XI (SNK)

6.5. Aparición de la gastronomía en los videojuegos analizados

En los que respecta a la gastronomía, el resultado también me ha parecido bastante esclarecedor, tan solo en cinco videojuegos se hace mención a algún alimento típico de España. Ha sido un punto extraño de analizar, pues claramente es difícil que en videojuegos destinados a la conducción o a la pelea, aparezcan elementos de este tipo, pero considero que, con otros países de nuestra órbita, más concretamente Francia e Italia, el aspecto gastronómico es mucho más explorado, aunque ciertamente, para comprobarlo, sería necesario un análisis similar al realizado con la cultura española en este caso.

6.5.1. La excelente representación de la gastronomía española en Pokémon

Un caso llamativo, y el que me hizo comenzar esa clasificación fue *Pokémon Escarlata y Violeta*, donde se nota un gran trabajo de documentación en este aspecto, pues tenemos desde la mundialmente famosa paella, hasta la ensaladilla, pasando por la butifarra. Pero tristemente, este ha sido el caso más destacado entre el resto, aunque siendo positivos es el caso estudiado más moderno, con lo cual esperemos que este videojuego sea utilizado de ejemplo en obras posteriores.



Fuente: elaboración propia

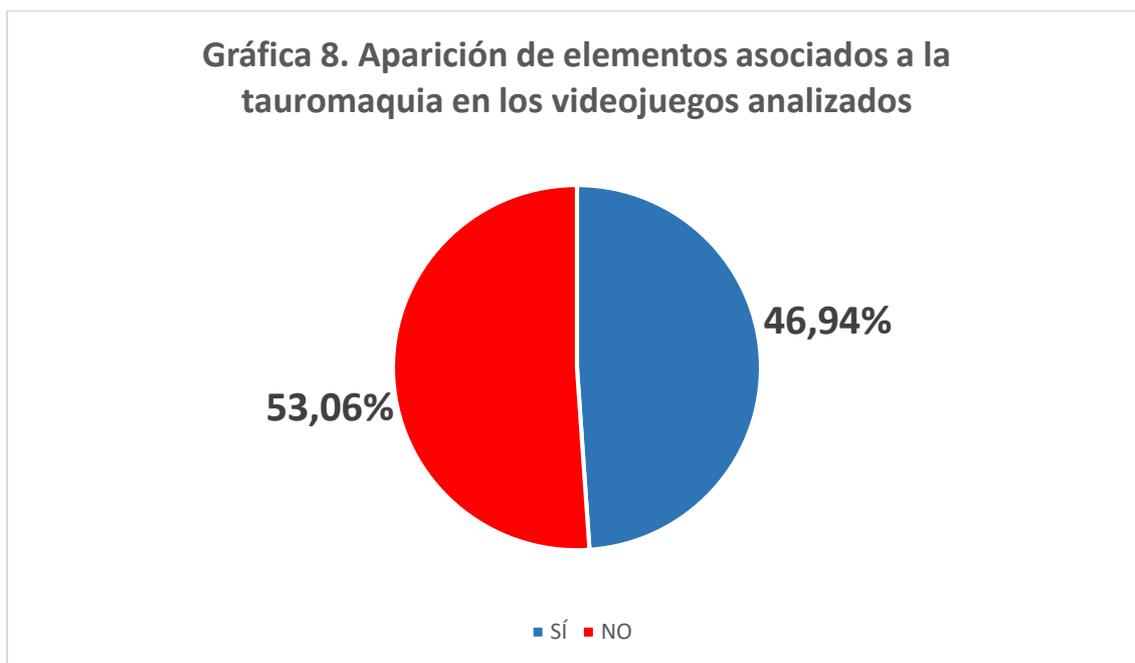
6.5.2. La comida favorita de los españoles

Otro caso destacable es el de la saga *Dead or Alive*, donde encontramos a la luchadora española Mila, que entre sus características se destaca el hecho de que su comida favorita es la paella. Un detalle que entra claramente dentro de los tópicos españoles, pero que al menos da visibilidad a nuestra gastronomía.

Por último, tanto en *Call of Duty WWII* y *Call of Duty Black Ops 4*, podemos ver típicas bodegas españolas con sumo detalle. Especialmente destacable es este segundo caso, pues en el mapa llamado Seaside, tenemos además una panadería y un mercado, que muestran un muy buen trabajo de documentación por parte de los desarrolladores.

6.6. Aparición de elementos asociados a la tauromaquia en los videojuegos analizados

El mundo taurino es el tópico más extendido con amplia diferencia, presente en 46 de los 98 juegos analizados. Es la forma fácil de representar el país, el toro, el traje de luces, la plaza... Estos elementos se han repetido de una forma u otra hasta la saciedad. Y pese a que esta sea una práctica muy bien valorada por un sector amplio de la población, no se da visibilidad en los videojuegos al sector opuesto, que la considera una tradición que debería haber quedado atrás hace bastante tiempo, de hecho, no he encontrado ningún videojuego en el que se presente una crítica hacia la tauromaquia.



Fuente: elaboración propia

Hablar de todos los casos analizados sería bastante repetitivo, con lo cual se hará mención a aquellos más reseñables.

6.6.1. Pokémon inspirados en animales españoles

En el caso de Pokémon tenemos como una de las nuevas criaturas es una referencia al toro bravo típico de España. Este no sería un detalle demasiado destacable, de hecho, no hay ningún entrenador con un traje de luces, ni un gimnasio ambientado en una plaza de toros, algo que muchos se esperaban con este juego, pero sí que junto a otro pokémon inspirado en un cerdo ibérico y otro que representa a un olivo, se nota cierta ausencia de pokémon inspirados en animales característicos de este país. Pero ciertamente, este ha sido el caso que más podría haber pasado por alto.

6.6.2. Toreros en videojuegos de lucha

Tenemos que volver a hablar de Vega de la saga Street Fighter, pues no deja de ser curioso que el máximo representante de España, en la famosa saga de lucha, sea un asesino que combine ninjutsu con toreo, y de hecho en el último título de la saga analizado, tiene como traje alternativo un traje de luces. Pero es increíble el número de luchadores con

nacionalidad española que cumplen este tópico: Miguel Caballero Rojo, de la saga Tekken, que también tiene la opción de portar un traje de luces; Laurence Blood de la saga Fatal Fury, que es literalmente un torero con una espada; en el mítico *Punch Out* y en su remake de Wii *Punch Out!*, tenemos a Don Flamenco, al que podemos ver entrenando boxeo contra toros en una plaza de toros.



Imagen 6. Lawrence Blood luchando en el escenario de España. Fatal Fury 2 (SNK)

6.6.3. El poder del traje de luces

En ese 47% destacaban enormemente los personajes ataviados con su inseparable traje de luces, por lo visto la prenda indispensable para identificar a un español, en videojuegos como en *Tony Hawk Underground 2*, donde por supuesto vamos a encontrarnos con un skater vestido de torero, o tendremos como misión soltar a un toro por las calles de Barcelona; o en *Harry Potter: Quidditch World Cup*, donde podemos encontrar equipos de este deporte de magos, de distintos países, y en el caso de España los jugadores portan su reglamentario traje de luces, y tienen como estadio una mezcla entre una plaza de toros y una catedral. En el resto de equipos, solo encontramos tópicos en el japonés, cuyos trajes imitan al de una armadura samurái, el resto de equipos los jugadores parecían verdaderos magos. También cabe mencionar el caso del primer videojuego de la saga *Spyro*, donde en uno de los primeros niveles, Town Square, teníamos como enemigos a orcos disfrazados de toreros y a toros.

Otro caso a destacar es el de la saga Shin Megami Tensei, famosa por el uso de distintas criaturas del folclore de todo el mundo, pues bien, uno de sus jefes más difíciles de toda la saga es Matador, un esqueleto medio pirata, medio torero, el cual dispone en su arsenal de poderosos ataques como el golpe Andalucía.

6.6.4. El símbolo de España

Representar a España con el toro es algo que podemos ver en *Civilization VI*, un juego que siempre ha buscado ser histórico y respetuoso con las culturas que introduce, incorporando a cada personaje el idioma que le corresponde, incluso si se trata de una lengua muerta. Por otro lado, tenemos *Inazuma Eleven 3*, videojuego de fútbol donde los jugadores pueden realizar las llamadas supertécnicas, habilidades que son utilizadas para tirar, parar tiros, regatear o defender. En la tercera entrega de esta saga tiene lugar un mundial, los protagonistas son el equipo de Japón, donde los jugadores tienen supertécnicas que carecen de tópicos, pero si vemos por ejemplo el equipo británico, una de sus supertécnicas principales es un tiro llamado Excalibur. Pues bien, también hay un equipo español, llamados los matadores rojos, cuyo escudo contiene un toro, y donde, además, los jugadores tienen como técnica estrella el engaño torero, donde los jugadores españoles hacen uso de una muleta de torero para regatear a sus contrincantes.

6.7. Presencia del flamenco

El flamenco ha sido un tópico mucho menos presente, tan solo en el 11% de los videojuegos analizados hemos podido ver bailes o vestimentas tradicionales. Es un resultado que sorprende en gran medida, debido a la clara predominancia que han tenido los videojuegos japoneses en la lista, país donde se supone que existe una gran admiración a este arte.

Es un arte que hemos podido ver de fondo en videojuegos de lucha como los de la saga *Street Fighter*, o varias entregas de la saga *Fatal Fury*. Por otro lado, y tal y como su nombre indica, tenemos a Don Flamenco, de *Punch Out!*, personaje que es un estereotipo con patas, y que al entrar al campo se echa unos pasos de flamenco mientras suena de fondo la ópera *Carmen*.

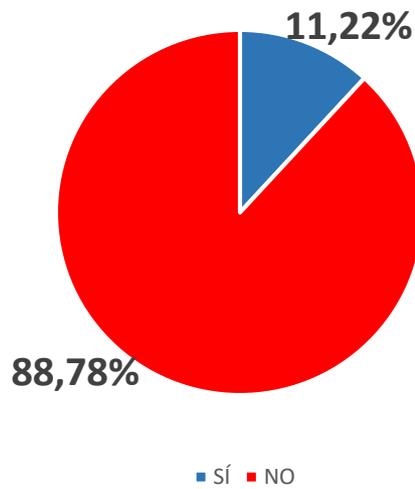


Imagen 7. Imagen de presentación de Don Flamenco. *Punch Out!* (Nintendo)

6.7.1. Bailaoras en el videojuego

Un caso que ha sido especialmente cómico es el de *Ace Combat Zero: the Belkam Wars*, videojuego bélico de aviones, donde el bando español, llamado Sapin en lugar de Spain, y representado por un toro por supuesto, se encontraba encabezado por Macarena Vázquez, quien aparece en las cinemáticas del juego peinada al más puro estilo flamenco, con flor incluida. También incluimos en este grupo a la exnovia de Edgar Teglee de *Psychonauts*, que tal y como se mencionó en el apartado de mezcla, viste de flamenca.

Gráfica 9. Veces en las que el flamenco ha sido referenciado en los videojuegos analizados



Fuente: elaboración propia

Quizás esta falta de representación del flamenco, se deba a la escasez de representación de personajes españoles femeninos en los videojuegos (tan solo 9 de los 79 videojuegos que presentaban personajes españoles), puesto que la vestimenta típica del flamenco es más popular en mujeres que en hombres.

6.8. La piratería española

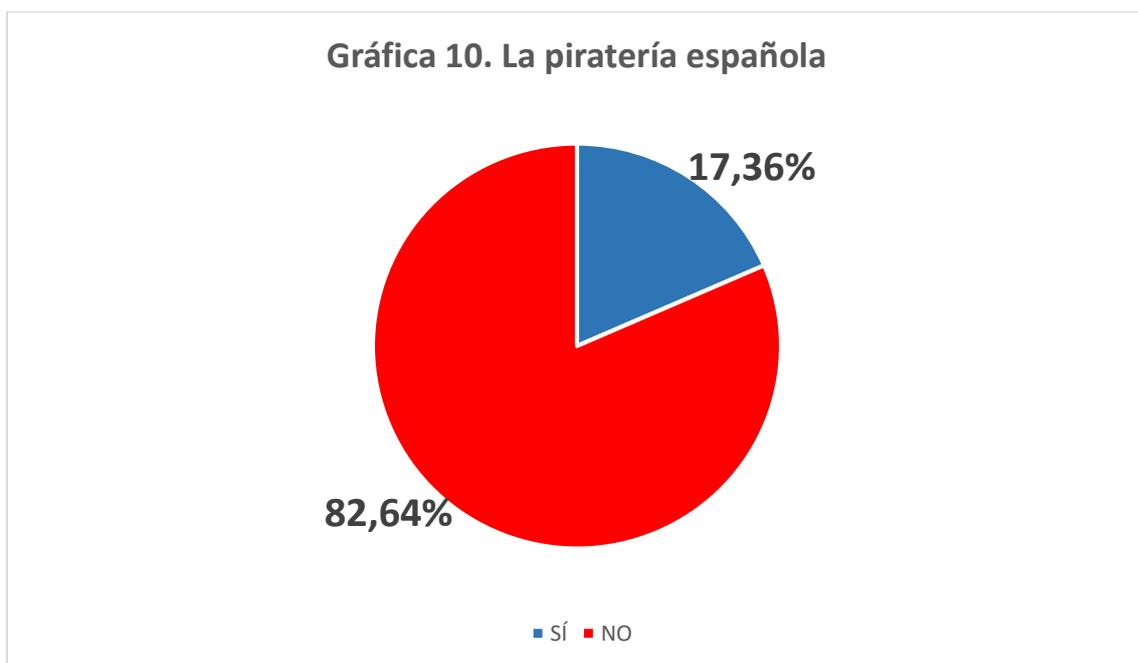
El resultado de esta categoría es algo engañoso, pues pese a tener un resultado superior al visto con el flamenco, 17 en este caso, 16 de estos pertenecen a dos personajes muy consagrados para los fans de sus respectivos géneros.

6.8.1. Cervantes de León

Por un lado, tenemos a Cervantes de León, de la saga *Soul Calibur*, un terrible pirata poseído por la energía malvada del arma conocida como Soul Edge. Es un personaje que ha estado desde los inicios de la saga, y que además es el padre de Ivy otro de los personajes más famosos de esta. Ya desde su nombre lo deja claro, inspirado en el más famoso escritor español de todos los tiempos, Miguel de Cervantes Saavedra; combinado con un apellido bastante castellano. Aun así, es un personaje, que, por ejemplo, no dice ni una sola palabra en español en ninguna de sus apariciones.

6.8.2. Matador, el pirata torero

Por el otro lado, tenemos a Matador, de la saga *Shin Megami Tensei*, ya mencionado anteriormente, el cual combina rasgos del toreo con el de la piratería, especialmente por el tipo de gorro que porta. Desde la tercera entrega de la saga, ha aparecido en muchos videojuegos posteriores, incluso en el famoso spin-off de la saga *Persona 5*.



Fuente: elaboración propia

Por último, encontramos al capitán Balma, un jefe de fase del videojuego *Tenchu*, en el que manejamos a un ninja en el Japón feudal. Nosotros, como ninja, trataremos de detener el ataque a un poblado japonés que está realizando el capitán pirata español.

En todos los casos mencionados tenemos un vistazo al lado más cruel de la piratería, no se nos muestra a avezados aventureros, sino a pérfidos bucaneros.

6.9. Uso de piezas musicales inspiradas en España

Hemos encontrado 29 videojuegos en los que se hace uso de composiciones claramente inspiradas por la música española. Son bandas sonoras caracterizadas principalmente por imitar al flamenco o a los pasodobles, o por el uso de la guitarra española.

6.9.1. Música para representar personajes

Muchas de estas canciones pertenecen a personajes de juegos de lucha ya mencionados anteriormente, como Vega, Miguel Caballero Rojo o Laurence Blood. Composiciones en las que podemos ver un inicio lento marcado por la guitarra, que se va acelerando a través de la incorporación de más instrumentos, como las castañuelas, o incluso en algunos casos a través de las palmas.

6.9.2. Música para representar localizaciones

Luego encontramos varios casos en los que este tipo de música se utiliza para situar al jugador en una zona de España, o inspirada por esta. Así tenemos los temas utilizados para representar al territorio español en la saga *Civilization*, también el himno del equipo español de *Harry Potter: Quidditch World Cup*, muy similar a los pasodobles que tenemos tan asociados a las plazas de toros; o también es el caso de *Psychonauts*, donde el nivel de Edgar Teglee tiene varias composiciones de este estilo.



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, de este 30% tenemos varios videojuegos con composiciones, que, inspiradas en la música española, no buscan como tal representar a un personaje o a una sección ambientada en España, sino que simplemente se busca transmitir un sentimiento con este estilo musical. Son el caso de *Ace Combat Zero: The Belkan Wars*, donde pese a que sí en este juego hay un bando español, podemos escuchar canciones inspiradas en la música española en distintos momentos del juego ajenos a este bando.

6.9.3. Música española en videojuegos donde no aparece España

También es el caso de *The Legend of Zelda Ocarina of Time*, con la mítica canción del valle Gerudo, que hace un uso magistral de la guitarra española, que a primera vista podría resultar extraño para representar a un pueblo del desierto. El canal de Youtube *Save Data* (Save Data, 2022), trata de darle explicación a esto, alegando que al tener el pueblo Gerudo cierta inspiración en los pueblos mozárabes, responsables de traer la guitarra a España, se les diese ese estilo para distanciarlos de la típica música asociada a los niveles de desierto en los videojuegos, y al mismo tiempo hacer referencia a este hecho histórico.

Por último, cabe mencionar el caso de *Final Fantasy IX* donde existe la mítica canción titulada *Vamo' allá Flamenco*, que desde su nombre a su estilo deja claro a que hace referencia. La canción se usa en una obra de teatro que los protagonistas deben interpretar al comienzo de la historia, y después de este momento se convirtió en una de las más famosas de toda la saga.

6.10. Uso del Catolicismo como elemento caracterizador de España

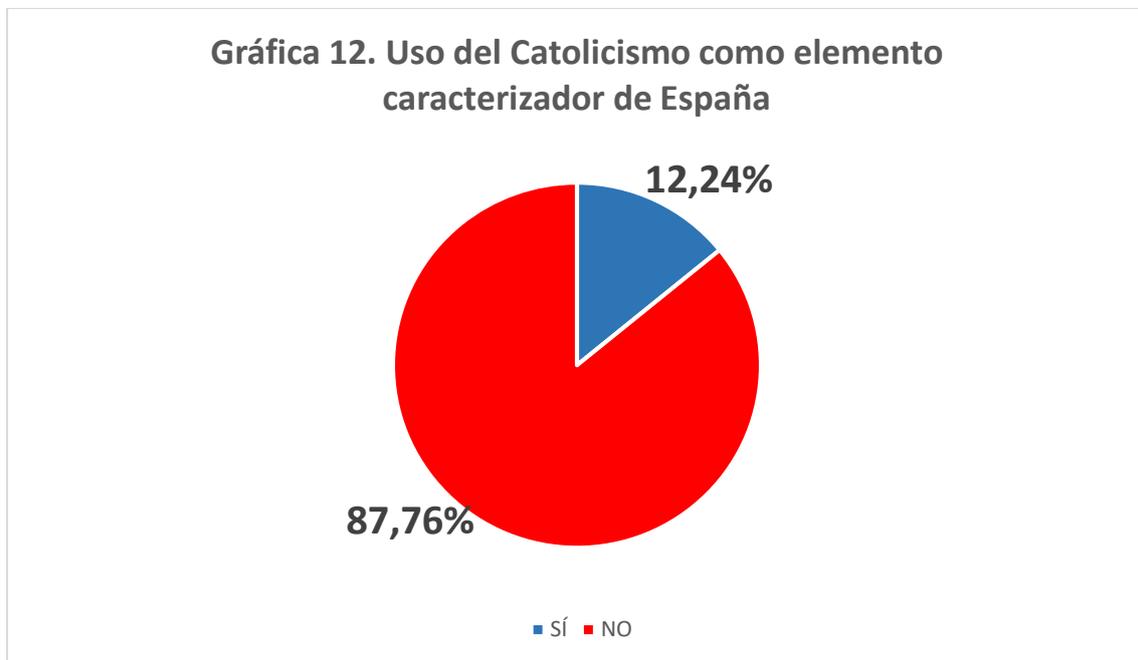
La inquisición española es de esos temas que siempre se utilizan en el extranjero para representar a España. Considerando esto, algunas de nuestras fiestas típicas más llamativas en el extranjero como la Semana Santa o los sanfermines, y la popularidad de *Resident Evil 4*, esperábamos que fuese una de las formas más utilizadas para representar a los españoles en los videojuegos. No obstante, esto no ha sido así, y tan solo en el 12% de los videojuegos analizados se ha relacionado la nacionalidad española con el catolicismo.

En el caso de *Resident Evil 4*, tenemos un pueblo que se encuentra sometido por un culto que toma muchos elementos de la tradición católica. Frases míticas como: “La campana... Es hora de rezar”, o el rezo de “Morir es vivir”, son algunos de los elementos que se utilizan para mostrar ese fanatismo religioso de los cultistas. Vemos, además, multitud de edificios religiosos como capillas o iglesias. También tenemos diversos enemigos con sotanas, por ejemplo.

6.10.1. La religión como símbolo identitario

En el videojuego protagonizado por Vin Diesel, *The Wheelman*, tenemos a varios personajes españoles a los que se les ve portando un crucifijo del cuello.

Volvemos a hablar de Miguel Caballero Rojo de Tekken, el cual, tras vencer a algún enemigo, una de las frases de victoria que tiene en la saga es: “Y justo hoy que tenía que confesarme...”, detalle que muestra la importancia que tiene la religión para este personaje.



Fuente: elaboración propia

6.10.2. Personajes históricos españoles

Por último, uno de los casos más llamativos ha sido el de la saga Civilization, que lleva representando a España desde su cuarta entrega. Tanto en la cuarta como quinta entrega,

el representante de la civilización española era Isabel la Católica, mientras que, en la última entrega de la saga el representante ha sido Felipe II. Lo más curioso es que la forma en la que España, como cultura, es trasladada a mecánicas de juego, es a través de darle ciertas ventajas en lo que respecta a la religión, especialmente en el caso de Felipe II, una de las mejores civilizaciones para conseguir una victoria religiosa.

6.11. Presencia geográfica de España en el videojuego

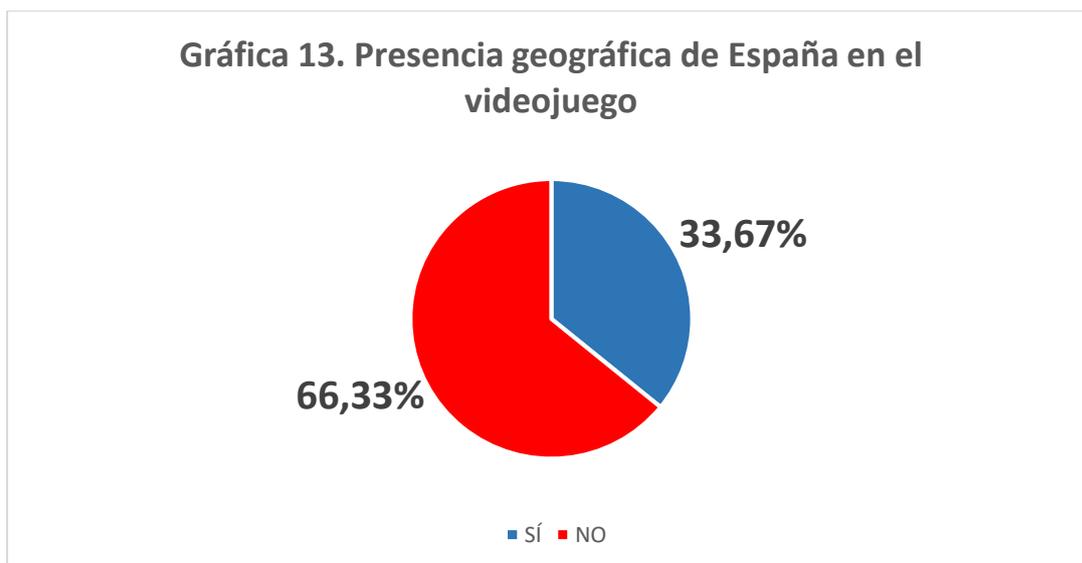
España ha aparecido como territorio en un 33% de los casos analizados, en multitud de géneros distintos. Ha habido casos en los que no se trata de España en su totalidad, pero sí secciones claramente basadas en lugares de nuestro país. El resultado obtenido nos indica que España ha aparecido un número considerable de veces en el videojuego, demostrando que es un lugar que guarda un cierto interés para estos dos núcleos de creación de videojuegos. Ahora es cuestión de ver cómo se utilizan estas referencias.

6.11.1. La España rural

Los creadores de *Resident Evil 4* aseguraron que el pueblo que vemos en el videojuego, se encontraría al sur de los pirineos, sin determinar si se trataría de Aragón o Cataluña. Y es algo que tampoco podemos adivinar por los edificios que vemos durante la aventura, ya que, pese a haber algunos que encajarían dentro de un barroco español, especialmente la mansión de Ramón Salazar, uno de los villanos principales de la entrega; también encontramos muchas zonas, especialmente las más rurales, que están más inspiradas en películas como *La matanza de Texas*, que en cualquier pueblo de la península Ibérica.

6.11.2. La España que aparece en los videojuegos de lucha

En muchos videojuegos de lucha, España es uno de los posibles *stages* o escenarios elegibles para combatir. Normalmente esta selección de escenario pasa por echar un vistazo a un mapamundi, los países a elegir aparecen marcados por un punto o una bandera en el mapa. Hay casos como los de la saga *Street Fighter* o *Fatal Fury*, donde no sabemos exactamente de qué zona de España se trata, y otros casos como los de la saga *King of Fighters*, donde sí se identifica la zona de España en la que estamos, ya sea porque nos dicen el nombre directamente, como Toledo en el primer caso, o mediante la identificación de elementos arquitectónicos, como la Alhambra o el Acueducto de Segovia en el segundo.



Fuente: elaboración propia

Lo mismo que vemos en los videojuegos de lucha, también ocurre en el resto de géneros. Por ejemplo, en videojuegos como *Golden Eye 007 Reloaded*, se nos manda a cumplir

una misión en una discoteca de Barcelona, y esa mención es la única que tenemos para saber que estamos en España. Mientras que en *Outrunners*, un videojuego de conducción, utilizan los girasoles, para indicar que estamos en España, y la Sagrada Familia, para indicar que estamos en Barcelona.

6.11.3. El trabajo de recreación

Cabe destacar el trabajo de recreación realizado por *The Wheelman*, que trató de representar las zonas más destacadas de la capital catalana. Podemos encontrar desde la tan famosa Sagrada Familia, pasando por Las Ramblas, el monumento a Colón, e incluso la casa Milà o la casa Batlló.

En el caso de *Pokémon Escarlata o Violeta*, pese a no tratarse literalmente de España, tenemos para empezar, un territorio que ha tomado distintos elementos culturales de este país. Pero en su momento, la clave para encontrar esta inspiración fue ver el mapa de la región en el primer tráiler, que sin ser exactamente igual se notaba el parentesco. Una vez llegó el juego a nuestras manos, nos encontramos con nombres de zonas que habían tomado prestado de sus contrapartes de la vida real, como por ejemplo Sierra Napada al norte y pueblo Cahíz al sur.

Por su parte, en los videojuegos pertenecientes a *Final Fantasy VII*, encontramos la zona llamada la Costa del Sol, con cartel en español y todo. No trata de imitar en nada a Málaga como tal, pero es indudable la referencia a uno de los destinos de playa más famosos de España.

6.12. Presencia de la flora y fauna de España en los videojuegos analizados

En apenas 18 de los videojuegos analizados, han aparecido elementos de la flora y fauna propia de España. Esto puede deberse principalmente a que los géneros centrados en animales y plantas son bastante de nicho, por lo que, a nivel comercial, unirlos a un territorio que no es exactamente famoso mundialmente por esta cuestión, hace muy improbable el desarrollo de un juego con estas condiciones. Por otro lado, otros géneros que también dedican tiempo a esta cuestión son los de aventura o mundo abierto, y de este tipo tampoco se han realizado tantos ambientados en España, apenas el *Pokémon Escarlata o Violeta*, o *The Wheelman*, el primero ha entrado en esta categoría, y el segundo tiene lugar en una ciudad, con lo cual no hay mucho espacio para la naturaleza.

6.12.1. El toro

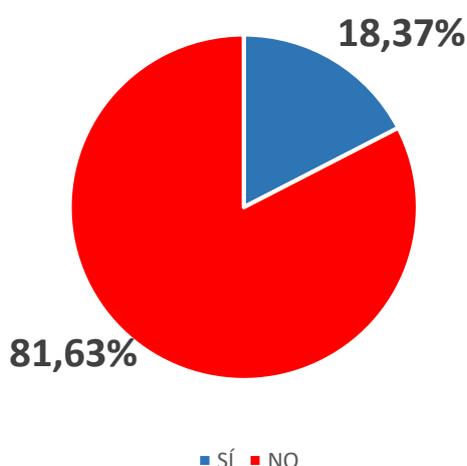
De estos 18, 12 incluían la aparición o referencia de un toro. Ocurre en la última entrega de *Pokémon*, en *Tony Hawk Underground 2*, o en *Punch Out!*. Definitivamente se trata del animal más asociado a España. Por otra parte, es llamativo el uso tanto en *Outrunners*, como en *Ape Escape 2*, del girasol como planta representativa de España.

6.12.2. El aspecto más oscuro de nuestra naturaleza

En *Resident Evil 4* se hace una representación algo lúgubre de la naturaleza de España, obvio si tenemos en cuenta el género del título, incorporando además multitud de animales de granja. Un vistazo que resulta refrescante entre tanto toro.

Por último, cabe destacar la representación que realiza la saga *Call of Duty* de la naturaleza de España, pues, por ejemplo, en *Call of Duty: Modern Warfare II* tenemos un vistazo a A Costa da Morte, una región de Galicia fielmente recreada. Pero hay un problema, pues al comienzo de la misión se nos indica que vamos a Valencia, y dentro de la misión todos los carteles que vemos están en catalán.

Gráfica 14. Presencia de la Flora y Fauna de España en los videojuegos analizados



Fuente: elaboración propia

6.13. Presencia de elementos relacionados con el periodo de posguerra



Gráfico 13. Creación propia

Todo lo referente al periodo de posguerra, ha sido el tema menos repetido junto a gastronomía, cinco veces. Algo que habla muy mal de lo poco representada que está la gastronomía, pues ciertamente es comprensible que, al tratarse de un tema delicado de la historia reciente del país, los medios extranjeros prefieran evitarlo, ya que, de no contar con los medios o los expertos necesarios, podrían generar un fuerte descontento que actuaría en detrimento del producto, y de la imagen de la empresa.

Para empezar, tenemos tres videojuegos en los que aparece un personaje español llamado Franco. El primero es uno de los miembros de la selección española del videojuego *Nintendo World Cup*, donde además encontrábamos jugadores como Juan, Marco, o Tonto. Los otros dos son el mismo personaje, pero en dos entregas distintas, Franco Geralt, de la saga *Star Gladiator*, un videojuego de lucha ambientado en el futuro, donde este personaje es un torero que hace uso de una espada láser.

Otro caso bastante sonado, es el de la bandera española franquista que aparecía en la primera versión de *Street Fighter II*, que fue removida en versiones posteriores.

Por último, está el caso de *Call of Duty WWII*, que tiene una misión del modo zombi ambientada en una bodega del norte de España, supuestamente en plena segunda guerra mundial.

6.14. Presencia de la lengua española en los videojuegos analizados

En un 25% de los videojuegos analizados hemos encontrado frases o palabras en español, un porcentaje bastante bajo si tenemos en cuenta el gran número de personajes analizados, y más si tenemos en cuenta algunos de los casos de mezcla de culturas, en los que nuestro idioma no ha sido correctamente trasladado al videojuego.

6.14.1. La muletilla del Olé

Uno de los casos más llamativos ha sido el del nivel de *Ape Escape 2* conocido como *Viva Apespania!*, donde ya desde el nombre tenemos el uso del español, pero una vez estamos dentro, el tema musical del nivel incorpora algún que otro “¡Olé!” entre sus notas.



Fuente: elaboración propia

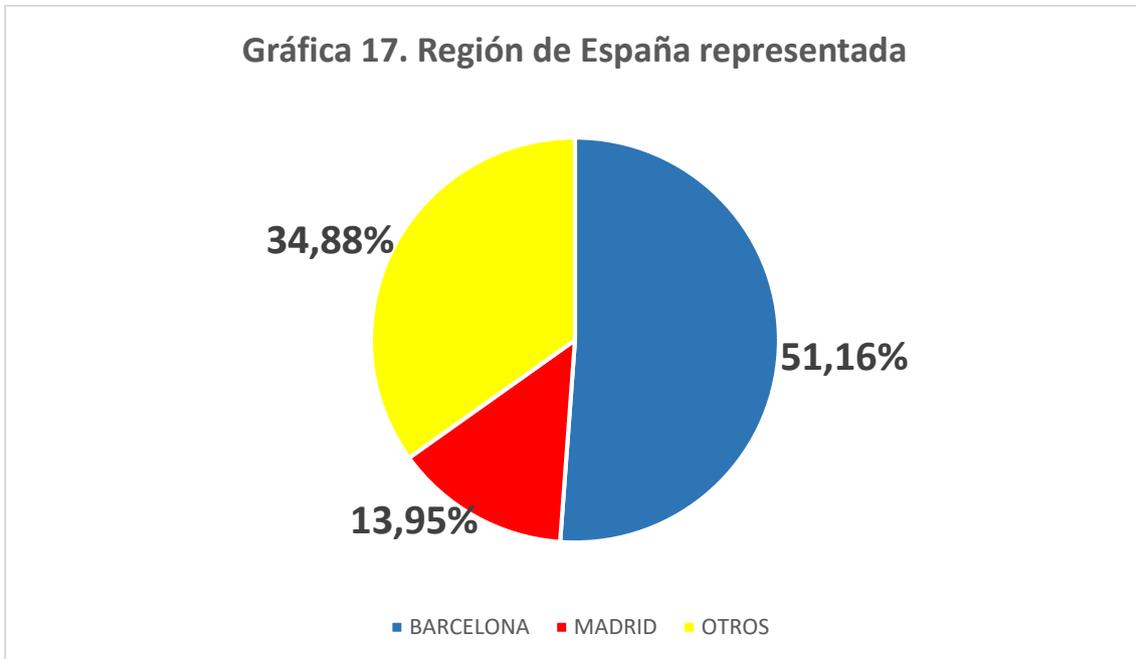
Encontramos así varios ejemplos de videojuegos, en los que apenas se utilizan palabras sueltas como Laurence Blood de *Fatal Fury*, que parece únicamente saber decir “Olé”.

6.14.2. Frases complejas

Podemos ver el uso de frases completas en español, con subtítulos en inglés para los no hispanohablantes, en videojuegos como *The Wheelman*, *Resident Evil 4*, *Golden Eye 007 Reloaded*, o *Punch Out!*, pero uno de los más llamativos es el caso de Miguel Caballero Rojo, con un considerable número de frases para un juego de lucha, perfectamente traducidas e interpretadas por Héctor Garay, actor de doblaje de España.

6.15. Región de España representada

Uno de los detalles más llamativos de esta investigación, ha sido descubrir la gran popularidad de la que goza Barcelona en el extranjero, algo que he podido conocer a través de lo referenciada que es en el videojuego. A diferencia de otras capitales europeas, Madrid no parece destacar de un puesto preferente frente al resto de ciudades de su territorio, de hecho, no parece tener, por ejemplo, ningún monumento emblemático.



Fuente: elaboración propia

6.15.1. Madrid en el videojuego

En los seis videojuegos en los que Madrid aparece, sabemos que se trata de Madrid porque así nos lo informa el propio videojuego. Ocurre en el videojuego *Spinmaster*, donde tiene una posición destacada pues la aventura comienza en un aeropuerto de Madrid, pero sabemos que esto es así, por las indicaciones de carteles de fondo y por las banderas españolas que hay por el nivel. Ocurre similar en la saga de *Civilization*, donde si elegimos España como civilización, nuestra capital se llamará Madrid. No obstante, sí que hay dos casos en los que se hace una destacable representación de Madrid, y es en la saga *Gran Turismo*, donde a modo de carrera, pasaremos por varios lugares emblemáticos de la ciudad, como la puerta de Alcalá.

6.15.2. Barcelona en el videojuego

El caso de Barcelona es simplemente increíble, para empezar, tenemos el videojuego *The Wheelman*, que es el único videojuego existente en la actualidad, que ha realizado la tarea de recrear digitalmente una ciudad española. Pero otros muchos videojuegos han situado algunas de sus secciones en Barcelona, lugar que identificamos principalmente en el videojuego por la aparición de la Sagrada Familia. Casos como los de *Outrunners*, donde tras atravesar un campo de girasoles, somos recibidos por la sagrada familia; *Mazin Wars*, videojuego de peleas de robots gigantes, tiene también decorado uno de sus escenarios con la Sagrada Familia, y lo mismo podemos ver en *Tekken Revolution*, con un vistazo al

ambiente nocturno de Barcelona. Cabe mencionar que el mítico tablao flamenco de Street Fighter 2 es de Barcelona también.

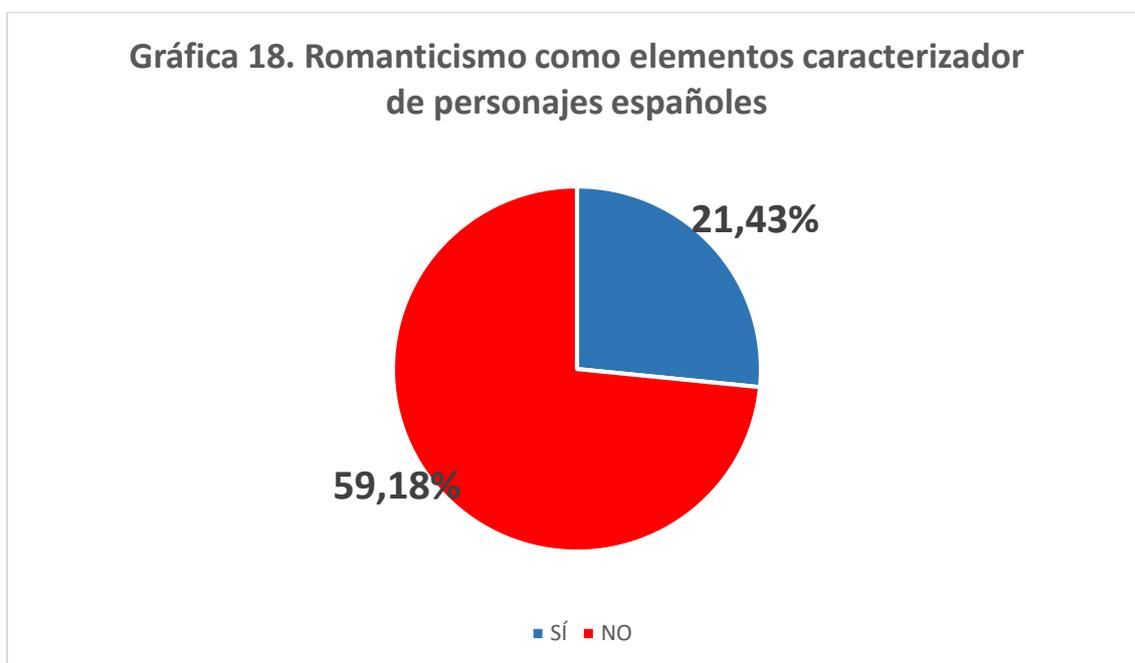
6.15.3. Otras ciudades españolas en el videojuego

Varias ciudades españolas también han tenido su presencia en el videojuego, como lo son Granada, con diversos escenarios de videojuegos de lucha ambientados en la Alhambra, el caso de Segovia con su famoso acueducto en *King of Fighters XI*, Toledo en *Soul Calibur 3*, o Valencia en *Tekken 6*.

6.16. Romanticismo como elemento caracterizador de personajes españoles

De los 79 personajes españoles que hemos encontrado en este análisis, 21 de ellos tenían como una de sus características definitorias el romanticismo. Ya fuesen personajes que utilizarasen una rosa como burla, es el caso de Laurence Blood de *Fatal Fury*, de Don Flamenco de *Punch Out!*, o Pedro de *Muscle March*; a personajes muy centrados en su belleza y en seducir como el famoso Vega de *Street Fighter*, o Rose Eleeta de *Leisure Larry 6*; pasando por personajes envueltos en dramas amorosos como Edgar Teglee de *Psychonauts*, o Roberto Frois de *Onimusha 4: Dawn of the Dreams*.

No deja de ser un porcentaje alto para un estereotipo, cuyo origen probablemente esté en obras como *Carmen* o *Don Juan Tenorio*, obras que han difundido esa imagen de amantes apasionados, embaucadores, personas que se dejan llevar por completo por el disfrute, y sus más profundas pasiones. Todo esto conecta un poco, con ese estereotipo tan extendido de que los españoles somos unos derrochadores, que solo están preocupados por vivir la buena vida sin consecuencias.



Fuente: elaboración propia

Con un 21% este es uno de esos estereotipos que no parecen tan hirientes a primera vista, se están construyendo así arquetipos en los que se están encerrando a los españoles, dando lugar a que estos, no puedan ser representados de forma correcta en las obras que pasan a influir a millones de personas. Los personajes que tienen como único rasgo de personalidad el romance, tiende a convertirse en secundarios cómicos o incluso villanos.

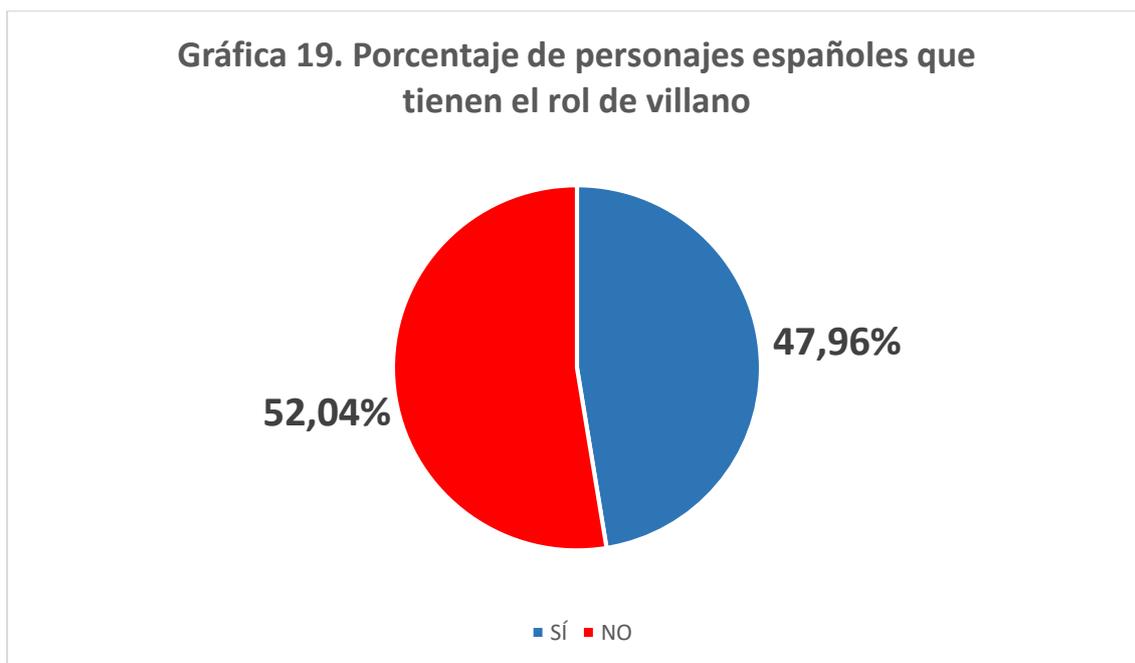
6.17. Porcentaje de personajes españoles que tienen el rol de villano

De los 98 videojuegos analizados, en 47 de estos había personajes españoles cumpliendo el rol de villano, ya sea principal o secundario. Es un porcentaje bastante alto, que nos puede indicar, por un lado, la ya mencionada leyenda negra, por su pasado colonial, o la conflictividad que el país tuvo en el pasado con otras potencias europeas. También podría ser por tratarse de un país, que nunca ha puesto demasiada resistencia ante este tipo de representaciones.

Comenzando con *Resident Evil 4*, donde tan solo Luis Sera y el buhonero se muestran amigables frente a ti, el resto de personajes españoles son hostiles desde el principio, se les presentan como fanáticos religiosos sin cerebro o seres sedientos de poder.

6.17.1. Los personajes españoles con más apariciones

Hay algo engañoso en este 48%, pues algunos de los personajes españoles más populares, y que, por lo tanto, han aparecido en más de una entrega de la saga a la que pertenecen, cumplen el rol de villanos en el videojuego al que pertenecen. Es el caso de Vega de *Street Fighter*, Lawrence Blood de *Fatal Fury*, Cervantes de León de *Soul Calibur*, Zato-1 de *Guilty Gear* o Matador de *Shin Megami Tensei*.



Fuente: elaboración propia

6.17.2. Enemigos de fondo

Nos encontramos también con personajes antagónicos, pero sin nombre y apellido, que utilizan, por ejemplo, elementos de la tauromaquia para enfrentarse al jugador. Es el caso de *Ape Escape 2* o *Spyro*.

Consideramos necesario para la correcta representación de una cultura, la variedad, estos personajes tienen en muchos casos cualidades que son interesantes de explorar y analizar, pero hacen falta personajes españoles que puedan romper con el camino marcado por

estos personajes más populares, para de este modo explorar nuevas ideas, y contar historias diferentes.

6.18. Presencia de fiestas típicas de España

La categoría de Fiestas ha sido de las que menos ejemplos hemos podido encontrar, con apenas tres casos, un resultado que nos indica que España no es solamente un destino de sol y playa, sino que tiene un valor propio que va mucho más allá. Esta ausencia de representación no tiene porqué deberse únicamente a un mal trabajo de documentación, sino a que, en muchos casos, desde turismo, estas tradiciones únicamente se difundan dentro de España.



Fuente: elaboración propia

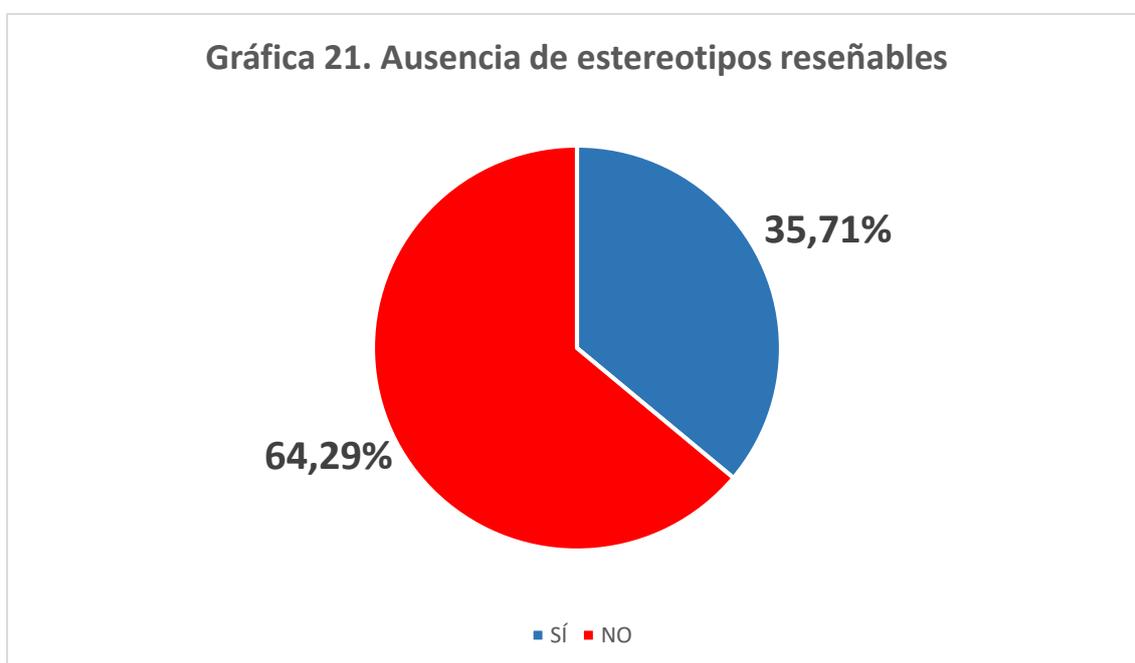
Los tres casos analizados han sido la referencia a los encierros de San Fermín en *Psychonauts*, la tomatina en uno de los escenarios de *Tekken 6*, y también referencias a esta misma fiesta en *Tony Hawk Underground 2*.

Ha sido una sorpresa la ausencia de la Semana Santa en todos los videojuegos analizados, siendo esta una de las fiestas más únicas del país, con un gran impacto en la cultura e historia.

6.19. Ausencia de estereotipos reseñables

Por último, y como nota final positiva, tenemos un porcentaje considerablemente alto en lo que respecta a representaciones carente de estereotipos reseñables, un 36%. Es un porcentaje más alto de lo esperado, pero que hay que superar a través de la creación de personajes españoles interesantes, tanto desde Japón y EEUU, como de España.

Hemos encontrado un poco de todo, ya que por ejemplo está Eric Lecarde, de la saga Castlevania, familiar de los Belmont, familia de cazavampiros principal de la saga, y que es oriundo de Segovia. El personaje carece por completo de estereotipos y es uno de los cazavampiros más importantes de toda la saga. Por otro lado, nos encontramos a Zato-1, uno de los luchadores más populares de la saga Guilty Gear, el cual dio su vista a cambio del poder de controlar las sombras, de nuevo se trata de un personaje clave para la saga, muy interesante en cuanto a historia, y que carece de estereotipos reseñables.



Fuente: elaboración propia

Gran parte de ese 36% pertenece a personajes de videojuegos deportivos, en los que realmente quitando el color de la ropa de los personajes tampoco existe mucha diferencia entre unos y otros. Es el caso del juego de carreras *Outrunners*, las jugadoras de *Beach Spikers*, o los personajes de *Capcom Sport Club*.

También incluimos en esta sección aquellas zonas geográficas o monumentos de España que hayan sido correctamente representadas, como es el caso de los ya mencionados escenarios ambientados en la Alhambra y en el acueducto de Segovia.

7. Conclusiones

Mediante este estudio hemos podido ver la imagen que se ha estado difundiendo de España a través de un medio artístico como lo es el videojuego, entre los años 1990 y 2020, más concretamente la que parte desde los principales focos de creación de estos, es decir, Japón y EEUU. Ya desde este punto de inicio, el origen de estos videojuegos, hemos podido observar una cuestión que ha sido fundamental para esta investigación, descubrir que gran parte de la representación que se realiza de España desde el videojuego procede de Japón, donde hemos encontrado multitud de casos pertenecientes a géneros muy diversos, además ha sido en este país donde hemos encontrado a los personajes españoles más populares dentro del videojuego, muchos de los cuales caricaturizan la imagen estereotípica de los españoles. EEUU por su parte, pese al menor número de videojuegos que representen la cultura española, los casos analizados han sido muy esclarecedores: *Psychonauts*, *The Wheelman* o *Tony Hawk Underground 2*, videojuegos que gozan de una considerable popularidad, pero que ofrecen una imagen distorsionada de la cultura española. Pero curiosamente esta diferencia en cantidad de videojuegos entre un país y otro, ya podíamos intuirlo muy levemente al comienzo del trabajo, momento en el que partíamos de la popularidad de dos videojuegos recientes: *Pokémon Escarlata y Violeta* y *Resident Evil 4 Remake*, ambos procedentes de Japón.

A lo largo de este proyecto hemos podido observar el gran peso que tienen los tópicos y estereotipos a la hora de representar el país. Hemos encontrado personajes que eran fácilmente encasillables en determinadas categorías: románticos (21% de los casos analizados), villanos (48% de los casos), toreros (46% de los casos), bailaoras (11% de los casos)... limitando de esta manera, por un lado, a posibles futuros personajes españoles en cualquier obra de ficción, y por otro la imagen que se tenga de los propios españoles en el imaginario colectivo, que en muchas ocasiones somos vistos únicamente como vagos que solo se preocupan por pasarlo bien, reduciendo el país a un destino vacacional, ignorando que es un país que es cuna de grandes artistas y científicos que han supuesto un antes y un después en sus respectivos campos. Y no hay que confundirse, la aparición de elementos relacionados con la tauromaquia o el flamenco, no son per se algo negativo, es su repetición reiterada la que supone un problema de cara a la correcta representación de una de las muchas culturas presentes en este mundo. En este proyecto se ha mostrado cómo los tópicos y estereotipos son un mecanismo de defensa, una forma que tiene el individuo de poder abarcar todo el tan complejo entramado de conceptos que se abre ante él, el tratamiento de cualquier cultura, especialmente cuando no pertenecemos a esta, debe realizarse planteándonos aquellas posibles barreras mentales que se interponen ante nosotros a la hora de tratar de comprenderlas. Volviendo a las palabras de Núñez Florencio, los tópicos y estereotipos son inevitables, pero son fruto de que España tiene una imagen fuerte, tanto para lo bueno como para lo malo.

Hemos observado un mayor interés por representar España desde Japón, ya que, de los videojuegos de la muestra, un 84% pertenecen a este país. Esto puede ser fruto de, por un lado, de una conexión que ambos países han tenido a lo largo de la historia, y, por otro lado, de obras culturales, como el caso de *Carmen from Kawachi*, que generaron una gran curiosidad por algunas de las tradiciones de nuestro país. Este impacto, como ya hemos mencionado, se ha visto reflejado en obras del manganime de gran popularidad en todo el mundo como *One piece*, y por supuesto también en los videojuegos, donde destacan

personajes como Vega de Street Fighter, un ninja torero que canta tirolés, o Cervantes de León de Soul Calibur, un péfido pirata español; personajes españoles de gran popularidad en todo el mundo, pero que se alimentan de diversos tópicos y estereotipos.

A la hora de hacer mención a los tópicos y estereotipos más repetidos tenemos que destacar a todo lo relacionado con la tauromaquia, presente en un 47% de los videojuegos analizados, y el representar a los españoles como villanos, rol que poseía el 48% de los personajes españoles analizados. En cuanto a lo relacionado con otros elementos culturales, hemos analizado diversos escenarios, los cuales poseían numerosas referencias a nuestro folclore. Un claro ejemplo de este predominio del folclore, ha sido que dentro del 37% de ocasiones en que se ha tratado de representar la arquitectura de España el 57% de veces se ha recurrido a plazas de toros o tablaos de flamenco. Destacamos Barcelona como la ciudad más visitada a través del videojuego, siendo un claro ejemplo de esto el 35% de ocasiones en las que la Sagrada Familia ha hecho acto de presencia en videojuegos, pero también en el hecho de que, a la hora de crear un videojuego de mundo abierto, género que goza de gran popularidad en la actualidad, se haya recurrido a recrear la ciudad de Barcelona para el videojuego *The Wheelman*, ciudad que ha sido la más representada de todas las de España, con un 51%. Otros elementos que se han repetido en este análisis ha sido la flora y la fauna del país, en un 18% de los videojuegos analizados nos hemos encontrado con el toro, el animal más representado, y el girasol, la planta que más se relaciona a España.

También cabe destacar aquellos temas de los que esperábamos encontrar muchos más ejemplos. Es el caso de la gastronomía, que tan solo ha aparecido en el 5% pese a la cierta fama que tiene la comida española, y siendo este país un reconocido destino turístico, a duras penas en Pokémon encontramos una destacable representación. Todo lo relacionado con el flamenco también ha aparecido en una mucho menor medida de lo esperado, un 11% de los casos analizados, especialmente teniendo en cuenta el número de videojuegos japoneses, lugar donde esta danza posee una gran popularidad. También esperábamos que se diesen más casos en los que la cultura española apareciese junto a elementos de otras culturas, algo que hemos podido ver en el 9% de los videojuegos analizados, con ejemplos muy destacados como *Resident Evil 4*, *Psychonauts* u *Onimusha 4*. Por otra parte, nos encontramos el tema del catolicismo, presente en el 12% de los casos estudiados, un resultado que nos señala que el peso de la llamada “leyenda negra de España” no está tan presente en el medio de los videojuegos, aunque siga siendo un rasgo característico de uno de los personajes españoles analizados más populares, Miguel Caballero Rojo de Tekken, con frases como “Justo ahora que acababa de confesarme” tras derrotar a un oponente.

Ha sido un viaje cargado de toros y toreros, tópicos y estereotipos exprimidos hasta su máxima potencia, cuando creíamos que no nos íbamos a encontrar con un caso más exagerado, el próximo nos volvía a recordar la fuerza que las preconcepciones tienen en nuestra mente. Pero, en definitiva, ha sido un trabajo que me ha conectado mucho más con mi cultura, entendiéndola no desde el punto de vista del folclore que todo el mundo ve, sino en cómo estos actos se trasladan al resto del mundo. Pero al mismo tiempo siento que salgo de esta actividad entendiendo mucho mejor el propio funcionamiento del resto de culturas de este mundo, ya que por mucho que no lo queramos admitir los estereotipos nos afectan de una forma o de otra. Tendemos en muchas ocasiones a encerrarnos en

nuestra cultura, nuestro espacio seguro, ignorando otras muchas ideas diferentes que enriquecerían mucho más nuestras vidas.

De cara a artículos posteriores, sería interesante estudiar el efecto en la representación de España que pueda tener el *Resident Evil 4 Remake*, así como el auge de ciertos videojuegos de origen español, como *Blasphemous* y su secuela, ya anunciada en fechas de la realización de este estudio. Sería interesante analizar videojuegos de núcleos de creación no analizados, como Reino Unido y Francia, países con los que hemos compartido un pasado más convulso.

8. Referencias

- Alberto Venegas. (2019, febrero 22). *Battle Royale, ¿por qué están triunfando juegos como Fortnite o Apex?* Meristation.
https://as.com/meristation/2019/02/19/reportajes/1550606124_334357.html
- Ángel Cerutti, Cecilia González. (2008). *08-CeruttiGonzalez.pdf*.
<http://170.210.81.106/newfade/wp-content/uploads/2022/10/08-CeruttiGonzalez.pdf>
- Cano Figueroa, C. M. (2012). Hacia la globalización del tópico andaluz: Andalucía te quiere. *Questiones publicitarias*, 17, 54-70. <https://doi.org/10.5565/rev/qp.54>
- Casal, I. I. (2015). ENTRE TÓPICOS Y ESTEREOTIPOS: CÓMO SE CONSTRUYEN Y RECONSTRUYEN LAS REPRESENTACIONES CULTURALES. *Estudios Humanísticos. Filología*.
- Castells, M. (s. f.-a). *COMUNICACIÓN Y PODER*.
- Castells, M. (s. f.-b). *Globalización e identidad*.
- Christiansen, A. (2018, octubre 30). *Red Dead Redemption 2 vende 725 millones de dólares en tres días*. La Tercera. <https://www.latercera.com/mouse/red-dead-redemption-2-ventas-record/>
- Cohen, A. P. (s. f.). *IDENTIDAD, TRADICIÓN Y CULTURA: EL “SENTIMIENTO DE PERTENENCIA”*.
- Cortés, A. E. N. (2014). Representaciones de la guerra en la actualidad: El caso de Age of Empires II y su campaña del Cid. . . *ISSN*, 3.
- D’Alleva, A. (s. f.). *The Fundamentals of Art History Third Edition*.
- DayoScript (Director). (2012, noviembre 13). *Post Script—Los videojuegos son arte [Opinión]*. <https://www.youtube.com/watch?v=tfNyhtNc8rY>
- DayoScript (Director). (2018, mayo 31). *La pizza con piña es una bendición*.
<https://www.youtube.com/watch?v=GNhn6ETbf2E>

- D'Elia, A. (2000). Representación cultural, medios de comunicación y educación. *Comunicar*, 7(14), 142-146. <https://doi.org/10.3916/C14-2000-19>
- Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: Un análisis sociológico.* (s. f.).
- García, N., & Bueno, T. (2016). WOMEN'S IMAGE ON VIDEO GAME COVERS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE SPANISH MARKET (2011-2015). *Revista de Ciencias Sociales*.
- Greenfield, P. M. (1994). Video games as cultural artifacts. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 15(1), 3-12. [https://doi.org/10.1016/0193-3973\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0193-3973(94)90003-5)
- Hernández, L. E., & Puertas, D. L. C. (s. f.). *La desigualdad simulada: Análisis desde una perspectiva de género de la representación de personajes femeninos en videojuegos.*
- Jiménez Alcázar, J. F., Rodríguez, G. F., & Massa, S. M. (2020). *Ocio, cultura y aprendizaje: Historia y videojuegos* (1ª edición 2020). Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.
- Keukelaar, M. (2019). *Should Video Games Be Considered Art and Why Does It Matter?* <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26525.44008>
- Lázaro, B. (2022, agosto 19). *Origen de los videojuegos.* Libertad Digital. <https://www.libertaddigital.com/ciencia-tecnologia/videojuegos/2022-08-19/origen-de-los-videojuegos-0e-6924088/>
- Mónica Mena Roa. (2021, noviembre 16). *Statista: Pokémon, la franquicia de medios más valiosa del mundo.* Statista Infografías. <https://es.statista.com/grafico/24295/franquicias-de-medios-con-los-mayores-ingresos-totales-del-mundo>

- Montiel, D. E. (2017). *Del Cid y la zarrampla: El imaginario caballeresco español en los videojuegos*.
- Moreno, C. R. (s. f.). *El videojuego latinoamericano como ejercicio de identidad cultural*.
- Nassar, J. I. C., Cortez, D. C., Muñoz, A. M., & Vega, J. M. (s. f.). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ*.
- Navarrete, L. (2014). Spain's Romantic Image in Videogames [PDF]. *Rassegna iberistica*. <https://doi.org/10.14277/2037-6588/25P>
- Nicolás, P. M. M. (s. f.). CASTELLÓ, E. *Identidades mediáticas. Introducción a las teorías, métodos y casos*. Barcelona: Editorial UOC, 2008, 295 pàg. ISBN: 978-84-9788-738-0.
- Prokopek, A. (2023). The art presence of videogames. *Replay. The Polish Journal of Game Studies*, 8(1), 7-16. <https://doi.org/10.18778/2391-8551.08.00>
- Revuelta Domínguez, F. I. (2022). Videojuegos culturales como herramienta de inclusión educativa. El videojuego Moss. *ReiDoCrea: Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*. <https://doi.org/10.30827/Digibug.77645>
- Sádaba, T. (2008). *Framing: El encuadre de las noticias : el binomio terrorismo-medios* (1a ed). La Crujía Ediciones.
- SAHUQUILLO MATEO, Piedad; ROS ROS, Concepción; BELLVER MORENO, M^a Carmen. (2008). *00820103009840.pdf*. Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_09_03/n9_03_sauquillo_ros_bellver.pdf

- Save Data (Director). (2022, febrero 26). *Why the Gerudo Valley Theme in Ocarina of Time is such an Amazing Song*.
<https://www.youtube.com/watch?v=UBDZd8hLuko>
- School, T. (2022, agosto 11). *Videojuegos con más presupuesto de la historia | Tokio*. Tokio School. <https://www.tokioschool.com/noticias/presupuesto-videojuegos/>
- Sedeño, A. (2010). Videogames as cultural devices: Development of spatial skills and application in learning. *Comunicar*, 17(34), 183-189. <https://doi.org/10.3916/C34-2010-03-18>
- Sepúlveda Castro, G. (2020). Transgamificación y cultura: Del videojuego como producto cultural al videojuego como totalidad cultural. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 98. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi98.3980>
- Te lo resumo (Director). (2020, febrero 19). *¿Por Qué El Cine No Tiene Que Ser Politicamente Correcto? | #TeLoResumo*.
<https://www.youtube.com/watch?v=QKH2YnOm560>
- Vicente Canela, A. L., & Moreno Ramos, M. T. (2009). Identidad nacional: Planteamiento y evaluación de un modelo estructural. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 3, 19. <https://doi.org/10.14198/OBETS2009.3.03>
- Wolf, M. J. P., & Perron, B. (s. f.). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DEL VIDEOJUEGO*.