

Trabajo de Fin de Máster

Un acercamiento a la crítica de videojuegos

Máster de Comunicación y Cultura

Antonio Contreras Limones
14-11-2016

Tutores:

Luis Navarrete Cardero
Rafael González Galiana

Índice:

1. Introducción.	1
2. El videojuego como objeto de estudio: Industria Cultural y Crítica.	1
2.1 Contexto sociocultural y económico. Industria Cultural.	
2.2 El concepto de crítica.	
3. Nuestro objeto de estudio.	12
3.1 Delimitación y justificación.	
3.2 Método de muestreo.	
4. La crítica en prensa escrita.	15
4.1 Tipología de revistas.	
4.2 Modelos de crítica elaborados a partir de la prensa escrita.	
5. La crítica de videojuegos en Internet.	59
6. Conclusiones.	62
7. Bibliografía.	67
7.1 Libros, artículos y documentos audiovisuales.	
7.2 Artículos de prensa del videojuego.	
8. Anexos.	70
8.1 Glosario de palabras pertenecientes al argot del videojuego.	
8.2 Corpus de revistas físicas analizadas. Selección.	
8.3 Referencias a pie de página.	
8.4 Entrevista a David Sanz Verjano.	

Abstract:

En el presente trabajo hemos querido realizar un estudio, análisis y crítica de la crítica de videojuegos en España. Para ello, se ha utilizado un corpus formado por prensa escrita especializada en el sector de los videojuegos desde finales de 1980 hasta finales de la década de los 2000, además de revisar el contenido de las páginas web más visitadas actualmente del mundo del videojuego para poder sacar una conclusión lo más clara posible de cómo es la crítica del videojuego en nuestro país y cómo éste es observado por los propios especialistas.

Palabras clave: Crítica, Videojuegos, Escuela de Frankfurt, Industria Cultural.

1. Introducción.

En el presente trabajo trataremos de realizar un estudio sobre la crítica de videojuegos existente en nuestro país. Haremos este estudio sobre prensa escrita y páginas web dedicadas a la crítica de videojuegos. Una vez analizado todo el contenido, se realizará una catalogación de los diferentes modelos de críticas encontrados en la prensa escrita y trataremos de observar cómo ha evolucionado hacia el periodo de Internet. Nuestro objetivo es conocer el trato que se le ha dado al videojuego a través de un gran número de publicaciones realizadas en nuestro país, intentando arrojar algo de luz sobre las connotaciones sociales que posee esta nueva forma de expresión artística. Nos gustaría que este estudio sobre la crítica de videojuegos pueda tratarse como precedente a la hora de elaborar en el futuro un modelo global de crítica de videojuegos.

El videojuego se muestra como un objeto de estudio interesante puesto que, a través de él, se pueden manifestar ideas, acciones y conceptos de una forma diferente a las ya conocidas en otras manifestaciones culturales. El videojuego como obra necesita de la tecnología para ser creado y utilizado, una característica que es compartida además por una gran multitud de expresiones artísticas contemporáneas. Pero desde nuestro punto de vista, posee una característica que le hace único frente al resto de obras o expresiones: la interactividad. Para entender y adoptar una postura verdaderamente crítica ante el videojuego, es necesario tener en cuenta los procedimientos y principios sobre los que se asienta la crítica convencional de los mismos. Pensamos que la crítica de videojuegos estándar no responde a un modelo de crítica pertinente según sus características como nuevo medio de expresión. Este es uno de los puntos primordiales que intenta resolver nuestra investigación.

2. El videojuego como objeto de estudio: Industria cultural y crítica.

2.1 Contexto sociocultural y económico: Industria Cultural

Un aspecto vital que conviene señalar para aproximarnos al videojuego y a sus críticas es el contexto social, cultural y económico en el que surge. El videojuego nace en un entorno donde la cultura y el arte han pasado a formar parte del mercado como cualquier elemento de la sociedad occidental. La llegada del capitalismo al mundo cultural es algo que sin duda cambió completamente la concepción del mismo, ya que

en el afán de obtener rendimiento económico, cualquier aspecto de la vida humana es comercializado. El arte como expresión humana asociada a la espiritualidad, el pensamiento crítico y la elevación del ser, es utilizado por la industria para generar contenidos consumibles por las masas. Con la llegada del capitalismo como sistema económico y social válido, los pensadores de la Escuela de Frankfurt ejercen una fuerte crítica sobre esta situación a la que el arte y la cultura han sido elevados.

Uno de los representantes de esta escuela, Theodor Adorno, nos habla de que el arte una vez que entra en el circuito mercantil deja de ser arte, pasando a ser un mero producto. Para Adorno, esta mercantilización del arte es una forma de apoyar a la ideología dominante (Adorno, 2001:29). Adorno realiza una fuerte crítica a los medios de comunicación de masas y crea, junto a Horkheimer, el término *Industria Cultural*. Con los medios de reproductibilidad técnica que permiten la distribución de obras a través del mercado, la cultura y el arte se han vuelto un bien consumible para la sociedad. Este suceso hace que Adorno y Horkheimer llamen a esta serie de productos Industrias Culturales. Este término hace referencia a esos productos estandarizados, fabricados para las masas que desean consumir arte y cultura. Adorno y Horkheimer otorgan además un matiz ideológico al término, puesto que a la hora de convertirse en productos, permiten transmitir la ideología predominante de forma masiva. Según su razonamiento, esto se produce porque en los bienes de la industria cultural se homogenizan valores, circunstancias, actitudes, comportamientos, problemas, etc. Debido a la masificación de productos culturales, pensamos que puede hacerse patente una propagación de patrones sociales, los cuales generan una cultura común que homogeneiza a la sociedad. De este pensamiento extraemos que el capitalismo no sólo se establece únicamente como sistema económico, sino que se establece además como sistema social, político y cultural, haciendo que todo gire en torno al capital.

Este pensamiento, aunque algo radical, nos induce a pensar que el arte no se sostiene por sí mismo, sino que depende directamente del sistema ideológico predominante; el videojuego entendido como arte o conjunto de artes, depende directamente del sistema económico en el que se encuentra porque es el que hace posible su industria y la masificación de las obras. Los productos, aunque sólo sea a través del sistema económico, quedan unidos a la ideología predominante, el mercado, porque ésta es la que les permite su existencia. Un ejemplo de esto lo encontramos también en la historia, donde el arte era subvencionado o mantenido por la religión

católica. En la actualidad, el arte y la cultura dependen del sistema al igual que en el pasado dependían de la religión. La globalización unida a unos productos nacidos bajo una ideología predominante, hacen que la misma se propague de una forma aún mayor, alcanzando audiencias de escala global. La carga ideológica que puedan contener los productos de la industria cultural –en este caso los videojuegos–, puede explicarse además a través del concepto de hegemonía de Antonio Gramsci. Se entiende como hegemonía la “intervención del poder [...] en la vida cotidiana de los sujetos y la colonización de todas y cada una de sus esferas, que ahora son relaciones de dominación” (Rodríguez, 2007:4). Este poder no se impone a través de la fuerza o la coacción, el poder se establece a través de la interiorización de una serie de actitudes y valores pertenecientes al imaginario social instituido. La industria cultural al servicio de la hegemonía predominante es una herramienta formidable para la transmisión de esta serie de valores. Encontramos entonces una maquinaria que ayuda poco a poco a un control ideológico de masas, obteniendo además una reciprocidad de los gobernados. Así lo explica Adorno cuando habla sobre la democracia: “en esos regímenes, la integración se realiza más sutilmente, en nombre de la cultura, del humanismo y los valores tradicionales” (Adorno, 2001:57).

La sociedad establecida bajo la ideología predominante ve mermada su capacidad crítica, porque todos los discursos de los medios de comunicación y de las industrias culturales se ven influenciados por las élites, las que unifican una posición ideológica, ignorando discursos en contra de dicha ideología (Sierra, 2006:23). Este discurso único del que hablamos provoca la pasividad frente al panorama político y social de la sociedad, lo que nos recuerda a la alienación sufrida por el pueblo ante la religión. El pueblo, a través del discurso religioso, perdía la capacidad crítica y era incapaz de ver más allá de una religión que ofrecía promesas al final de una vida de austeridad y pobreza. Cuando el discurso se liga a la tradición y a lo popular se consigue implantar una hegemonía. “La primera cultura masiva fue la cultura que creó el Estado-nación [...] ¿Qué hubo que hacer? Convertir lo popular en masivo” (Martín, 2014:00:05:14). En la actualidad, estos discursos han cambiado de forma y de interlocutor, pero la función sigue siendo la misma, desarrollar en la sociedad modelos de conducta aptos para la organización social actual que se sustenta en los Estados democráticos.

A partir de los años setenta, cuando el capitalismo moderno se consolida como el sistema predominante, surge el videojuego, el cual encuentra en el mercado y en la venta masiva la forma de sobrevivir como industria, al igual que el cine, la música o la literatura. El panorama social en el que surge el videojuego está relacionado con el modo de vida que se instaura a partir del siglo XX. El desarrollo de la técnica industrial permite el surgimiento de una clase ociosa que necesita bienes de consumo dedicados al tiempo libre. Es crucial conocer esta característica de la sociedad en la que surge el videojuego para entender las connotaciones que posee.

Si aceptásemos la postura de Adorno como válida, en la actualidad apenas encontraríamos obras de arte, puesto que la gran mayoría de obras que encontramos están sometidas al mercado. Siguiendo una postura algo diferente, Walter Benjamin, desde una vertiente menos radical que la de Adorno, nos plantea la dicotomía de dos tipos de obras de arte. Por un lado, tenemos la obra de arte aurática, la cual muestra la revelación de algo sobrenatural, un hecho sin precedentes que se manifiesta a través de la obra de arte. Por otro lado, encontramos la obra de arte profana, propia para la reproductibilidad o exhibición (Benjamin, 2003: 16). Según Benjamin, la obra de arte profana basa su razón de ser en la experiencia que hace vivir a aquel que la percibe.

Siguiendo con esta idea de Benjamin, el videojuego emerge como un tipo de obra que basa su razón de ser en la experimentación de la misma, para percibirla es necesario jugarla, además puede experimentarse de forma múltiple, es reproductible. La cercanía del videojuego al capitalismo, o mejor dicho, al circuito de mercancías, no es más que un reflejo de la sociedad en la que surge, donde la evolución tecnológica permite la reproductibilidad técnica y la producción masiva de las obras, lo que desemboca en un consumo masivo de los bienes culturales, al igual que el cine, y como dice Jesús Martín Barbero en una de sus declaraciones, “no confundan industria con capitalismo, [...] el cine no es arte a pesar de ser industria, es arte industrial” (Martín, 2014:00:07:19). Esta misma máxima es aplicable al videojuego y es la línea que pretendemos seguir en parte de nuestro estudio. El videojuego debe concebirse como un arte, colectivo o no, y su relación con las ventas o el público deberían tratarse desde otro plano.

Aceptamos que el arte pueda ser industrial, es decir, que un conjunto de personas pueda trabajar en una obra común, como es el caso del cine o del videojuego; pero

también somos conscientes de que este método de trabajo puede ser utilizado para elaborar productos estandarizados acordes a la ideología dominante. En este momento es donde surge la importancia de la crítica, ya que el juicio crítico es el que nos permite dilucidar si el videojuego que estamos criticando se trata de un producto de entretenimiento masivo o de una obra de arte.

Desde nuestro punto de vista, compartimos la idea de Adorno de que la industria cultural se muestra como anestesia del pensamiento crítico, pero no compartimos la idea de que cualquier obra de arte que entre en el circuito económico deje de ser una obra de arte propiamente dicha. Actualmente, con la democratización de *softwares* de creación de videojuegos, el abaratamiento de la tecnología y el desarrollo de Internet, cualquiera puede crear y distribuir contenidos de calidad a escala masiva, los cuales pueden poseer, o no, características heterogéneas ajenas a las cualidades de las Industrias Culturales. Este proceso de creación alternativo e independiente es el que permite el desarrollo de un pensamiento diferente, incluso subversivo, porque no depende económicamente del sistema.

Desde que el videojuego nace como producto se ha visto obligado a transformarse como tal según el paso del tiempo. Sería conveniente delimitar las diferentes etapas del videojuego con respecto a su contexto, su evolución y el mercado español. Los primeros años de la industria del videojuego en nuestro país estaban relacionados con la programación y la informática. Resulta apropiado señalar que el mercado del videojuego está marcado por una gran competición tecnológica, en la que las empresas desarrolladoras competían (y compiten) por ofrecer al usuario una experiencia diferente a la que podían encontrar en otras marcas. Jaume Esteve en *Ocho quilates, Una historia de la Edad de Oro del software español*, nos cuenta el nacimiento y evolución del *software* de videojuegos en España a partir de la década de los 80. A partir de esta década, diversas compañías comenzaron a trabajar con pequeños ordenadores que permitían la programación de videojuegos simples, entre ellos el ZX81, uno de los primeros ordenadores con los que se empezó a programar (Esteve, 2012:14-21). Debido al auge de la programación y la informática surgen revistas dedicadas a este mundo, las cuales empezaron a incluir apartados dedicados a los videojuegos. Citando de nuevo a Jaume Esteve, este fue el germen de la prensa de videojuegos, aunque fueran revistas dedicadas a la programación (2012:182).

Posteriormente, en la década de los 90, las empresas desarrolladoras empezaron a crear desde máquinas recreativas que pronto se convirtieron en consolas de uso doméstico. El mercado entró en un gran proceso de diversificación con respecto a las consolas, cada compañía poseía una o varias, tratando de diferenciar al máximo la experiencia del usuario, buscando la experiencia perfecta. De ahí surge la importancia del aspecto tecnológico en el videojuego, las grandes empresas desarrolladoras competían por mejorar los gráficos, la velocidad de lectura, la jugabilidad y la experiencia de inmersión en la diégesis del videojuego. Esto provoca que, por un lado, encontremos que las revistas antiguas traten temas más tecnológicos que, por ejemplo, narrativos o culturales. Además, el videojuego se consolida como objeto ocioso y no como obra de arte, ya que se escribe sobre él, se observa y se disfruta como mero elemento de entretenimiento. Jaume Esteve nos habla de la diferencia entre la prensa de videojuegos española y la inglesa: “En Inglaterra, [...] la prensa del sector ya estaba más desarrollada e introducía elementos críticos a los análisis de los juegos en lugar de hacer meras descripciones como era el caso de la española” (2012: 71-72).

Gracias a las revistas analizadas podemos conocer de primera mano la evolución que sufre el mercado del videojuego desde sus inicios hasta la actualidad. Es el caso de la revista *DC Magazine* (2000) que realiza análisis sobre videojuegos pertenecientes a la videoconsola *Dreamcast*, que fue la última lanzada por la gran compañía *Sega*. La revista está situada temporalmente en el gran cambio que se da en la industria de los videojuegos en España, debido a la llegada de Internet a los hogares.

En esta revista se discute sobre este cambio de gustos, las recreativas están abocadas a desaparecer en países occidentales, algo que resulta inusual en Japón¹. Esta es la época de los *cibercafés*, las grandes marcas dejan de desarrollar videojuegos para máquinas recreativas (salvo en Japón) y empiezan a desarrollar videojuegos con modos *online* y cooperativo. En Internet es donde se empezará la nueva gran guerra de las desarrolladoras de videojuegos. *DC Magazine* habla sobre todo de las multinacionales desarrolladoras. A través de sus textos se puede realizar un minucioso análisis de cómo evoluciona el mercado del videojuego. *Sega* fue una de las marcas que decidió dejar de fabricar consolas para dedicarse únicamente al desarrollo de videojuegos, de ahí que

¹ LLAMBIAS, Anna (2016): “Entrevista Katsuhiro Harada, padre de la saga Tekken”, *El País*. Disponible en Internet (08/10/2016). http://ccaa.elpais.com/ccaa/2016/10/07/catalunya/1475854541_386713.html

esta revista pueda catalogarse como un documento importante perteneciente a la historia del videojuego. Cabe añadir que los desarrolladores de *Sega* se dedicaron a crear una consola basada en sus máquinas recreativas para que el cambio de formato de los videojuegos de recreativa a consola no fuera tan costoso. Así asimiló *Sega* el cambio del mercado.

Otro punto clave en la historia de la crítica del videojuego es la democratización de Internet. La llegada de la red global a los hogares trae consigo un cambio en los hábitos de los consumidores. Esto se puede resumir en varios epígrafes: el primero es la mejora en la disponibilidad de la información. Muchas revistas de videojuegos han complementado la información que dan con canales en *Youtube* y su página web². La aparición de Internet trajo consigo un nuevo modo de juego, el videojuego multijugador en línea. Debido a esto surgieron también nuevos modelos de negocio: plataformas dedicadas completamente a la venta del videojuego, como por ejemplo *Steam* u *Origin*. *Steam* es una plataforma que funciona como red social, distribuidora, librería de videojuegos, intercambio de productos, lanzadora de videojuegos *indies* y también recoge información y críticas de los mismos usuarios, los cuales pueden hablar de los juegos únicamente si los han comprado³. La aparición de Internet cambia completamente el mundo tradicional del videojuego. El aumento considerable de información da pie al surgimiento de nuevos modelos de crítica, implicando una enorme transformación en la recepción e intercambio de información, en la forma de disfrutar el videojuego, en el desarrollo de los mismos por parte de la industria y ahora también por parte de los usuarios.

La revista *Alt Magazine* (2007), una de las que analizamos, ya hacía hincapié en que el futuro del videojuego y de la cultura actual se encuentra en el *software* libre. *Alt Magazine* ya refleja en sus primeros párrafos una filosofía al margen del mercado y las corporaciones. Esta línea de pensamiento surge del movimiento *New Games*, una respuesta contra los cambios sociales y económicos que se dieron en los años 70, de la cual formaba parte Bernie DeKoven, el cual promueve el código libre y el diseño de videojuegos por parte de los propios jugadores (Sánchez, 2014:22). Estamos en los inicios de la época actual, donde se comienza a dar la democratización de motores de

² Es el caso, por ejemplo, de *Hobby Consolas*, que posee canal de Youtube y página web propia.

³ *Steam* aporta al usuario una gran cantidad de videojuegos, una enorme comunidad, la posibilidad de compartir contenido propio y además, el propio usuario puede obtener un rendimiento económico.

videojuego, *softwares*, librerías, etc. Todo esto incentiva la creación de videojuegos a partir de los propios usuarios. En esta revista se presta mucha atención a compañías independientes y pequeñas desarrolladoras pertenecientes al mundo del videojuego, que son especialmente miradas por los críticos de videojuegos por contar historias de una forma diferente a los videojuegos industriales. También habla de motores de videojuego de *software* libre, enseña sus capacidades, sus especificaciones técnicas y qué videojuegos se han creado con él.

La mayoría de las empresas desarrolladoras de motores de videojuegos han permitido el acceso público y en cierta medida gratuita a sus motores de desarrollo. En su día, *Unity*⁴, como pionero en esta dinámica, y a día de hoy otros como *Unreal* y *Cryengine*, se establecen como competidoras en el mercado de la democratización. Esta democratización no es del todo libre o gratuita, puesto que cada motor consigue ingresos de forma diferente, sólo si el usuario así lo desea. Por ejemplo, algunas venden contenidos ya predeterminados, otras permiten desarrollar el juego y a la hora de ponerlo a la venta, la empresa desarrolladora se queda un tanto por ciento de los ingresos generados. Esta nueva forma de comercio permite que se creen multitud de videojuegos de forma gratuita y que la mercantilización esté en mano de sus creadores y no de la industria. Con respecto al panorama de la industria cultural, este es un hecho sin precedentes, ya que nunca una industria había puesto al servicio del público las herramientas con las que trabaja.

Enlazando con el desarrollo actual del mundo de videojuego y volviendo a Theodor Adorno, “en el arte todavía posible, la crítica social tiene que elevarse a forma, borrando todo contenido social manifiesto” (2004: 404). Esta sentencia nos viene a detallar una de las ideas más importantes del pensamiento adorniano, compartimos que el arte debe ser comprometido con el tiempo en el que emerge. Esta crítica social de la que habla hace referencia al compromiso del artista, en nuestro caso, el desarrollador de videojuegos. En la época actual donde el arte ha quedado completamente transfigurado, el videojuego emerge como un nuevo medio, un nuevo material donde plasmar ideas. La industria no tiene necesidad de ser comprometida porque se dedica a las ventas, necesita financiación de grandes capitales para desarrollar sus contenidos y su tecnología, los cuales deben ser acordes a una serie de valores. El autor o los estudios

⁴ Con diferentes tarifas entre las cuales podemos encontrar una gratuita.

independientes⁵ no están sometidos a grandes editoriales, lo que les permite elaborar obras de un contenido más libre. Para Adorno, el compromiso se opone a la ideología porque aporta un punto de vista crítico a la realidad, una realidad que trata de ser conservada a través de la ideología dominante:

“El compromiso es un grado de reflexión superior que la tendencia; no quiere simplemente mejorar situaciones impopulares, aunque los comprometidos simpatizan demasiado fácilmente con las medidas; el compromiso pretende la transformación de las condiciones de las situaciones, no sólo hacer propuestas; por tanto, el compromiso tiende a la categoría estética de esencia. La autoconsciencia polémica del arte presupone su espiritualización” (Adorno, 2004: 399).

Este compromiso se convierte en el espíritu de la obra, y es lo que diferencia el arte del producto. Es lo que, según nuestro criterio, diferencia al videojuego-arte del videojuego de venta masiva.

2.2 El concepto de crítica

Una vez tenemos contextualizada la historia del videojuego con respecto a las Industrias Culturales y con respecto al arte, es necesario hablar de la crítica. Para nosotros, el concepto de crítica va completamente imbricado al de obra de arte. De hecho, la crítica en sí es una obra de arte más. El concepto de crítica igualado al de obra de arte procede del ejemplar de Oscar Wilde *El crítico como artista* (2002). Oscar Wilde en su libro citaba a la antigua Grecia como civilización en la que el arte estaba en pleno apogeo. Wilde decía que en aquella época no había críticos de arte, porque las obras de arte eran críticas por sí mismas. Equiparamos obra de arte y crítica porque la crítica es capaz de sacar de la obra conceptos y abstracciones que van más allá de la mera observación. De ahí la importancia de la crítica como obra y como arte. No es que no existieran críticos en la antigua Grecia, es que los artistas eran los propios críticos.

En la actualidad, esta crítica se ha visto vulnerada por diferentes factores. Entre los cuales, encontramos: un empobrecimiento de la calidad artística debido al surgimiento de la industria cultural. La industria cultural empobrece al arte puesto que trata de satisfacer los deseos de la sociedad de consumirlo, creando contenidos de

⁵ El término *independiente* en el mundo de los videojuegos hace referencia a obras desarrolladas por estudios al margen de la industria, los cuales suelen caracterizarse por la experimentación o por la innovación. Estos videojuegos, aunque no poseen el apoyo de distribuidoras, suelen encontrar su medio de distribución y financiación a través de Internet.

consumo masivo sin actitud crítica y con estructuras estandarizadas. Cuando la crítica se ve encadenada a un sistema productor de esta industria cultural se ve obligada a supeditarse al mismo. No estamos diciendo que el arte se haya visto empobrecido, sino que por la alta demanda y la alta producción de pseudoarte creado por la industria cultural, el arte de los artistas y críticos se ve desplazado a un terreno reducido para los mismos.

A finales del siglo XIX se empieza a dar la producción en masa de productos dedicados a la ornamentación y a la superficialidad, propiciando así un gusto hacia la banalidad y el consumismo. Estas son las bases de la sociedad actual, marcada por el binomio productividad-consumo. Peter Wolen, en *El asalto a la nevera* (2006), nos habla de Loos y Thorstein, haciendo referencia a la teoría de la clase ociosa, una sociedad dedicada a esta productividad y al consumo masivo. Este cambio socioeconómico que permitió la industrialización y el asentamiento de la burguesía como clase dominante, fueron los pilares para el enaltecimiento de lo mundano, el subjetivismo y el consumismo (Martínez, 2002:10). Estos son los cimientos de la cultura de la imagen, una cultura marcada por el culto a la superficialidad., la cual hace que el discurso pierda valor y entre en detrimento, otorgando a la imagen más verosimilitud que a la palabra. La verdadera crítica se ha visto ahogada:

“No parece descabellado pensar que hoy día la crítica carece de toda función social sustantiva, pudiendo haber sido condenada a actuar de mera comparsa de la industria del arte, a quedar confinada entre las paredes del mundo universitario, o, como veremos, a morir por exceso de libre albedrío. (...) Pensamos que la crítica, como procedimiento intelectual, sirve y tiene validez para la comprensión de nuestro universo, independientemente de cualquier fenómeno artístico singular” (Navarrete, 2013:20).

Esta devaluación de la palabra unida a la facilidad de acceso al discurso hacen que la crítica se vea menospreciada por el exceso de opinión. Internet permite que se generen diversas opiniones que carecen de profesionalidad, puesto que no todo el mundo posee una formación sobre el tema tratado. Esto genera confusión entre las críticas de profesionales y las críticas de gente aficionada. El problema del relativismo no está en la diversidad de opiniones, está en la diversidad de opiniones que emanan del desconocimiento y el subjetivismo. No sólo esta enorme cantidad de críticas hace casi imposible distinguir unas de otras, la argumentación de las mismas también sufre, ya que donde antes había argumentos válidos, ahora encontramos subjetivismo y una

exaltación de la opinión propia sobre el resto. Este subjetivismo irremediable se debe, en parte, a que antes para escribir una crítica o ensayo, había que tener una serie de conocimientos, poseer un buen nivel cultural, conocer el contexto de la obra en cuestión, etc. Ahora para escribir es innecesario poseer conocimientos, porque encontramos libertad total en los campos de Internet. Ya no importa la validez de la opinión, lo que importa es la opinión en sí, algo que se escapa de todo esfuerzo intelectual, como dice Karl Marx, “la crítica no es una pasión del cerebro, sino el cerebro de la pasión” (Marx, 1968:9), no se puede permitir un libre albedrío de las opiniones, al igual que tampoco se pueden permitir unas opiniones sin trasfondo crítico. Parece que descendemos en una espiral hacia el vacío intelectual, la pérdida de criterio y su sustitución por opiniones impulsivas, que como pompas de jabón pierden solidez ante un leve golpe de aire.

Arte y crítica son conceptos que mantienen una unión entre ellos. Cuando el medio artístico comienza a sufrir un empobrecimiento cultural y también en cuanto a valores se refiere, ocurre lo mismo con la crítica. Una de las ideas que nos gustaría comentar es la del surgimiento del proletariado de Karl Marx. Marx dice que la pobreza del proletariado no ha surgido naturalmente, sino artificialmente, a través de la llegada de las máquinas para realizar el trabajo (1968: 21). Si trasladamos esta idea a la actualidad, la revolución digital comparándola con la revolución industrial, la pobreza cultural se ha acelerado desde que es posible la interconexión entre unos y otros. Con esto no queremos decir que esta interconexión global sea mala, señalamos el detrimento intelectual que revela, cada opinión o crítica subjetiva detona un número mayor de opiniones subjetivas, llenando la red de discursos banales sin fundamento. Si la máquina otorgaba facilidad al trabajo físico, abarataba el despido y el sueldo del proletariado, la tecnología otorga facilidad a la hora de generar discursos, por tanto, estos discursos serán de menor calidad intelectual, puesto que cualquiera puede generarlos.

“La mayor falsedad de nuestra sociedad es, por tanto, hacernos creer que todos portamos la razón en aquello que decimos, único modo de banalizarla pues, creemos en ello firmemente, este es el único medio que la clase dominante ha encontrado para alejar su temor del pensamiento reflexivo e incisivo, único enemigo que puede desbancarlas de sus posiciones de poder, fundamentalmente de cariz financiero” (Navarrete, 2013:16).

Pero el problema que nos atañe no envuelve al videojuego como tal, sino a su crítica. Entendemos al videojuego dentro de un sistema socioeconómico, pero no encontramos un estudio de los tipos de críticas que podemos encontrar de los mismos. Siguiendo un sendero paralelo al estudiado por Luis Navarrete en *¿Qué es la crítica de cine?*, observamos que el videojuego sigue la tendencia del cine, en cuanto a su situación como bien de consumo y la aparición de Internet, como nuevo medio de distribución y fuente de opinión. Con respecto a la cualidad ociosa y lúdica a la que va ligada el videojuego irremediablemente, hace que su crítica pueda verse afectada de algún modo por ello.

Nuestra idea es realizar un estudio de la crítica del videojuego desde sus comienzos hasta la actualidad y observar si ha habido algún cambio en las críticas. Nuestra hipótesis engloba una evolución de la crítica con respecto a la evolución del videojuego. Cuando el videojuego llegó a España y estaba controlado por la industria, se da una crítica pobre, dedicada a la venta tanto de consolas como de videojuegos, ya que al encontrarse inmerso en el mercado necesita de vías para expandirse como producto. Con la democratización de los motores de desarrollo de videojuegos, pensamos que ha surgido un nuevo tipo de crítica humanista y más cercana a las diferentes realidades del ser humano, una crítica más cercana al arte. Esta evolución crítica coincide además con el desarrollo de los videojuegos gracias a la tecnología democratizada.

3. Nuestro objeto de estudio.

3.1 Delimitación y justificación:

Nuestro corpus se puede diferenciar en dos grandes grupos. Por un lado, encontramos la prensa escrita especializada en el mundo del videojuego. Esta parte nos ayudará a conocer los orígenes de la crítica del videojuego en nuestro país. Por otro lado, nos centraremos de forma concisa en Internet, acotando el abanico de páginas web de forma considerable y escogiendo minuciosamente los portales dedicados a los videojuegos más visitados en España, con la intención de observar cómo ha evolucionado la crítica en el paso del formato escrito al digital, con todos los cambios que esto conlleva.

La industria del periodismo de videojuegos en España comenzó como tal a finales de la década de los 80. España ha sido un país que ha permanecido atrasado con respecto al resto de potencias tecnológicas. Los videojuegos procedían de Japón o de Estados Unidos en su gran mayoría. Parte de nuestro corpus abarca un periodo temporal que va desde el año 1989, la revista que cuenta con números más antiguos, el año 2012, la revista con números más cercanos a la actualidad. Posteriormente analizaremos revistas online y otro tipo de documentos que puedan ser clasificados como críticas de videojuegos. Ante un periodo temporal tan amplio, nos hemos visto obligados a delimitar nuestro objeto de estudio porque se haría muy extenso para este tipo de investigación. Para ello hemos establecido una serie de criterios, con su correspondiente justificación, que permitirán acotar de forma eficiente el corpus.

Parte del corpus ante el cual nos encontramos es una gran selección de revistas desde finales de los años ochenta hasta la actualidad. Se trata de una colección de carácter personal, de ahí que haya números perdidos. Las revistas de videojuegos no son textos que hayan sido institucionalizados, no son revistas que formen parte de la historia del videojuego porque son documentos muy denostados por la institución académica, de ahí que la localización de los números que faltan sea casi imposible. No obstante, al poseer la mayoría de números de estas revistas y contar con las revistas más influyentes en esta industria, no es necesario poseer la totalidad de las mismas, puesto que para realizar un análisis crítico de estas revistas puede hacerse sin problemas a través de una muestra de las mismas.

Por otra parte, para lograr un acercamiento más fidedigno a la realidad actual, analizaremos los tres portales especializados en videojuegos más conocidos. La razón por la que escogemos estos portales es porque representan la voz especializada sobre la industria del videojuego en nuestro país actualmente, al igual que antes lo eran las revistas. Pretendemos encontrar las similitudes y diferencias establecidas entre la prensa escrita de antaño y la prensa online actual, para dilucidar los senderos que ha tomado la crítica. Por otro lado, también centraremos nuestra atención en la revista *Presura* como documento. Es una revista digital española de carácter social y cultural y que puede ser interesante por aportar un punto de vista diferente que haga contraste ante el resto de publicaciones por su cariz ludológico.

3.2 Método de muestreo:

En primer lugar, necesitamos acotar en gran medida la parte del corpus perteneciente a la prensa escrita, ya que contamos con cerca de mil números pertenecientes a más de sesenta revistas diferentes. Nos gustaría empezar a delimitar las revistas según la cantidad de números que posean en el mercado. Pensamos que aunque una revista posea pocos números, si es una revista muy específica puede representar un modelo de crítica que no encontremos en ningún otro lado. Por eso percibimos que la acotación no debe fijarse en la cantidad de números de revistas, sino en la tipología de las críticas. Ahora bien, si una revista posee una gran cantidad de números, sí que deberíamos acotar la muestra de la misma por año de publicación y realizar una selección aleatoria según cada año. Normalmente, las revistas de videojuegos suelen tener publicaciones mensuales, por tanto, de cada año serían seleccionados aleatoriamente una serie de meses. Si la revista posee tan sólo un año de edición, lo que equivaldría a 12 números, se escogerían al azar como muestra representativa $\frac{1}{3}$ de las revistas, lo que serían, según el ejemplo, 4 revistas al año. Si la revista posee más de un año de publicaciones se escogerían al azar como muestra representativa $\frac{1}{4}$ de las revistas cada año. Pensamos que es sensato reducir la cantidad de la muestra ya que al poseer más años de edición aumenta considerablemente el número de revistas, por tanto la muestra representativa de cada año puede permitirse ser menor. Si poseemos una cantidad de números de cierta revista menor o igual a 4 se analizarán todas, si posee más de 4 y menos de 12 se analizarán tan sólo 4 números aleatorios de la misma. Si la revista posee varios años de edición pero sus publicaciones no se hacen de forma mensual, se cogerán números consecutivos de doce en doce y se aplicará el porcentaje adecuado a revistas con varios años de publicación, es decir, $\frac{1}{4}$ de las revistas por cada 12 números. Se obviarán los números especiales, anexos publicitarios, guías⁶, manuales, recopilatorios de trucos y contenidos de este tipo.

Variables:

Variable 1: Revistas de publicación variable, publicación escasa o números sueltos. Números de revista ≤ 4 números. Números analizados: todos los ejemplares.

⁶ Entendemos como guías a guías detalladas o ejemplares dedicados únicamente a la guía del videojuego. Esto se debe a que hay dos modelos de crítica denominados como análisis-guía y guía, pero que no se trata de este tipo de guías que poseen una extensión mayor y un nivel de detalle mucho más preciso inabarcable en una revista.

Variable 2: Números de revista ≥ 4 y ≤ 12 números. 4 ejemplares al azar.

Variable 3: Números de revista son = 1 año de publicación (12 números) Números analizados: 4 ejemplares al azar.

Variable 4: Números de revista son > 1 año de publicación (+12 números) Números analizados: 3 ejemplares al azar cada 12 números.

Variable 5: Revistas de publicación variable con gran cantidad de ejemplares y revistas con números sueltos en gran cantidad: Si los números de revista > 12 números. Números analizados: 3 ejemplares al azar por docena.

Para los números de revistas que queden sueltos y sean menor que una docena se seguirá aplicando el criterio adecuado.

Con respecto a Internet, la acotación ha sido más sencilla. Hemos seleccionado los tres portales web más visitados y mejor posicionados en España, los cuales serán analizados. Con respecto a la revista *Presura*, al poseer una serie de números publicados, se seguirán las variantes desarrolladas anteriormente.

4. La crítica en prensa escrita.

Para introducir al lector en esta parte del estudio, nos gustaría realizar una breve exposición sobre los diferentes tipos de revistas ante los cuales nos hemos encontrado. Esto le ayudará a la hora de concebir de una forma más cercana los modelos de crítica extraídos de las mismas.

4.1 Tipología de revistas:

Revistas pertenecientes a una gran editorial: Son revistas pertenecientes a editoriales cuyo elenco de publicaciones va dedicado al mundo entretenimiento. Entre estas editoriales encontramos MC Ediciones S.A. o Hobby Press S.A, entre otras. Las revistas de videojuegos pertenecientes a estos grupos solían ser dirigidas por las mismas personas aunque se trataran de revistas diferentes, tan solo los puestos de colaboradores eran los que alternaban personas entre revista y revista. Esto nos hace pensar que al tratarse de un tejido empresarial, los altos cargos eran ocupados por miembros de la empresa editora, los cuales se dedicaban a escoger a colaboradores especializados en diferentes consolas, tareas de publicidad y marketing, maquetación, redacción, etc. Esta

estructura permitía elaborar revistas aparentemente distintas dirigidas a públicos heterogéneos.

Es curioso observar cómo algunas de las revistas analizadas pertenecen a la misma compañía, además, pensamos que esta puede ser una de las razones que explica la aparición de patrones que nos encontramos en los modelos de crítica creados. Este entramado comercial nos permite observar el crecimiento y auge de una industria editorial dedicada al mundo del entretenimiento y que encuentra una especie de océano azul en el mundo de los videojuegos. Cuando una revista cerraba, abría a los pocos meses o al año siguiente con un nombre diferente, ya sea en la misma editorial o en otra. Este es el caso de la revista *PC Fun*, de la editorial *Freeway Ediciones*, que tras un año de publicación cierra, pasando a llamarse *PC Gamelive*. Sabemos que es la misma revista porque una gran parte del equipo que la formaba era el mismo. Esto nos hace pensar que el mundo de la industria del videojuego fue, al menos en su momento, un negocio muy lucrativo para las editoriales dedicadas al mundo del entretenimiento. Con la llegada de Internet, tan sólo se mantuvieron algunas revistas de gran relevancia, otras emigraron a la red y otras consiguieron proliferar tanto en la web como mantener su formato físico, creando así una red de explotación económica basada en la información multimedia.

Estas revistas han sido siempre tildadas, por cierto sector del público, de ofrecer información de baja calidad; también han sido acusadas de tener relaciones con ciertas empresas desarrolladoras o con la industria del videojuego. Tal y como nos comenta David Sanz en la entrevista, director de *Marca Player* durante los cuatro años de vida de la misma, llegó un momento en el que los medios especializados en prensa de videojuegos tenían una gran dependencia de la publicidad por parte de las editoriales. La presión ejercida por las empresas desarrolladoras repercutía en el contenido de las revistas, aunque el contenido elaborado siempre dependía del redactor y del dueño del medio. Por otro lado, desde su experiencia, nos cuenta que nunca le han obligado a faltar a su criterio cuando ha sido colaborador⁷. Cuando analizamos el contenido de la mayoría de las críticas, encontramos que suelen ser benevolentes y muy generalistas. Los redactores tenían cierta independencia, pero las empresas desarrolladoras también ejercían presión para que el contenido no fuera del todo negativo con sus juegos. El

⁷ Puede encontrar la entrevista de forma íntegra en el último documento de los Anexos. Esta respuesta se da concretamente en la primera pregunta.

lenguaje y la estructura interna de las críticas se muestran muy homogéneos, explotando así un modelo adecuado a cada videojuego según su género, facilitando la creación en masa de contenido. Cada redactor tendría su propio método de redacción, pero al analizarlo observamos que la gran mayoría son muy similares.

Tras el análisis de contenido realizado, observamos que el lenguaje se adecua al público objetivo al que va dirigido, cuando el videojuego estaba dirigido únicamente a niños, el lenguaje utilizado era naif, cuando el videojuego evoluciona creando un contenido dedicado a adultos, el lenguaje utilizado sufre una transformación hacia el nuevo público al que va dirigido. Las revistas de videojuegos son un negocio, por tanto se deben a su público, el contenido que ellos elaboren dependerá de lo que sea demandado, tomando como norma general un lenguaje analítico y divulgativo.

La labor crítica o analítica que se realiza en estas revistas no suele ser muy rigurosa, de hecho, cuando encontramos revistas de este tipo que valoran los videojuegos con una puntuación, esta no suele bajar del 7, como mínimo, un 6, en una escala global del 1 al 10. Esta falta de rigurosidad la asociamos a que estas revistas no buscan ser objetivas ni tampoco mostrarse críticas frente a las desarrolladoras. Al fin y al cabo, gracias a las creaciones de las grandes empresas estas revistas obtienen trabajo. Según la experiencia de David Sanz, para él no ha habido falta de rigurosidad, sí que piensa que el análisis clásico de videojuegos se ha quedado obsoleto⁸, además hace hincapié en que la opinión de las revistas en su momento era muy poderosa, poniendo de ejemplo la revista británica *Edge*, cuyas notas influenciaba mucho en las compras de los usuarios. Esto implica que las revistas debían tener especial cuidado con sus críticas, ya que estas no afectaban a videojuegos ya reconocidos con un alto número de ventas, pero sí incidían en el resto de videojuegos no tan conocidos, que son la mayoría.

Encontramos revistas que poseen relaciones establecidas con marcas desarrolladoras y que recibían tratos de favor para poseer exclusivas de ciertos videojuegos, algo que siempre incrementará las ventas de la revista. Encontramos un caso excepcional, que es el caso de la revista *DC Magazine* (2000), una revista perteneciente al grupo *MC Ediciones* y que cuando era necesario realizaba fuertes críticas al videojuego, cuando alguno de sus aspectos era deficiente; aun así, no hemos

⁸ Esta respuesta se da concretamente en la primera pregunta.

encontrado entre los análisis realizados sobre ella ningún videojuego que reciba un suspenso por parte de la revista.

Como bien comentaba David Sanz, uno de los aspectos que llama la atención de este tipo de revistas es la gran cantidad de publicidad que alberga entre sus páginas⁹. En un número de los analizados de la revista *Hobby Consolas*, de 212 páginas, 68 son publicidad, la cual se nos presenta como una gran fuente de financiación y cuyo mensaje incita al consumo y a otros valores como la diversión o el vano entretenimiento. La imagen que aporta la publicidad de los videojuegos se reproduce de forma inherente en los artículos que residen en estas revistas en cuestión.

El discurso publicitario incide directamente en la elaboración del contenido de la revista y posteriormente en la recepción del mismo por parte de los usuarios, generando así una ideología acorde al consumo de masas (Sierra, 2006: 15), mostrando al videojuego como producto de consumo. Los intereses de las empresas desarrolladoras y tecnológicas, como los de cualquier empresa multinacional, son que sus productos vendan de forma masiva, contar con un target objetivo cada vez mayor y aumentar las ventas cada año, entre otros; por tanto, no es descabellado decir que el discurso que promueven va asociado al consumo, al igual que tampoco lo es el establecer una relación entre este discurso y el propagado por las revistas, encontrando además pruebas que lo certifican.

Podemos observar que hay videojuegos a los que las editoriales dedican más páginas, artículos de videojuegos en exclusiva y más extensos que el resto; también encontramos en algunas de estas revistas un mayor número de análisis pertenecientes a videojuegos de una consola en concreto, los cuales nos hacen pensar que existe cierta relación subyacente con algunas marcas. Todo esto depende, en cierta medida, de cada grupo editorial. Lo que sí es evidente que mediante el análisis de las revistas pertenecientes al mismo grupo, estas conclusiones se pueden certificar con facilidad. Por ejemplo, algunos grupos editoriales poseían los derechos de publicar las revistas oficiales de ciertas consolas, como es el caso de MC Ediciones con *DC Magazine*, una revista dedicada a los videojuegos de la videoconsola *Dreamcast*. También ocurre lo mismo con *PlayStation Max*, revista dedicada a la videoconsola *Play Station*. El mismo caso se da en el grupo editorial Hobby Press, al cual pertenece *Hobby Consolas*, una de

⁹ Véase la publicidad del número 111 de *Hobby Consolas* en anexos.

las revistas más prolíficas de este sector, y que tenía también una revista dedicada completamente a la compañía *Nintendo*, llamada *Nintendo Acción*. Hay varios casos como este, por tanto, aunque fueran relaciones comerciales en casos puntuales, sí que podemos decir que las había y que podían manifestarse en otras revistas de la misma editorial.

Revistas pertenecientes a empresas desarrolladoras o multinacionales:

Como principal ejemplo de este tipo de revista encontramos el magazine *Club Nintendo*, el cual era una especie de revista-catálogo de videojuegos exclusivo para consumidores de *Nintendo*. Hablamos también de *Nintendo* como una de las principales compañías en explotar esta modalidad de publicidad, ya que era de las pocas multinacionales que poseía diferentes consolas en el mercado, las demás compañías –que tan solo poseían una única recreativa a la venta– estrenaban revistas oficiales dedicadas la misma, como es el caso de *PlayStation*, *Xbox* o *Dreamcast*. *Nintendo* era capaz de explotar nichos de mercado más amplios en el mismo espacio porque sus consolas no son excluyentes entre ellas, poseía el modelo para casa y el modelo portátil. Este tipo de explotación fue copiado posteriormente por otras empresas como *Sony*, al incluir a su oferta de consolas la *PSP*, pero esto fue a partir del año 2004.

Cabe decir que *Sony* o *Microsoft* no son empresas que se dediquen al desarrollo de videojuegos, desarrollan tecnología y se dedican a editarlos y distribuirlos para sus propias consolas. La creación de revistas oficiales tiene un único fin publicitario y comercial, de ahí que sus críticas se basen en un contenido superficial y poco elaborado, que trate únicamente de convencer al jugador para que compre sus juegos.

En el mercado de las revistas de videojuegos podemos encontrar magazines dedicados a una consola o una marca pero que las cuales no pertenezcan a la misma, sino que se trate de casos en los que haya un acuerdo de financiación entre una empresa desarrolladora y un grupo editorial, como los que hemos visto anteriormente. Este tipo de acuerdos aportaban una mayor visibilidad a la marca en el mercado editorial, ya que el usuario podía encontrar tanto la revista oficial como la perteneciente al grupo editorial. David Sanz nos habla de su experiencia como director en la *Revista oficial de Xbox 360* y nos cuenta que es muy diferente trabajar con *Microsoft* que trabajar para una editorial, porque gran parte del contenido venía desde el extranjero y tenían menos

margen de maniobra a la hora de realizar su propio contenido, aunque también desmiente que eso la hiciera menos rigurosa¹⁰.

Revistas independientes o de pequeña editorial: Catalogamos como revistas independientes aquellas que no pertenecen a un gran grupo editorial y no poseen una gran cantidad de publicidad. Estas revistas suelen caracterizarse por tener unos modelos de crítica algo diferentes a los que encontramos en los tipos de revista anteriores. También suelen poseer contenidos dedicados a otro tipo de materia, como por ejemplo, a los ordenadores o al hardware.

Como ejemplo de este modelo de revista tenemos el magazine *Gametype*, dedicado exclusivamente a videojuegos japoneses. En ella también podemos encontrar artículos relacionados con el manga, el anime u otras expresiones culturales de la cultura japonesa relacionadas con el entretenimiento. Sus críticas suelen poseer un cariz afectivo, pero no por ello dejan de ser críticas. Podemos encontrar críticas más rigurosas con respecto a la calidad técnica del videojuego, comparadas con las críticas de otras revistas de mayor repercusión.

Otro ejemplo que encontramos es la revista *Hobby Pc*, que centra su contenido principal a la informática y posee también apartados e información de videojuegos. También podemos encontrar excepciones, porque no todas las revistas son clasificables. Tenemos un caso, que es el de la revista *HiTech*, la cual pertenece a la editorial *Hobby Press*, cuyo contenido difiere a la línea seguida por las revistas pertenecientes a este grupo. Quizás esta revista de 1995 fuese un intento del grupo editorial de expandirse hacia un target más exigente. La apuesta no salió bien porque esta revista tuvo tan solo un año de publicación.

Por otro lado, encontramos excepciones de revistas que están catalogadas dentro de esta tipología pero que por su contenido puede asemejarse más a las descritas anteriormente. Esto puede suceder por varios motivos, pero nuestra principal hipótesis es que se vean influenciadas por revistas asentadas en el mercado y utilicen estructuralmente modelos de crítica basados a los establecidos.

Como hemos podido observar, aunque se aprecie cierta homogeneidad en el contenido de las revistas, ha sido una tarea ardua clasificarlas.

¹⁰ Esta respuesta se da concretamente en la sexta pregunta.

Presura, cultura y sociedad. Revista de videojuegos online:

Al tratarse de una revista, la incluiremos dentro de la sección de revistas, por no formar parte de ningún medio online y tratarse de un proyecto independiente. Esta revista nació en el año 2015, se trata de una propuesta innovadora ya que la visión que ofrece de los videojuegos es desde una perspectiva cultural y social. La iniciativa de publicar una revista de este tipo fue de Alberto Venegas, docente de Ciencias Sociales, estudiante de antropología social y cultural, fundador, director y editor de la propia revista¹¹. *Presura* se presenta como una revista divulgativa del ámbito de los videojuegos, pero cuya visión del mismo difiere radicalmente a la que hemos visto hasta ahora.

Los colaboradores de esta revista ofrecen sus artículos de forma altruista y por lo general, el videojuego se analiza desde una perspectiva ludológica. Cada número de la revista gira alrededor de una temática y los artículos van en consonancia con la misma. La colaboración es abierta, pero sus colaboradores suelen pertenecer al ámbito de las ciencias sociales.

El videojuego se concibe como una manifestación sociocultural, abstrae al plano virtual realidades que conciernen al ser humano dentro de su entorno y se manifiesta a través de sus gráficos y un lenguaje de programación. Esta revista se aleja completamente del cliché que relaciona imperativamente videojuegos con diversión banal, el cual se manifiesta hasta hoy día. Como cualquier obra que se precie, un videojuego posee múltiples lecturas, y aunque la revista *Presura* se presente como divulgativa, ofrece una visión del videojuego alejada del ruido comercial que engloba la industria a la que pertenece.

Presura posee 19 números, de los cuales, siguiendo las variables anteriormente descritas, analizaremos los que correspondan para intentar elaborar un modelo de crítica adecuado.

4.2 Modelos de crítica elaborados a partir de la prensa escrita.**Modelo de crítica 1. Crítica del videojuego en la revista *Club Nintendo*: La implantación de un modelo.**

¹¹ Información perteneciente a la página web oficial de *Presura*.

Nombre	Rasgos característicos
Crítica en la revista <i>Club Nintendo</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: 1989. 2. Visión del videojuego: Como producto dirigido al ocio infantil. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Tres páginas como máximo. 4. Lenguaje: Infantil. 5. Estructura: Poco variable, basada en un epígrafe introductorio, descripción de objetivos y un apartado de resolución del videojuego basado en trucos y guías. 6. Contenido: Alto contenido en imágenes y bajo contenido en texto. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: superficial 8. En 1994 se produce un gran cambio, disminuye el número de críticas y aumenta el de descripciones breves de videojuegos. La revista adquiere una apariencia de catálogo. 9. Ejerce una gran influencia a modelos posteriores de crítica. 10. Revista exclusiva para clientes de Nintendo.

El modelo de crítica que encontramos en la revista *Club Nintendo* es muy particular, además es en una de las pocas revistas en las que se pueden observar pequeños cambios en la confección del mismo, el contenido cambia con respecto al paso de los años, de ahí que precise de un estudio particular. Además, desde nuestro punto de vista, este modelo ha sido la semilla de lo que se conoce como análisis de videojuegos en nuestro país. Es necesario aportar que esta revista estaba solo disponible para aquellas personas que poseían una videoconsola de *Nintendo*, para poder acceder a la suscripción había que enviar un certificado de posesión de dicha consola, que venía en la caja del producto.

Los artículos que podemos encontrar en esta revista siguen el siguiente esquema: Primero hacen una breve introducción sobre el contenido del juego, aportan una breve reseña de la historia que se cuenta: “Cuando Jimmy y Billy Lee eran pequeños, eran inseparables... Crecieron juntos en las calles frías y hostiles, aprendiendo artes

marciales, para protegerse de las peligrosas pandillas callejeras”¹². Al tratarse de una revista pionera en España, con un mercado tan reducido en lo que respecta al videojuego, este magazine servía como complemento de la historia contada en el videojuego, ya que estos no poseían el potencial narrativo que poseen actualmente.

A continuación, detallan los objetivos que deben lograr los jugadores, además del estilo de juego ante el cual nos enfrentamos. Posteriormente, empieza la guía del videojuego, donde se detalla la dificultad del mismo, describe las principales adversidades de los diferentes niveles, los detalles de los diferentes personajes si es que los hubiera, además de explicar los trucos y consejos para superar cada nivel con la menor dificultad posible. Esta crítica, a lo largo de los años, se empieza a caracterizar por no alejarse de la narrativa del videojuego, es decir, aunque se hablen de especificaciones algo más técnicas como la mecánica o la construcción de niveles, mantienen siempre los recursos narrativos de la historia: “*Double Dragon – The Original* presenta las cuatro arriesgadas misiones del juego recreativo [...] Abrirse caminos por estas calles tan duras no va a ser un paseo ¡pero seguro que te lo vas a pasar bien intentándolo!”¹³.

El apartado guías y trucos posee la descripción de los diferentes niveles, curiosidades que se pueden encontrar en los mismos y trucos para poder solventarlos de forma eficaz. Todo esto depende del juego y de su mecánica.

Por lo que hemos descrito, esta revista sirve también como punto de apoyo a la estrategia de venta de videojuegos de la empresa *Nintendo*, debido a que era una revista exclusiva para clientes que poseían la consola. De ahí que los videojuegos se muestren como un producto meramente lúdico y los describan de forma superficial, dividiendo la crítica en partes: historia, mecánica, guía y trucos. De esta forma, el suscriptor conoce detalladamente el producto, que adquirirá o no según sus gustos. Por ejemplo, si el consumidor desea un videojuego de aventuras tan solo tiene que buscar los videojuegos de aventuras que vengan descritos en la revista.

A partir de 1994, al aumentar el número de videojuegos para las consolas *Nintendo*, la revista dedica más espacio a la promoción de novedades y de ofertas.

¹² Extraído del artículo *Double Dragon*, Nº 6 de la revista *Club Nintendo*, año 1990, de la revista *Club Nintendo*, Editorial: Nintendo Co. LTD, pp. 14-17.

¹³ Extraído del artículo *Double Dragon*, Nº 6 de la revista *Club Nintendo*, año 1990, de la revista *Club Nintendo*, Editorial: Nintendo Co. LTD, pp. 14-17.

Aunque se siguen haciendo artículos detallados de videojuegos, los hacen únicamente con videojuegos que han obtenido un gran número de ventas y desean darles más protagonismo. Desde este momento, las páginas se cargan de fichas descriptivas y muy simplificadas del videojuego. En ellas encontramos el tipo de juego del que se trata, el número de jugadores, una o dos fotografías y una breve descripción del mismo. La revista adopta un carácter mucho más comercial, enfocado a la publicidad, la revista se convierte en un catálogo de videojuegos. A veces solamente aparece la descripción del videojuego y una fotografía.

Observamos que es una de las revistas pioneras en crear y promover el fenómeno fan, creando una comunidad de jugadores: piden fotografías a los consumidores, solicitan la opinión de los mismos con respecto a los videojuegos y generan *feed-back* creando una sección de cartas dirigidas a la revista y contestando en los números. Esto convierte la revista en algo exclusivo de los consumidores de *Nintendo*. Ya se anticipa con este tipo de movimientos las comunidades actuales creadas a partir de Internet, donde los usuarios se sienten parte de una comunidad.

Este modelo de crítica crea escuela y establece un modelo en lo que respecta a la crítica y análisis de videojuegos, el cual que sirve de inspiración para el resto de revistas. Tenemos el caso de *Mega Force*, *Mega Sega*, *Hobby Consolas*, *Game Consolas* y un largo etcétera de revistas que siguen este modelo de explotación en sus primeros años de existencia. A pesar de que la revista *Club Nintendo* cambie a lo largo de su vida, el resto de revistas dedicadas a los videojuegos siguen, o generan contenido muy parecido, a su estilo de análisis de videojuegos. Encontramos, por tanto, revistas con una gran multitud de fotografías, colores muy llamativos, una estética que nos recuerda a la de *Club Nintendo*; además, desde la estructuración hasta la redacción del mismo podemos encontrar grandes similitudes. Ejemplo de ello es la revista *Ok Consolas*¹⁴, que nace en 1992.

Modelo 2 de crítica. El análisis:

Nombre	Rasgos característicos
El análisis.	1. Año de surgimiento: A partir de 1993. 2. Visión del videojuego: Se trata al videojuego como producto de

¹⁴ Ver comparativa en anexos.

	<p>entretenimiento. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural.</p> <p>3. Extensión: Muy variable. Máximo cuatro páginas.</p> <p>4. Lenguaje: Muy variable. Adecuado al público al que va dirigido la revista. Predomina un lenguaje coloquial, a veces infantil.</p> <p>5. Estructura: Muy variable. Cada revista o análisis podía incluir una estructura propia. Un rasgo común es la utilización de apartados o apéndices al margen del artículo, los cuales incluyen curiosidades para amenizar la lectura.</p> <p>6. Contenido: Suele haber un equilibrio entre información visual y textual. La organización del mismo depende de la revista y de la época a la que pertenece la misma. Las revistas antiguas suelen poseer una organización más caótica que las posteriores.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Análisis superficial de las características principales del videojuego. Se le otorga una gran importancia a la mecánica, a los modos de juego y al apartado gráfico. Se utiliza a modo de resumen una nota final con valor numérico y que juzga a los videojuegos según la calidad de sus características.</p>
--	---

Este tipo de críticas se basa en el análisis de las características del videojuego, es la crítica o análisis por excelencia, podemos encontrarlo en casi cualquier tipo de revista. Esta tipología de crítica se caracteriza por describir las novedades y lo que aporta el videojuego en cuestión, o por ejemplo, en el caso de videojuegos deportivos, compararlos brevemente con sus versiones anteriores o con los de otras empresas desarrolladoras. La parte más importante y a la que se dedica más contenido en estas críticas es la relacionada con la mecánica del videojuego, intentan explicar con pocas palabras y en el menor espacio posible cómo funciona el videojuego, periféricos y controles utilizados, sus limitaciones (en aquellas revistas independientes o no oficiales) y, sobre todo, sus bondades. Un 60% de la crítica se basa en la ya mencionada mecánica y en los modos de juego, si los hubiera: modo historia, modo arcade, minijuegos, etc. Difícilmente relacionan al videojuego con otra obra cultural que no sea otro videojuego, sobre todo uno de la misma saga u otro de un formato parecido; cuando una película aparece mencionada no es porque haya similitudes argumentales o posean contenidos

similares, sino porque directamente comparten la historia contada en ambos, como, por ejemplo, es el caso de *Tomb Raider* o *El agente 007*. Estas comparaciones suelen servir a veces como introducción.

En algunas revistas se inicia el análisis hablando sobre la empresa desarrolladora en cuestión, los mayores éxitos cosechados gracias a sus juegos estrella, la forma de trabajar los distintos géneros de videojuego, etc. Es muy común encontrar críticas donde se comience comparando el videojuego analizado con otros de la misma compañía. Por otro lado, en otras variaciones de este modelo, las referencias a la trama argumental suelen servir también como introducción. Pueden aparecer tras esta referencia a las compañías o introducir directamente explicando la diégesis del videojuego. Es primordial otorgar los datos básicos al lector para situarle en la atmósfera del videojuego y conozca en todo momento de qué se está hablando en el análisis. Una de las frases que podríamos encontrar en cualquiera de estas críticas sería de este estilo: “Prepárate. La amenaza *alien* se cierne sobre nosotros. Nos han llegado noticias de que un ejército de súper bichos espaciales han tomado al asalto nuestra base militar en Siberia” (Carmona, 2000:18).

Si la mecánica es una de las partes más importantes, el apartado gráfico también aporta una gran cantidad de datos, entre los ochenta y principios de los noventa primaba el colorido de los niveles o la fluidez de movimiento, a mediados de los noventa se hacía especial hincapié en el realismo de los diseños tridimensionales, algo muy importante hasta pasado los años dos mil; época en la cual había una gran competencia entre las desarrolladoras por mostrar modelos más cercanos a la realidad, contando con la limitación tecnológica del momento: “Destaca su enorme capacidad para mover modelos poligonales y porque permite texturas realizadas por completo con técnicas de *bump-mapping* para que tengan mayor profundidad y relieve. Otro elemento que facilitará una inmersión casi perfecta” (Navarrete y Sánchez, 2001:23).

Cada revista que analizamos y que contienen este tipo de críticas poseen contenidos muy similares, lo que les diferencia es la estructuración de dicho contenido y algunas secciones que cada una de ellas posee como propias. Esta es una más de las características diferenciadoras que podemos encontrar en críticas que pertenecen a este modelo. Otro cariz repetitivo es la puntuación de los videojuegos, situada normalmente al final de cada artículo, junto a un resumen breve de sus capacidades. Este es el caso de

Hobby Consolas, o de *Marca Player*, que en una escala del 1 al 100, puntúan el videojuego con respecto a la calidad de sus gráficos, su sonido, la jugabilidad, la diversión y una media llamada valoración final (Del Campo, 1997:51). La extensión suele diferir según la revista, en algunas no suele ocupar más de una página con tan sólo una o dos columnas de contenido, lo que hace posible que cada revista posea entre cincuenta y cien artículos dedicados a videojuegos diferentes. En cambio, otras pueden poseer entre 3 o 4 páginas las cuales son abultadas con muchas fotografías o imágenes, aunque también las encontramos con más contenidos, como es el caso del subgénero de crítica que describimos posteriormente a esta.

Según el magazine, el contenido poseerá una mejor o peor organización, por ejemplo la revista *Gametype* organiza muy bien el contenido, dedicando secciones muy bien diferenciadas a cada videojuego, entre las cuales podemos encontrar: gráficos, extras, últimos detalles, jugabilidad o cualquier sección que pudiera destacar alguna característica del videojuego. En cambio, otras muestran una estructura muy caótica, sin divisiones entre los diferentes puntos del análisis. Tenemos el caso de revistas antiguas, donde el contenido poseía una estructura paupérrima, dejando oraciones a medias que continuaban tras dos páginas de dibujos, publicidad o cualquier contenido de relleno. También es cierto que las revistas antiguas, desde los años 90 a los años 2000, son las que más pecan en este sentido. Conforme pasan los años las revistas se adaptan a modelos de edición más legibles y profesionales, convirtiéndose en magazines de una apariencia más profesional. La preponderancia de la imagen frente al texto no es arbitraria. Aunque podemos encontrar ilustraciones que sirven de adorno, en este tipo de análisis también toma cierto sentido la inclusión de un gran número de imágenes, porque a partir de ellas se aporta información útil del videojuego analizado. Entre ellas podemos encontrar capturas de pantalla de la interfaz inicial del videojuego o la interfaz del *gameplay* dentro de una partida. Estos artículos suelen contener apéndices y apartados de lectura paralela, con pequeños comentarios, anotaciones o curiosidades al margen del análisis, que sirven al lector de descanso o distracción, esto evita que el consumidor permanezca constantemente leyendo análisis tras análisis de forma inapetente, la lectura de la revista se hace menos monótona, ya que cada videojuego tiene anécdotas o peculiaridades únicas. Estos apéndices suelen contener noticias, rumores, reportajes y entrevistas a desarrolladores que participaron en la creación del

videojuego, aunque no de una forma extensa, simplemente aportan unas cuatro o cinco líneas. Al tratarse de revistas divulgativas, es suficiente la información ofrecida.

Dependiendo de la época en la que nos encontremos, la crítica poseerá unas características las cuales ponen de manifiesto un cambio de mentalidad con respecto al videojuego. Hay revistas en las que podemos encontrar un alto componente especulador, exagerando las capacidades reales del videojuego, prometiendo horas de diversión; a veces ofrecen información a medias o detalles que generan curiosidad al final de la crítica. Esto incentiva el deseo de los jugadores y promueve el disfrute del videojuego asociado al vacío divertimento. Así podemos observar este titular perteneciente al número 9 la revista *DC Magazine* (2000: 45): “Es el único juego de lucha que merece la pena”. Este tipo de titular es muy común en análisis pertenecientes a este modelo, los cuales casan perfectamente con los mensajes publicitarios que podemos encontrar en las revistas pertenecientes a grandes grupos editoriales.

Esta característica también va asociada a la infantilización de los contenidos, un lenguaje que se asocia directamente a la diversión y a la espectacularidad del videojuego. La infantilización del contenido permite que la revista pueda acotar un target más amplio, desde niños hasta adultos. Un ejemplo de ello lo podemos encontrar en la revista *Dc Magazine* del año 2000: “¡Hey colega! ¡Radical, Macho! ¡Tío, van a flipar con los deportes extremos!” (Carmona, 2000:14). Este tipo de contenidos además va acompañado de gráficos muy invasivos y llamativos, haciendo que en la estructuración de la revista el diseño gráfico tenga una gran importancia.

En otro tipo de revistas podemos encontrar un contenido menos infantilizado, dirigido especialmente a un público más adulto y cuya maquetación aporte una estructura más legible. Es el caso de *Marca Player*: “El argumento, nada extraordinario, presenta una joven mensajera en un mundo donde la información está controlada por el gobierno” (García, 2008: 18). El contenido además ofrece más variabilidad en cuanto a que ofrecen una información más profunda sobre el videojuego, no sigue una línea concreta de análisis y se centra en aspectos más dispares. Con el paso de los años, se aprecia un enriquecimiento en el contenido de las críticas ya que las revistas antiguas se centraban en un público infantil; conforme pasa el tiempo el videojuego no sólo se ofrece a niños sino que también a un público adulto y adolescente, cambiando por tanto

el contenido de las críticas, las cuales deben ofrecer una información atractiva para el lector.

Se podría decir que este estilo de crítica con un contenido más adulto y una variabilidad en cuanto a la información ofrecida sobre el videojuego encuentra su predecesor en artículos como los de la revista *Pc Fun* (2000), una revista de informática que poseía un gran apartado dedicado al ocio multimedia. Las críticas que podemos encontrar en esta revista son muy diferentes a las que encontramos en revistas especializadas en videojuegos, que suelen poseer un contenido más infantilizado. Por otra parte, al no pertenecer directamente al sector de los videojuegos se permite unas críticas más duras, ya que no dependen directamente del mercado de los videojuegos o de su publicidad.

Una revista verdaderamente crítica y que profundice en el videojuego como obra es una revista con un público objetivo mucho más reducido, debido a que el grupo de gente interesada en conocer los vestigios culturales que posee un videojuego es posiblemente mucho más reducido que el que quiere conocer novedades, saber cómo funciona el nuevo videojuego de moda o recibir antes que nadie las curiosidades que se dieron en el estudio de desarrollo en cuestión.

Por otra parte, tenemos constancia de que algunos artículos se elaboran sin poseer una experiencia completa del videojuego, los redactores suelen otorgar matices muy positivos del mismo. Da la impresión que pretenden incentivar el consumo del público tras el estreno de los videojuegos: “a juzgar por los nuevos datos e imágenes que hemos obtenido, este *Out Trigger* puede plantar cara a cualquiera de los *shoot'em-up* existentes” (Jiménez, 2000:8).

No todas las revistas que poseen este modelo alaban cualquier videojuego que pase por sus redacciones, encontramos casos donde se resaltan los aspectos negativos. Esta diferenciación a la hora de abordar el videojuego, con más o menos objetividad en relación a sus características, se suele relacionar con la independencia de la revista y su oficialidad, con respecto al mercado editorial y a la industria de los videojuegos. Así habla el director de *Gametype* en la carta del director de uno de sus números: “Nosotros también creíamos que había un hueco para la independencia en el mercado de las revistas sobre juegos de PC” (Navarrete, 2000:6). La llamada “independencia” en el mercado hace referencia a que no se someten a ninguna compañía desarrolladora, un

concepto utilizado a menudo por las revistas de videojuegos como baza a la imparcialidad y rigurosidad a la hora de analizar videojuegos.

Desde un punto de vista analítico, podemos observar ciertas diferencias en revistas pertenecientes a una gran editorial y revistas que no; por ejemplo, hemos encontrado comentarios más críticos con el acabado final de los videojuegos en revistas que se hacen llamar independientes, mientras que las que se encuentran en el circuito de las editoriales o pertenecen a empresas desarrolladoras ofrecen análisis más permisivos. No hemos encontrado contenido que se parezca a este fragmento extraído de la revista *Gametype* en números de magazines grande editoriales, donde un videojuego recibe críticas de este calibre: “no puedo recomendaros el juego [...] tiene peores gráficos, peor sonido, menos movimientos, menos técnicas y peor historia que su antecesor, así que en buen lugar precisamente no queda” (Kapwham, 2004:13). Esta imparcialidad o este criterio más riguroso pueden tener su razón de ser en lo siguiente: Sergio Herrera, director de revistas como *Gametype* o *Loading* nos habla de la relación económica entre las editoriales y los colaboradores¹⁵: “Tenemos que partir de la base que tanto Ares Informática -editorial de *Loading*-, como Megamultimedia -revistas *Type*- pagaban únicamente a los directores de sus revistas de baja tirada, ya que a ser verdad el margen de beneficios de las mismas era bastante bajo” (Herrera, 2007).

Este modelo de críticas lo podemos encontrar tanto en revistas independientes, revistas de grandes grupos editoriales, como de revistas que conforman parte del aparato publicitario de las empresas desarrolladoras. Deducimos que esta tipología de análisis prevalece y sobrevivía porque era una vía de dar a conocer el contenido del videojuego, además de conformarse como medio de explotación económica dentro de la industria del entretenimiento.

Como conclusión, este modelo de crítica despoja al videojuego de todo contenido cultural y lo observa como producto de mero entretenimiento. Servían de apoyo mediático a la industria, ya que a través de las mismas se daba a conocer el videojuego para los posibles consumidores. Para la industria era una forma ideal, en aquella época, de ofrecer sus productos a un público objetivo. Desde nuestro punto de vista, las revistas de videojuegos se convertían en uno de los eslabones de la maquinaria publicitaria de una industria del videojuego que creció en España desde principios de

¹⁵ Entrevista disponible en Internet a partir del 19/07/2007. Enlace en anexos.

los noventa. La inexistencia de un apartado intelectual o con un trasfondo crítico puede deberse a que el público no demandaba este tipo de información. Aun así, siguiendo nuestro ideal de crítica, estos análisis no completan el ejercicio crítico de la obra, porque de la cual no extraen ningún tipo de pensamiento que complemente la concepción del videojuego como tal, se limitan a seguir una estructura en cuanto al contenido y a la limitación de palabras en las cuales se define la opinión del profesional que lo analiza. El corte analítico que poseen estos artículos va directamente enlazado a lo que el público demandaba: conocer los videojuegos que podían adquirir. La concepción del videojuego como obra de arte es producto de la evolución técnica del mismo.

Este modelo de crítica y sus variables carecen de sentido en la actualidad, se han quedado obsoletos porque cualquier usuario puede encontrar información del juego que desee en Internet. Desde reportajes de cómo se hizo, hasta vídeos donde se muestre a alguien jugando e incluso entrevistas a los desarrolladores.

Variante 1. Análisis extenso:

Nombre	Rasgos característicos
Análisis extenso.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: A principios de la década de los 2000. 2. Visión del videojuego: Acercamiento desde la experiencia del redactor al jugarlo en profundidad. 3. Extensión: Más amplia que el análisis convencional. Hasta seis páginas. 4. Lenguaje: Se acerca al tono divulgativo. 5. Estructura: Muy variable, depende de la revista y del redactor. No encontramos un patrón que se repita con respecto a la estructura. 6. Contenido: Predomina el apartado textual frente al visual. El contenido suele estar bien organizado. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Descripción más detallada de los diferentes aspectos del videojuego. Inclusión de contenido exclusivo, como comentarios sobre el videojuego de los propios desarrolladores.

Podemos encontrar críticas parecidas al modelo anterior pero que varían en cuanto a la extensión. En algunas revistas podemos encontrar incluso dos tipos de análisis: los primeros, que son como el modelo descrito anteriormente y que suelen dedicarse a videojuegos recién publicados, y los segundos, que son análisis dedicados a

videojuegos que ya llevan un tiempo en el mercado y han sido analizados en mayor profundidad por los redactores, por tanto, el análisis se convierte en una especie de manual del videojuego, donde se explica más detalladamente el contenido, las mecánicas y los procedimientos a seguir.

No es de extrañar que nos encontremos frases y párrafos de este estilo, el cual ha sido rescatado del número 4 de la revista *Pc Gamelive*: “El sistema de juego tampoco ha variado lo más mínimo. Se ha incorporado una pantalla nueva [...] con la que podrás seleccionar las unidades que vas a emplear en el campo de batalla” (Font, 2000: 30). Todo contenido de la revista posee su público y tiene su razón de ser, si las críticas o análisis algo más superficiales tienen como objetivo hacer atractivo al videojuego en el momento de su estreno, los análisis extensos tienen el deber de mostrar la experiencia del redactor para aquellos jugadores que necesiten más detalles a la hora de decidirse por un videojuego.

Hemos encontrado análisis de este tipo que suelen basar parte de su extensión en comentarios de los propios desarrolladores, dar detalles sobre quienes componen este equipo de desarrollo, hablar sobre la idea o el concepto del que surge el juego y demás contenidos de carácter anecdótico. Además, estos análisis están divididos en apartados, donde se describen diferentes características del videojuego de forma extensa. Estos reportajes desvelan situaciones concretas del videojuego, detalles sobre la tecnología utilizada y la optimización de la misma, rasgos que tienen que ver con la duración del videojuego y el nivel de espectacularidad de los escenarios; cada una de estas descripciones dependerá del tipo de juego al que describan. Un ejemplo de esto lo encontramos en *PC Gamelive*: “Cada uno de los ocho hombres cuentan con armas y habilidades propias, pero también con una barra de salud” (Cid, Robles y Sánchez, 2000: 40).

El análisis particular avanza las cualidades del videojuego sin entrar en detalles minuciosos, tan solo tratando de diferenciar al videojuego del resto de su mismo género mostrando las características más perceptibles; en cambio, el análisis extenso lleva al jugador a conocer el producto en profundidad y tendrá una imagen más acertada de lo que puede suponer el videojuego. Este modelo de crítica surge para suplir la falta de posibilidades que tenía el consumidor para conocer el videojuego. Además, era un contenido diferente que rompía con la monotonía analítica de las revistas.

Variante 2. Análisis-guía:

Nombre	Rasgos característicos
Análisis-guía.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: A partir de 1993. 2. Visión del videojuego: Se trata al videojuego como producto de entretenimiento infantil. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Muy breve. Una o dos páginas. 4. Lenguaje: Naif. 5. Estructura: Muy estructurada. Basada o muy similar al primer modelo de crítica. 6. Contenido: Tipografía de gran tamaño y un gran número de imágenes. Organización caótica con respecto al binomio imagen/texto. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Muy superficial y poco desarrollado. Incluye una ficha a modo de resumen donde se puntúa el videojuego según su calidad.

Esta variable de crítica la podemos encontrar en revistas de videojuegos antiguas, como por ejemplo *Games-Consolas*. La razón por la que utilizamos esta revista como modelo es porque hemos encontrado una gran cantidad de magazines que utilizan este modelo de análisis de una forma idéntica, por tanto no encontramos variables que se hagan notar entre una y otra revista que den pie a la mención de los mismos¹⁶.

Este tipo de revista se caracteriza por tener unos artículos con una tipografía de gran tamaño, unas grandes fotografías y un contenido caracterizado por un lenguaje infantil y superfluo, de ahí que pensemos que su target de edad está muy bien definido, siendo este niños entre los 5 y 12 o 13 años. Estos artículos son una síntesis muy escueta entre análisis, guía e historia, algo que se vuelve muy atractivo para el público al que va dirigido ya que sabe sintetizar en pocas palabras de qué trata el videojuego en cuestión. La extensión de este tipo de críticas no supera las dos páginas, algo ideal teniendo en cuenta el público al que va dirigido, porque le permite mostrar muchos productos en poco espacio.

¹⁶ Véase ejemplo de modelo en el anexo.

Las críticas de esta revista suelen basarse en una breve introducción narrativa simulando una conversación o un monólogo del personaje protagonista del videojuego. Posteriormente hace una descripción del *gameplay* del videojuego, analizando su desarrollo, la manejabilidad, los contenidos, su dificultad, la mecánica, gráficos, etc. Todo ello con un vocabulario muy sencillo. Al final de cada crítica poseían una ficha descriptiva y técnica con la valoración, el precio y datos sobre el distribuidor, el modelo, el creador y el número de jugadores.

Son unas críticas muy parecidas a las de la revista *Club Nintendo*, de hecho puede que su método de crítica sea una herencia de esta revista. Ambas revistas están dedicadas a *Nintendo*, una desarrolladora enfocada por aquella época al entretenimiento infantil, de ahí que las críticas que componen compartan una gran cantidad de rasgos similares. Comentar que no todas las revistas que poseían este modelo de crítica no estaban enfocadas únicamente a videojuegos de *Nintendo*, también encontramos críticas de este estilo pertenecientes a otro tipo de consolas.

Variante 3. El preestreno o avance:

Nombre	Rasgos característicos
Preestreno o avance.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: Mediados y finales de la década de 1990. 2. Visión del videojuego: Como producto de entretenimiento. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Breve. Una página. 4. Lenguaje: Variable, depende de la revista y del público a la que va dirigida. Predomina el lenguaje coloquial. 5. Estructura: Variable, al igual que el lenguaje. No encontramos un patrón estructural que se repita. 6. Contenido: Dedicado a videojuegos que aún no están en el mercado. Se comentan las novedades que posee el videojuego en primicia. Preponderancia de la imagen al texto. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Inexistente.

Este tipo de artículo se caracteriza por presentar el videojuego a los lectores, se manifiesta como una primera visión de lo que será un futuro estreno¹⁷. El crítico recibe una edición del videojuego en fase primaria, denominada *beta*, o simplemente vídeos de los desarrolladores testeando el mismo. A partir de aquí los redactores tratan de explicar de la forma más detallada posible qué ofrece el juego, detalles sobre su jugabilidad si fuera posible, sus gráficos, la dificultad, etc.

Resulta interesante señalar esta tipología de críticas puesto que ofrecen una información muy parecida a las variantes anteriores, lo que invita a pensar que realmente lo importante es generar contenido para la revista, sea de una forma u otra. Al tratarse de una novedad, estos artículos suelen venir acompañados de una gran cantidad de imágenes del videojuego, para ilustrar al lector sobre los gráficos y la jugabilidad.

Se podría encontrar un patrón o un ciclo en las revistas de videojuegos, ya que cada juego suele pasar en primer lugar por un apartado de noticias, en segundo lugar por el preestreno o avance, en tercer lugar el análisis y, por último, el análisis extenso o la guía. Este patrón aseguraba una cadena publicitaria sobre el videojuego en cuestión y que servía de publicidad durante los meses anteriores y posteriores del lanzamiento. Las revistas generan, de forma intencionada o no, contenido que sirve para dar vida en el mercado a los videojuegos de las diferentes empresas desarrolladoras.

Variante 4: Crítica diegética o narrativa:

Nombre	Rasgos característicos
Crítica diegética o narrativa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: Principios de la década del 2000. 2. Visión del videojuego: Se observa un cambio de paradigma en la percepción del videojuego por parte del redactor, debido al desarrollo tecnológico que permite el desarrollo del videojuego como obra. Percepción del videojuego como experiencia. 3. Extensión: De dos a tres páginas. 4. Lenguaje: Depende del redactor y de la revista. Encontramos desde un lenguaje infantil a un lenguaje de tono algo más divulgativo. 5. Estructura: Suele seguir el siguiente esquema: Los aspectos

¹⁷ Observar ejemplo de este modelo en el apartado Anexos.

	<p>narrativos suelen situarse al principio de la crítica. Posteriormente, se suelen añadir análisis de otros aspectos del videojuego.</p> <p>6. Contenido: Preponderancia del texto frente a la imagen.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Comparte rasgos analíticos con modelos anteriores como el análisis, pero ofreciendo una información más detallada sobre los aspectos narrativos del videojuego.</p> <p>8. Este modelo de crítica existe gracias a la diversificación de géneros del videojuego.</p> <p>9. Suele apreciarse mejor en géneros de videojuegos como el RPG.</p>
--	---

Esta variante de crítica se caracteriza por incluir en su contenido una percepción más detallada de los aspectos narrativos del videojuego: personajes, elementos diegéticos, descripción de la trama, etc. La revelación y extensión de este aspecto en el contenido de la crítica cobra especial importancia, ya que se observa un cambio de paradigma en la percepción del videojuego por parte del redactor. Es un análisis que solemos encontrar en revistas de la década de los 2000. A partir de esta época, el desarrollo de la tecnología que permitía elaborar videojuegos cada vez más extensos hace que se diversifiquen los géneros. Esto provoca que haya un cambio en el mercado, evolucionando desde los videojuegos de estilo competitivo, como por ejemplo los de género arcade, a juegos basados en historias, como por ejemplo los RPG (videojuegos de rol).

Este cambio cualitativo se traduce irremediabilmente en una percepción distinta del videojuego, que se puede observar a la hora de realizar críticas, ya que donde antes primaba el conocer cómo se jugaba a cierto juego, aprender a superar una fase o las diferencias con respecto a videojuegos del mismo género, ahora se resaltan detalles de los aspectos narrativos del videojuego, buscando una inmersión más completa y una experiencia más cercana. La diversificación de géneros hace posible la visión del videojuego desde otras perspectivas, no sólo desde la ociosa. Como ya se ha mencionado anteriormente, a esta evolución tecnológica y narrativa va unida a un cambio a la hora de mostrar, describir y percibir el videojuego.

Estas críticas donde se hace visible el aspecto narrativo del videojuego coexisten con críticas enfocadas al análisis y a la jugabilidad. A pesar de que destaque sobremanera el aspecto narrativo, este tipo de crítica suele ir hibridada con algunas anteriores, como por ejemplo el análisis extenso, donde se analiza meticulosamente cada parte del videojuego, sin quitarle protagonismo a la parte dedicada a la historia. Un tipo de crítica no hace que desaparezcan las demás tipologías, simplemente muestra una forma diferente de percibir el videojuego. Se hace visible un cambio interesante en el contenido de las revistas. El aporte ocioso y de vacío entretenimiento no es tan palpable, estas críticas se caracterizan por un apego a la experiencia y a la historia que se narra.

El objetivo de este tipo de artículos es introducir al lector en el mundo que se desarrolla en el videojuego, tomándolo como experiencia audiovisual que, como mínimo, nos aporta conocimiento sobre la historia que se cuenta y formar parte de ella. Podemos encontrar ciertos aspectos de este modelo que nos hace recordar modelos anteriormente descritos, como por ejemplo el análisis-guía, donde a veces la crítica se comenzaba con una pequeña introducción narrativa. Hay que recordar que la tipología análisis-guía utilizaba unos apuntes narrativos como pretexto para iniciar la crítica, algo diferente a lo que encontramos en este modelo, donde la narrativa es una parte importante del desarrollo del mismo.

Como ejemplo¹⁸ de este tipo de críticas podemos encontrar las de la revista *Gametype*. Esta revista dedicaba su contenido exclusivamente a videojuegos japoneses. El género RPG es muy popular en Japón y esta revista posee una gran cantidad de artículos dedicados a videojuegos de este género. En ella podemos encontrar una gran parte de la crítica dedicada al aspecto diegético y también breves reseñas a los controles del videojuego, la interfaz y el modo de juego, aun así, encontramos una prominencia del aspecto narrativo que antes no se daba. Esta revista se dedica también a otros géneros de videojuegos, no solo a videojuegos RPG's, pero es en las críticas de videojuegos de este género donde se aprecia mejor este tipo de críticas. Se podría decir que este modelo muestra una visión más completa del videojuego al desarrollar el aspecto narrativo del mismo.

¹⁸ Ver ejemplo en el apartado Anexos.

Podemos concluir con dos matices que resultan destacables en este modelo de crítica. El primero es que esta tipología surge gracias a la diversificación de géneros dentro del videojuego. La evolución del videojuego trae consigo un cambio en la percepción de los mismos, lo que hace evidente que la crítica también evoluciona. El videojuego como expresión artística de la era del auge tecnológico y al encontrarse en un estado de continua metamorfosis, hace que la crítica del mismo se vea afectada por su falta de desarrollo. Cuando el videojuego se encuentra en un estado primigenio donde la tecnología limita la capacidad creativa del desarrollador, hace que se perciba el videojuego de una forma diferente a como puede asimilarse en su estado de máximo desarrollo. Conforme el videojuego evoluciona lo hace su crítica, aportándose en ella las nuevas experiencias asociadas a los nuevos géneros.

El segundo aspecto que nos gustaría resaltar es que este modelo de crítica se ha hecho más evidente a nuestros ojos en una revista que se sitúa al margen de las grandes compañías. *Gametype* es un magazine que estuvo muy poco tiempo en el mercado porque no era sostenible, apenas tenía publicidad y sus colaboradores no recibían dinero por sus críticas. Con esto queremos decir que la evolución en la crítica puede hacerse más palpable en entornos de independencia económica. Siguiendo esta línea, no pensamos dar a entender que la crítica por antonomasia de revistas que se subordinan económicamente a las grandes compañías desarrolladoras, sea peor o mejor, simplemente que se muestra reticente a grandes cambios en su contenido. Poseen un matiz más conservador que asociamos a la dependencia del mercado. Esto no implica que la crítica en revistas de grandes editoriales no evolucione, lo hacen pero de forma paulatina.

Modelo de crítica 3. La guía:

Nombre	Rasgos característicos
La guía.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: Finales de la década de 1990. 2. Visión del videojuego: Percepción del videojuego como producto de entretenimiento. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Extensión larga. Hasta seis páginas. 4. Lenguaje: Lenguaje coloquial e infantil. 5. Estructura: Suele seguir el siguiente esquema: En primer lugar, ficha

	<p>técnica a modo de resumen. En segundo lugar, ficha descriptiva de diferentes modos de juego, diferentes personajes o roles que adquirir. Finalmente, encontramos la guía para completar con éxito el videojuego.</p> <p>6. Contenido: Información relevante tanto en imagen como en texto. La imagen adquiere un matiz informativo debido a que sirve de guía para el jugador, no se utiliza a modo de adorno como en otro tipo de artículos.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Basado en la explicación detallada de cómo superar el videojuego. Posee secciones dedicadas a información relevante sobre el videojuego según el género. Suele aportar una ficha técnica a modo de resumen del videojuego. Trata de ofrecer la máxima información posible sobre el videojuego. Permite conocer cada detalle del videojuego.</p>
--	--

Este tipo de crítica obvia todo detalle correspondiente a los anteriores y se dirige directamente a explicar la faceta práctica del videojuego. Para poder describir este tipo de crítica nos basaremos en una concreta perteneciente al número 10 de la revista *Dreamplanet*, en la cual hay una crítica del tipo guía sobre el videojuego *MDK 2* (Jiménez, 1999:70-79). La razón por la que hemos escogido este tipo de crítica como modelo es porque posee una gran extensión y rica en contenidos, en comparación a las que podemos encontrar en otras revistas que poseen críticas del mismo estilo.

Al principio de esta guía podemos encontrar una ficha técnica del videojuego en la cual se resume el género al que pertenece, opciones gráficas, si precisa de conexión a Internet, el idioma, la empresa desarrolladora y/o distribuidora, el precio. si permite el guardado de partida o si posee minijuegos. Esta ficha técnica variará según el videojuego analizado. La revista *Club Nintendo* o *Hobby Consolas* también utilizan este tipo de contenido para introducir las guías de los videojuegos que publicita. Este método es muy eficaz a la hora de clasificar el videojuego según sus características. El lenguaje que solemos encontrar en este modelo de crítica no suele alejarse mucho del descrito anteriormente en otras tipologías. Lo que sí cambia es el método de redacción, se pasa de un discurso analítico a un discurso descriptivo y extenso.

En este modelo de crítica podemos encontrar diferentes apartados que ofrecen información relevante y concreta del videojuego en sí, como por ejemplo una sección de

personajes, estas secciones se ofrecen como zonas comodín donde introducir información relevante del videojuego. Podemos encontrar, por un lado, breves apuntes biográficos del/los personaje/s, también podemos encontrar la descripción de sus características en el juego o habilidades especiales, los comandos asignados para controlarlos de forma efectiva o cualquier otro parámetro reseñable. Cada ficha técnica de personaje cambia o depende, como hemos dicho, del género en cuestión. Cuando el videojuego no posee personajes concretos y se trata, por ejemplo, de un videojuego de estrategia, encontraremos información sobre la forma de jugar cada civilización, las unidades especiales que posee o los edificios característicos de la misma. Esta sección suele estar maquettata en forma de ficha con tonalidades diferentes a la del resto de la página, aportando además información gráfica con capturas de pantalla del propio videojuego que ayuden al lector a situarse dentro de la diégesis del videojuego y familiarizarse con la interfaz del mismo.

Estas críticas tratan de aportar la máxima información práctica del juego, tanto que incluso a veces ofrecen información muy minuciosa o descartable. El apartado de la guía, que es el más extenso, va aportando detalladamente cada paso a dar en el juego: “Cruza la siguiente puerta, recorre el pasaje y recoge el muñeco señuelo que se encuentra en la arcada. Tírate al piso de debajo, elimina el replicador de la izquierda y mata luego a todos los *aliens* de la sala” (Jiménez, 1999:71). Estas críticas suelen tener una gran extensión debido al nivel de descripción tan minucioso que ofrecen sobre el videojuego, también aportan una más que suficiente selección de capturas en tiempo real del videojuego según la zona o escenarios que estén describiendo. En algunas revistas se da el caso en el que la propia guía es dividida en dos números, debido a la extensión del artículo en cuestión. En apartados ajenos situados al margen de la revista podemos encontrar consejos y trucos con los que superar de una forma más eficiente los obstáculos del videojuego. Aunque también este apartado de trucos podía encontrarse de forma extensa al final de cada guía.

Variante 1: Guía-tutorial:

Nombre	Rasgos característicos
Guía-tutorial.	1. Año de surgimiento: A partir de la década del 2000. 2. Visión del videojuego: Percepción del videojuego como aplicación informática. No se aprecia una observación del videojuego como obra

	<p>cultural.</p> <p>3. Extensión: Entre 4 y 5 páginas.</p> <p>4. Lenguaje: Lenguaje didáctico y divulgativo.</p> <p>5. Estructura: Suele ir precedido de un apartado de cariz divulgativo donde se habla del género en concreto. A continuación encontramos el apartado que sirve a modo de guía-tutorial.</p> <p>6. Contenido: Preponderancia del texto a la imagen. La imagen adquiere un matiz informativo debido a que sirve de guía para el jugador, no se utiliza a modo de adorno como en otro tipo de artículos.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Muy minucioso en cuanto a su cometido. Permite conocer cada detalle del videojuego y la forma de superar la curva de dificultad.</p> <p>8. Suele estar dedicado a videojuegos del género emulador.</p>
--	---

Por otro lado, también encontramos este género de crítica en revistas de otros ámbitos, como es el caso de la revista *Hobby PC* (2001). Este magazine está especializado en el sector informático, no es una revista de videojuegos, pero posee apartados dedicados a los mismos. Entre ellos podemos encontrar diferentes tipologías de crítica, entre las cuales encontramos un modelo que se asemeja cualitativamente al descrito en estos párrafos.

Analizando dos casos concretos de *Hobby PC*, en los cuales se habla de un simulador de vuelo y un simulador de *rallyes*, se explica paso a paso cómo manejar de forma óptima tanto el avión como el coche en sus respectivos casos¹⁹. Más que una guía podría entenderse como una variante que se dibuja entre guía y tutorial, donde se explican el uso de los controles, la forma correcta de ejecutar los comandos o las posibilidades erróneas si ejecutamos la secuencia de controles con parámetros incorrectos. También cabe decir que al tratarse de simuladores, el matiz de tutorial se vuelve más evidente que, por ejemplo, un videojuego con narrativa.

La descripción de cada control es muy minuciosa debido al cariz didáctico del lenguaje utilizado. La interfaz del videojuego también se detalla de una forma ilustrativa y meticulosa. La característica más destacable y diferenciadora entre la variante y el

¹⁹ Ver en anexo el ejemplo de esta variante de modelo.

modelo común es el lenguaje utilizado, que difiere en gran medida entre ambas debido al tipo de revista al que pertenece cada uno y también pensamos que debido al género de videojuego en cuestión; no es lo mismo explicar un videojuego basado en la narrativa que un simulador basado en la mecánica y ejecución de controles.

El atractivo principal de estos modelos es que permitían al jugador conocer los entresijos del videojuego, además de ayudarlo de una forma didáctica a superar aquellas pruebas, niveles o situaciones de una dificultad superior, o enseñarle directamente cómo funciona el videojuego, como es el caso de la variante. Esta tipología de crítica adquiere sentido dentro del marco lúdico del videojuego, donde el objetivo principal es superar el nivel con exactitud, en algunos casos, o con prontitud, en otros.

Este género de crítica fue muy popular, ya que algunas revistas poseían números especiales dedicados completamente a un único videojuego. Es el caso de la revista que estábamos analizando anteriormente, *Dreamplanet*, en la que los números 13 y 14 incluían ambos un número especial cada uno, dedicado exclusivamente a la guía del videojuego *Shenmue*. Estas guías servían sobre todo de contenido complementario al de la revista, en lugar de convertirse en un conglomerado de análisis superficiales, poseían también material de ayuda para el jugador, esto ofrece un material completamente diferente que marca la personalidad de la revista con respecto a otras. En la actualidad, este tipo de contenido también ha quedado obsoleto debido a que existen multitud de jugadores que pueden subir sus partidas a Internet, realizando guías muchísimo más concretas porque el jugador puede observar con sus propios ojos cada movimiento que realiza la persona que está jugando.

Modelo de crítica 4. La noticia:

Nombre	Rasgos característicos
La noticia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: Mediados de la década de 1990. 2. Visión del videojuego: Observa al videojuego como producto. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Escueta, no más de un párrafo por norma general. 4. Lenguaje: De cariz informativo. 5. Estructura: Carece de estructura debido a la escasa longitud del artículo.

	<p>6. Contenido: Escueto. Suele estar formado por una imagen y un párrafo.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Inexistente.</p> <p>8. Sirve de promoción para los videojuegos que se han estrenado o se estrenarán.</p> <p>9. Muy popular en revistas de videojuegos.</p>
--	---

Esta tipología de artículos forman una sección frecuente en la mayoría de revistas nacionales de videojuegos, todas poseen un apartado dedicado a noticias. Se caracterizan por ser escuetas y ofrecer pocos detalles sobre el videojuego, ya que su misión es informar de futuros lanzamientos y novedades. Las secciones de noticias juegan un papel fundamental en la promoción de videojuegos, ya que conforman los primeros retazos de lo que será el despliegue publicitario de los videojuegos que están por salir y deben crear buenas sensaciones desde el primer momento.

En cuanto al contenido de estos artículos hay poco que reseñar puesto que no suelen superar la longitud de un párrafo. Uno de los rasgos destacables que podemos encontrar en las secciones de noticias de algunas revistas, como por ejemplo *Hobby Consolas*, Lo que sí podemos destacar es que en algunas revistas el tono de la noticia adquiere cierto matiz efusivo, alimentando la expectación por el estreno inminente. En el contenido podemos encontrar referencias a fechas de estreno, números de ventas en países en los que el juego ya se ha estrenado y comentarios basados en las críticas de otros países. A veces se exaltan las cualidades de los videojuegos noticiados sin ni siquiera haberlos jugado, simplemente por ser un hecho noticiable o pertenecer a una gran casa desarrolladora; se destacan con titulares como es el caso de la siguiente noticia sobre el videojuego *NBA 2000*, en el N° 1 de la *Revista oficial de Dreamcast*, en la cual se refiere a este videojuego con el titular de: “El mejor baloncesto del mundo”²⁰.

En la revista *Kult* (2006)²¹ podemos encontrar una especie de artículos cortos que se asemejan a este tipo de noticias, que aunque no sean llamadas como tal las podemos clasificar en este modelo de crítica, ya que definen en tan sólo dos párrafos de qué trata el videojuego. Cabe señalar que esta revista tan solo se podía encontrar en

²⁰ Ver imagen en apartado Anexos.

²¹ Ver imagen en apartado Anexos.

tiendas de videojuegos, por tanto, más que una revista informativa, se trataba de un catálogo de videojuegos.

Este modelo de crítica se sigue reproduciendo en la actualidad en la gran mayoría de páginas web dedicadas al mundo del videojuego. En la actualidad, se ha intensificado la utilización de un contenido de carácter amarillista, basado sobre todo en rumores, imágenes o vídeos filtrados, los cuales buscan generar una gran expectación al usuario. Podemos encontrar múltiples ejemplos en páginas web como *Meristation*²², uno de los portales más visitados dedicado a las noticias de la industria del videojuego.

Modelo de crítica 5. Crítica divulgativa:

Nombre	Rasgos característicos
Crítica divulgativa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: Principio de la década del 2000. 2. Visión del videojuego: Como producto informático. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Entre cuatro y cinco páginas. 4. Lenguaje: De cariz divulgativo. 5. Estructura: Descripción del género de videojuegos basada en su aplicación en la informática. Explicación de cómo jugarlo a modo de tutorial. 6. Contenido: Preponderancia del texto frente a la imagen. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Muy bien documentada con respecto a otros modelos de crítica. El análisis que se realiza va más allá de la superficialidad y reconoce los diferentes aspectos que inciden en el desarrollo del videojuego y de su mecánica.

Este modelo de crítica se asemeja a artículos de divulgación basados en el videojuego como productos relacionados con el entretenimiento informático. Podemos encontrar artículos de estas características en revistas como *Hobby PC*, una revista de carácter divulgativo y didáctico dedicada al ámbito de la informática. En este tipo de críticas el videojuego no es tratado desde un punto de vista infantil, sino como una nueva forma de entretenimiento disponible gracias al desarrollo informático. Este punto

²² Ver enlace en el apartado Anexos.

de vista genera un modelo de crítica distinto a los anteriores, puesto que no es tan importante que el videojuego se trate de un producto de entretenimiento, si no, más bien, como una aplicación más de los ordenadores.

Las críticas que hemos encontrado pertenecientes a este modelo suelen caracterizarse por describir un tipo de género de videojuegos en concreto, desde un aspecto divulgativo. Encontramos información sobre su surgimiento, la relación con respecto a otros géneros, aspectos que tienen que ver con el desarrollo y la importancia del mismo y su evolución dentro de la industria: “Los simuladores de vuelo constituyen uno de los géneros de videojuegos más antiguos”. “La potencia de los ordenadores dictaba la calidad y el realismo. El desarrollo tecnológico llevado a cabo para construir estos simuladores ha contribuido también a que los podamos disfrutar en los PC’s domésticos”²³. Como podemos observar, el desarrollo del artículo adquiere un tono divulgativo que concuerda con el resto de la revista, en ningún momento cambia el tipo de redacción al hablar del videojuego.

Posteriormente podemos encontrar desde descripciones de la interfaz del videojuego analizado hasta consejos para un desarrollo eficiente de la jugabilidad. Las imágenes mantienen un estilo sobrio en el contenido de la revista, acompañando a la información del contenido textual donde se sitúa la información más relevante. Esta es otra de las diferencias que encontramos con respecto a otras revistas, donde el contenido textual estaba condicionado por una gran multitud de fotografías y subapartados que pretendían amenizar la lectura al usuario.

Este modelo de crítica guarda especial relación con la variante que describimos a continuación, puesto que se tienen muy en cuenta aspectos técnicos debido al target al que va dirigido el resto de la publicación. No obstante, lo que destaca de este tipo de crítica es el tipo de redacción divulgativa que posee, que difiere absolutamente de modelos anteriormente descritos.

Variante 1: Crítica tecnológica:

Nombre	Rasgos característicos
Crítica tecnológica.	1. Año de surgimiento: 1995. 2. Visión del videojuego: Variable. Como producto del

²³ Perteneciente al vol. 2 de la revista *Hobby PC*. Año 2001. Editorial: Gráficas Estrella S.A. pp. 396-400.

	<p>entretenimiento y como aplicación de la informática. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural.</p> <p>3. Extensión: Variable. Según la revista y el público al que va dirigida. Cinco páginas como máximo.</p> <p>4. Lenguaje: Variable. Encontramos revistas con un lenguaje algo más coloquial, algunas de cariz divulgativo y otras con un lenguaje muy técnico.</p> <p>5. Estructura: Variable. Según la revista y el público al que va dirigida. No encontramos ningún patrón estructural que se repita.</p> <p>6. Contenido: Preponderancia del texto frente a la imagen.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Se le da una gran importancia a las especificaciones técnicas del videojuego con respecto a otro tipo de información.</p> <p>8. Suele ir dirigido a personas interesadas tanto en el mundo de los videojuegos como en el mundo de la informática.</p>
--	---

Visto en revistas como *HiTech* o *ALT Magazine* del año 1995 y 2007 respectivamente. Al igual que en el libro *Ocho quilates. Una historia de la Edad de Oro del software español*, el acercamiento al videojuego en estas críticas se hace desde una visión técnica, dejando en un segundo plano líneas seguidas por otros modelos de crítica, como por ejemplo, la diversión que aporta el videojuego. La inclusión de este modelo de crítica dentro del modelo de crítica divulgativa es debido a que centran su atención en un plano diferente al que podemos encontrar en el resto de revistas. Aunque detectemos en algunas de estas críticas contenido relacionado con el entretenimiento, la gran mayoría de contenido que la conforma está relacionado con aspectos tecnológicos del videojuego y de los *hardwares* utilizados para jugarlos.

El contenido noticable que forma parte de estas revistas puede tomar en cuenta videojuegos recientes pertenecientes al año de la publicación de la revista, como es el caso de *Hitech*, o por el contrario, críticas de carácter anecdótico hablando de videojuegos antiguos, como en algunos casos de la revista *ALT Magazine*. En *Hitech*, por ejemplo, encontramos cierta similitud entre su contenido y la época en la que surge, ya que a mediados de los 90 se dio un gran salto tecnológico: los gráficos en dos

dimensiones empezaron a dar paso a los gráficos en tres dimensiones. Este cambio cualitativo hizo que ciertas revistas, sobre todo las enfocadas al ámbito del programador y el desarrollador, le dieran una gran importancia al contenido gráfico. Pero sobre todo, encontramos un análisis más técnico que lúdico. *Hitech* es una revista que destacó entre el resto de revistas que formaban parte de su misma editorial. Mientras que la mayoría de esas revistas seguían una línea basada en el videojuego como entretenimiento, *Hitech* se ofrecía como un producto diferenciador dentro de la línea editorial, ya que sus análisis divergían en contenido con respecto al resto.

A pesar de poseer secciones similares a las demás revistas de su editorial, como por ejemplo la sección de noticias, centraba gran parte de su contenido en artículos dedicados a consolas, periféricos, las cualidades tecnológicas del *hardware* que las componían o entrevistas con desarrolladores de grandes marcas.

El perfil de crítica que encontramos en *Hitech* va dirigido a un público que no se decanta únicamente por la pasión de los videojuegos, sino también por la electrónica, las propiedades gráficas, la programación y el desarrollo de videojuegos. Mientras algunas revistas se centran en el aporte ocioso del videojuego, *Hitech* se centra en aspectos más técnicos como por ejemplo la composición del apartado gráfico, la jugabilidad, el sonido, la programación o el *software* utilizado a la hora de crearlo o adaptarlo. Al margen de los detalles técnicos también podemos encontrar breves anotaciones con respecto al argumento, la experiencia de los redactores como jugadores y algunos detalles como las cifras de ventas o quiénes fueron sus creadores. En algunas críticas de esta índole podemos leer comentarios de los propios desarrolladores a la hora de exponer el juego o la intención de los mismos al crearlo, algo común en otros modelos de crítica como hemos visto anteriormente.

La revista *Hitech* es de las que presenta las críticas más apegadas al perfil ocioso que describe al videojuego en cuanto a este modelo se refiere. Podemos encontrar otro tipo de revistas, como *ALT Magazine* (2007) o *Hobby PC* (2000), que también ofrecen algunas críticas que se asemejan a este modelo de crítica.

Es crucial reconocer que el punto de vista desde el que es analizado el videojuego en este tipo de críticas está más cercano a la técnica electrónica que al uso del videojuego como objeto de diversión. Esto además se hace notable a la hora de reconocer el contenido restante de las revistas en las que aparecen, donde la mayor

cantidad de páginas están dedicadas a videoconsolas, a artículos sobre *hardware* y *software* informático y a las nuevas tendencias tecnológicas. Dependiendo de la revista en la que encontremos este tipo de críticas, se le dará más o menos importancia al aspecto ocioso del videojuego, por ejemplo en la revista *ALT Magazine* podemos encontrar a veces un exaltamiento de la diversión, pero pensamos que es provocado por el tipo de prensa especializada en videojuegos que se hacía en aquellos momentos.

Cierto es que no encontramos indicios de que se produzcan acercamientos al videojuego como obra de arte en el modelo de crítica divulgativa y su variante tecnológica porque el videojuego, en la época en la que surgen estas revistas, se observa todavía como un elemento ligado al entretenimiento, lúdico y tecnológico. Pensamos que esta visión del videojuego como obra de arte se conforma con la madurez del medio. Resulta interesante recalcar que en algunas cartas enviadas a la revista *ALT Magazine* por sus suscriptores si encontramos aspectos de carácter cultural sobre el videojuego como obra. Estamos hablando del año 2007, en esta época el lector a pesar de consumir un producto tiene su propio criterio y busca ciertas miradas que le oferten un aspecto diferente del videojuego. Este apunte nos hace pensar que el cambio de visión que respecta al videojuego se conforma poco a poco con su evolución tecnológica.

Modelo de crítica 6. Crítica histórica o crítica homenaje:

Nombre	Rasgos característicos
Crítica histórica o crítica homenaje.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: A principios y mediados de la década del 2000. 2. Visión del videojuego: Videojuego como producto histórico dentro de la cultura de masas. No se aprecia una observación del videojuego como obra cultural. 3. Extensión: Variable. Hasta 6 páginas. 4. Lenguaje: Adopta un tono divulgativo. 5. Estructura: Variable según la revista y el público al que se dirige. No encontramos un patrón estructural que se repita. 6. Contenido: Variable según la revista. Suele predominar el texto a la imagen. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Variable según la

	<p>revista. En algunas carece de nivel de análisis ya que habla tan sólo del videojuego y no de sus características. En otras revistas se realiza un breve análisis sobre cada videojuego de la saga. También encontramos críticas que relacionan videojuegos basados en las historias de sagas famosas del cine.</p>
--	---

Este modelo de artículo revisa con perspectiva la historia de videojuegos que se han convertido en clásicos, o por el contrario, videojuegos del pasado difíciles de encontrar debido tanto a su obsolescencia como a la de las consolas para la que fueron fabricados. Esta obsolescencia es tecnológica, ya que aunque el videojuego siga funcionando, la evolución de la tecnología hace que la lógica del mercado deje de lado los aparatos con inferiores capacidades técnicas para fabricar nuevos productos con una mejor tecnología. Los videojuegos y las consolas se vuelven reliquias por los amantes del medio, lo que da lugar a un modelo de crítica que, al igual que la crítica narrativa, surge debido a la evolución del videojuego como medio y a su trascendencia histórica. Este modelo también se aleja del paradigma del simple entretenimiento para mostrar al videojuego desde diferentes perspectivas. El videojuego, con el paso de los años, se convierte en objeto de culto, haciendo que la prensa especializada genere contenido acorde a esta línea.

Este modelo de crítica se caracteriza por ofrecer una perspectiva divulgativa e histórica. Esta visión se caracteriza por mostrar las bondades de una saga de videojuegos o de enseñar cómo ha evolucionado a lo largo de su historia. Por un lado, encontramos el caso de la revista *Kult*, una revista/catálogo de videojuegos, donde dedican un extenso reportaje a la historia de una famosa saga de videojuegos. En el mismo catálogo se ofrece posteriormente un apartado dedicado al nuevo videojuego de la misma saga que se estrenará en un futuro próximo. También encontramos revistas dedicadas al mundo *retro*, donde la perspectiva es similar, aunque se realice más hincapié en aspectos relativos a esta esfera del videojuego caracterizada por el gusto por lo antiguo y su afán de coleccionismo.

Comencemos analizando el artículo de la revista *Kult* (2006)²⁴, ya mencionada anteriormente, donde localizamos un reportaje dedicado a la saga de *Super Mario*, en el

²⁴ Revista de distribución gratuita de la cadena de tiendas de videojuegos y electrónica *Game*.

cual se realiza un recorrido sobre todos los videojuegos que conforman la saga. En este artículo se aportan curiosidades relacionadas con el nacimiento del videojuego en cuestión, como por ejemplo, cual fue la idea principal, el desarrollo inicial de los personajes, la evolución en el apartado gráfico y en la mecánica o las versiones que se estrenaron para diferentes consolas. El tono utilizado en todo momento es anecdótico y retrospectivo, dotado además de cierto sentimentalismo, porque adopta cierto cariz afectivo a la hora de hablar del videojuego. También se acerca a la crítica divulgativa, por ofrecer información que dista de las críticas convencionales, no se basa en un análisis ni tampoco se centra en comentar banalidades, ya que lo que importa en estos casos no es cómo es el videojuego sino cómo ha crecido. No podemos decir que este tipo de artículos haga un aporte histórico porque se vuelve sobre todo en un repaso de cómo ha evolucionado la saga. Por otra parte, el contenido se encuentra bien estructurado y con una estructura parecida a la que podemos encontrar en revistas del año 2000 en adelante, donde imagen y texto se respetan formando un conglomerado legible y atractivo para el lector.

En los pocos números que contamos de la revista *Retro Games Collectors*, podemos encontrar artículos monográficos de videoconsolas, consejos sobre tasación de videojuegos o sobre la conservación de los mismos. Es una revista dedicada al coleccionismo, por tanto, encontramos muy poca información con respecto al análisis de videojuego, salvo algún artículo monográfico dedicado a sagas. Siguiendo una línea parecida en cuanto al tema escogido por *Kult*, hallamos un monográfico dedicado a la saga *Castlevania*, donde se ofrece información sobre los diferentes videojuegos de la saga y las adaptaciones a las consolas que había por el momento. Con respecto al contenido, encontramos un acercamiento al videojuego que se torna superficial, porque dentro del mismo monográfico se repite una misma estructura que va desde la historia del videojuego, pasando por el acercamiento a la mecánica, su jugabilidad, su música, los gráficos y la consola para la que se programó, algo que se asemeja más a una enumeración de análisis de videojuegos que a una crítica de una saga histórica. El contenido de este monográfico basa la organización de su texto en columnas, añadiendo una imagen por página, no posee una estructura muy cuidada. Al encontrarnos ante una revista dedicada al mundo del coleccionismo, el contenido que genere girará alrededor de las temáticas que lo componen. Al igual que ocurría en la revista *Hobby PC*, que el videojuego era visto desde un plano tecnológico y divulgativo, en una revista de

carácter *retro* se observará desde este mismo plano, prestando especial atención para qué consola se desarrolló el videojuego, qué aspecto poseía y si era fácil de jugar.

Por otra parte, hemos encontrado en algunas revistas, como por ejemplo *N-Gamer*, contenido catalogado por ellos mismos como *retro*, donde se habla de videojuegos antiguos de una forma escueta (no más de treinta palabras por videojuego), se explica la historia de grandes compañías y se hacen breves reseñas de videojuegos pertenecientes a la misma. También ofrece una sección de descargas de videojuegos retro. Estas secciones difieren de lo que llamaríamos *retro* porque tan sólo hacen un breve repaso de la historia del videojuego, la esencia de los artículos *retro* se debería basar en el afán coleccionista de sus lectores y en una pasión tanto por el videojuego y por las consolas antiguas. Esta esencia de lo *retro* la podemos encontrar en otras revistas como *RetroGames*.

Por otro lado, y hablando de la última revista mencionada, encontramos algunos artículos que merecen ser mencionados. La revista *RetroGames*, una revista anterior a la ya mencionada *RetroGames Collector*, posee una serie de artículos curiosos, clasificados con el nombre de “Videojuegos de película”. En estos reportajes se analizan los videojuegos publicados que guardan relación con la gran pantalla. En el número 1 de *RetroGames* uno de los reportajes está dedicado a *Indiana Jones* y a sus múltiples reproducciones en el mundo del videojuego. Este artículo está dotado de un contenido algo más ajustado a la historia de la saga cinematográfica y a la crítica de los videojuegos que trataron de representarla. De este artículo podemos aprender cómo algunas compañías trataban de aprovechar la fama de la película para crear un videojuego similar a su trama, aunque como podemos ver a continuación, tan solo aprovechaban el nombre, porque el contenido del videojuego dejaba que desear con respecto a la trama y con respecto a la calidad del mismo: “El juego cuenta únicamente de seis pantallas [...] Mezcla de plataformas y puzzle, *Indiana Jones in the Lost Kingdom* tiene un nivel técnico muy flojo que repercute seriamente en la jugabilidad”²⁵. También podemos encontrar en este artículo referencias a las adaptaciones que se realizaron de los videojuegos más prolíficos de la saga cinematográfica, aportando las diferencias entre una y otra adaptación, su calidad técnica y también la calidad con respecto a su jugabilidad. Podemos apreciar un matiz mucho más divulgativo que en las

²⁵ Fragmento perteneciente al artículo “Videojuegos de película (I) Indiana Jones”, del Nº 1 de la revista *RetroGames*, año 2003. Editorial: Megamultimedia S.L. pp. 56-62.

anteriores críticas clasificadas en este mismo modelo porque no se limita a hablar de las características de los videojuegos seleccionados, se adentra en su historia con respecto al momento en el que representan, aportando importancia a los videojuegos que la tienen y pasando por encima los que no poseyeron gran protagonismo por su falta de calidad. En definitiva, esta crítica posee unos matices que las anteriores no alcanzan por carecer de inmersión en el tema tratado, se percibe cierta superficialidad en su contenido al no indagar en los entresijos del videojuego como representación histórica de la materia que nos atañe.

Lo que nos lleva a clasificar este modelo de crítica como un modelo independiente del resto es el sentido que adquiere dentro de la crítica del videojuego. El videojuego se toma como objeto histórico y se asimila como obra que evoluciona en el tiempo. Cabe destacar la evidencia que supone el apego del videojuego a las grandes desarrolladoras y a sus ventas en algunos de los textos analizados, como es el de la revista *Kult*. Por parte de la crítica, un aspecto positivo que apela a la calidad de un videojuego son sus ventas, lo que da a entender que videojuego y capitalismo son inherentes, al menos en los inicios de la creación de los mismos. Este es otro de los paradigmas a los que irá asociado la crítica de videojuegos de antaño, ya que el videojuego no se extrae como obra independiente de la empresa que los concibe ni de la consola para la que se desarrolla. Esta visión se hace patente en este modelo de críticas porque reincide una y otra vez en las compañías, pero está presente en una gran parte del resto de modelos, en los que la compañía otorga renombre al videojuego. Esto nos lleva a hacernos una pregunta: ¿Por qué es bueno un videojuego? ¿Por sus características diferenciadoras con el resto? ¿Por las ventas que consigue? ¿O hay algún aspecto más que no es tratado? Pensamos que la verdadera crítica de videojuego no será completa hasta que abarque todas las facetas del mismo y sepa abstraerse de su concepción como producto de entretenimiento y de ventas masivas.

Modelo de crítica 7. Comentarios del desarrollador:

Nombre	Rasgos característicos
Comentarios del desarrollador.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Año de surgimiento: A mediados de la década del 2000. 2. Visión del videojuego: Como creación audiovisual. 3. Extensión: Hasta 6 páginas. 4. Lenguaje: Divulgativo.

	<p>5. Estructura: Variable según la revista y el público al que va dirigido. No encontramos un patrón estructural que se repita.</p> <p>6. Contenido: Preponderancia del texto frente a la imagen. Muy bien organizado.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Este modelo de crítica permite conocer el videojuego desde el punto de vista del creador, por tanto ofrece una visión muy completa de lo que se desea transmitir con la obra. Centra la atención en detalles admirables del videojuego o dificultades superadas por parte de los desarrolladores. Breves acercamientos al videojuego como producto cultural.</p>
--	--

Este modelo de crítica tiene de especial que toma comentarios del desarrollador o de los desarrolladores para que podamos conocer aspectos más íntimos de los videojuegos que se tratan en el artículo. Podemos encontrar este tipo de reseñas en múltiples revistas, además, generan mucho contraste con el resto de contenido porque suele aportar información de primera mano por parte de los creadores de la obra, cuya perspectiva del videojuego se asemeja más a un proceso artesanal y al desarrollo de una serie de ideas que pretenden manifestar.

Podemos encontrar artículos como este en revistas como *Edge*²⁶. *Edge* es un magazine británico que poseía su propia edición traducida al español. El contenido que posee esta revista dista mucho de sus coetáneas, porque la gran mayoría del mismo era traducido íntegramente de la edición inglesa. Entre sus páginas podemos encontrar desde artículos a entrevistas dedicados a desarrolladores y personal que trabaja en empresas pertenecientes al sector del videojuego. Resulta interesante este acercamiento a los generadores de contenidos puesto que ofrece una perspectiva que difiere del análisis convencional de videojuegos. Pensamos que esto ocurre porque al tratarse de una revista creada en Gran Bretaña, la forma en la que conciben el videojuego es diferente, además de poseer un público diferente al que dirigirse. Como pudimos leer en *Ocho quilates* (2012), la crítica inglesa ofrecía un contenido muy diferente a la española.

²⁶ Ver ejemplo en el apartado Anexos.

Este modelo de crítica obvia en cierto sentido el análisis de videojuego, pensamos que pretende aportar un contenido diferente al lector alejado del juicio superficial y centrarse en aspectos más cercanos a la obra en sí. Principalmente, estos artículos profundizan en conocer la idea original, el desarrollo del videojuego, qué historia se pretende contar, los valores y sentimientos que desea transmitir. Los desarrolladores ponen a disposición de los redactores todos los aspectos que han tenido en cuenta a la hora de elaborar su obra. Podemos encontrar párrafos como el siguiente en el cual se observa la forma de concebir el desarrollo del videojuego como arte a través de la tecnología, la programación, el diseño de niveles o la simple iluminación de un escenario:

“Generalmente, es el trabajo de un *modder* el conseguir crear algo tan exagerado como eliminar prácticamente todo foco de luz dentro de un juego, y en ocasiones *Doom 3* da la sensación de ser más una expresión artística que un *shooter* en primera persona funcional. Pero al volver a jugar tras años de ciclos día/noche, entornos cada vez más naturales y promesas vacías de DirectX 10, lo que brilla en la oscuridad es la cinematografía del juego, que equilibra la visión con los recursos. Ni un solo objeto se ha colocado de forma aleatoria o apresurada”.²⁷

Este fragmento pertenece a una de las declaraciones de John Carmack, el que fue presidente de la compañía *Id Software* y uno de los programadores de *Doom 3*. Se hace palpable la diferencia entre los comentarios de un desarrollador y de un redactor, donde bajo las palabras de un programador elaboran un acercamiento cultural al videojuego, ya que es capaz de mostrar sus intenciones a la hora de crearlo, las dificultades de las herramientas utilizadas, la forma de sacarles provecho o las influencias a la hora de elaborar una estética.

Como hablamos anteriormente, los modelos de críticas no son sustitutos, en la misma *Edge*, podemos encontrar también críticas más cercanas al modelo 1 de análisis con sus correspondientes variantes. Al tratarse de una revista del año 2009 y de procedencia extranjera, su contenido difiere con respecto a las revistas clásicas de videojuego. Con la llegada de Internet el contenido de la revista debía diferenciarse notablemente de lo que el jugador puede encontrar ya en la red. Este modelo de crítica no es propio de *Edge*, ya que también podemos encontrarlo en revistas españolas, como por ejemplo, *Maca Player*.

²⁷ Fragmento del artículo dedicado al videojuego *Doom 3*, en el número 33 de la revista *Edge*. Año 2009. Editorial: Globus Comunicación S.A. pp. 70-73.

En algunos de los números de *Marca Player* podemos encontrar críticas que poseen una similitud parecida, pero, a diferencia de las críticas de *Edge*, se aporta más información sobre fases concretas del desarrollo del videojuego, como pueden ser el guion, el desarrollo de personajes o la captura de movimientos. *Marca Player* es una revista española, la cual pertenecía al grupo Unidad Editorial. Esta revista trataba de mostrar un contenido lo más amplio posible sobre el mundo del entretenimiento. Al tratarse de una revista perteneciente a una gran editorial, poseía cierta presión por parte de las desarrolladoras, aun así, esto no tiene por qué ser negativo, porque podía aportarle información en exclusiva. Algo que nos gustaría destacar es que cuando se da una crítica con un seguimiento tan intensivo del desarrollo del videojuego y se trata de aportar tanta información sobre el mismo, suele aparecer también en portada, lo que nos hace pensar que debe haber algún acuerdo publicitario. Además, encontramos publicidad en cubierta dentro del mismo artículo, donde se hacen referencias a títulos de la misma saga que se estrenarán próximamente en otras plataformas, promocionando así otros productos de la empresa desarrolladora²⁸.

Este modelo de crítica aporta un acercamiento sin precedentes al videojuego, marcando la diferencia con respecto a revistas predecesoras. Se trata de artículos que marcan la diferencia. Una vez más se confirma la conclusión que barajamos anteriormente, con la evolución del videojuego, evoluciona su crítica.

Modelo de crítica 8: Hacia un modelo de crítica cultural:

Nombre	Rasgos característicos
Hacia un modelo de crítica cultural.	1. Año de surgimiento: 2010. 2. Visión del videojuego: El videojuego se aprecia como obra cultural. 3. Extensión: Variable. Hasta 7 páginas. 4. Lenguaje: Variable. Encontramos divulgativo y científico. 5. Estructura: Variable. Según la revista. No encontramos ningún patrón estructural que se repita porque cada artículo es diferente. 6. Contenido: Encontramos revistas en las que predomina el texto sobre la imagen y revistas donde imagen y texto aparecen equilibrados. El contenido suele estar muy bien organizado. 7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: No observamos grandes

²⁸ Ver ejemplo en el apartado Anexos.

	<p>rasgos analíticos sobre el videojuego. Lo que predomina en este tipo de artículos son reflexiones que giran alrededor del videojuego como producto cultural, desde la relación del videojuego con otras obras de arte hasta la influencia del videojuego en la sociedad o viceversa.</p> <p>8. Se observa un nivel cultural más alto en los redactores de este tipo de crítica que en modelos anteriores.</p>
--	--

La primera referencia a un modelo de crítica relacionado con la concepción del videojuego como un nuevo medio de expresión artística y que se haga manifiesta, por parte del redactor, data del año 2010. Anteriormente, en revistas como *Edge*, hemos encontrado artículos que hablan del videojuego como medio artístico²⁹, pero no hemos sido capaces de hallar una crítica concreta que asimile y construya una reflexión crítica basada en el espíritu artístico del videojuego como medio.

La revista *Star-T* (2010) podemos encontrar un modelo de crítica en el cual el videojuego es tratado como obra capaz de transmitir experiencias únicas a través del desarrollo del mismo, se reconocen las influencias de otras ramas artísticas como el cine, el arte o la literatura y cómo las mismas a su vez enriquecen el concepto o conceptos que se quieren transmitir al jugador. Las múltiples referencias culturales y sociales que se realizan en la crítica dotan al videojuego de un cariz que nunca antes se había encontrado en la prensa especializada.

Siguiendo el paralelismo que hemos mencionado anteriormente entre cine y videojuegos, tal y como dicen Romaguera i Ramio y Alsina Thevenet, se necesita al cine para para crear el arte total al que siempre han tendido todas las artes. (Romaguera i Ramio y Alsina Thevenet: 1993, 15). Pensamos que este arte total se manifiesta o se vuelve cada vez más posible gracias al videojuego. Según el contenido de estas críticas, el videojuego se percibe como una obra de arte cuasi total, por poseer la posibilidad de aunar en sí mismo todas las expresiones artísticas anteriores. Esta concepción del medio es completamente diferente a la que encontramos en críticas anteriores, donde el videojuego se advierte como un simple y llano entretenimiento.

²⁹ Ver ejemplo en el apartado Anexos.

En estas críticas se describe minuciosamente cada aspecto del videojuego, desde la mecánica a la estética. Todas las descripciones de los mismos tienen su razonamiento y aportan un contenido interesante y útil. Por ejemplo, si se habla de la mecánica de un videojuego se habla de qué evoca esa forma de jugar o qué intenciones tenía el programador a la hora de elegir esa mecánica y no otra. Lo mismo ocurre con la estética o con la ambientación musical, se describen las corrientes artísticas de las que bebe y lo que se pretende despertar al utilizarlas. También podemos encontrar referencias literarias cuando se está describiendo la narrativa del videojuego, se describen arquetipos literarios y narrativos que podemos encontrar en otras obras. Resulta interesante mencionar que las corrientes artísticas tienen una razón de ser sociocultural, ya que el artista está envuelto en un entorno que influye directamente en su creación. El conocimiento artístico y cultural de un desarrollador de videojuegos enriquece su obra al querer transmitir una serie de ideas, conglomerando en el videojuego corrientes que evocaran en su momento esos mismos conceptos. Cuando el crítico reconoce esta serie de influencias estamos ante una crítica que es capaz de vislumbrar la razón de ser de la obra, porque sabe captar lo que el desarrollador le pretende transmitir y construye, a partir de la obra, su propio concepto y experiencia.

Por el lenguaje utilizado se aprecia que este modelo de crítica no va dedicado a un público de corte juvenil o infantil, por tanto, es una crítica ajena o que no se ve influenciada por el interés de llegar a un gran público. No observamos en nuestro análisis que se trate de un contenido de corte generalista que trate de convencer o contentar a la masa. Este tipo de contenido se diferencia cualitativamente del elaborado por la prensa de videojuegos tradicional, que aún se manifiesta en Internet y que busca llegar al máximo número de personas, convirtiendo el videojuego en puro entretenimiento. Este modelo de crítica se caracteriza con una visión más humanista del videojuego, además, no encontramos indicios que indiquen que la persona que escribe, o la propia editorial, mantengan una relación comercial con empresas desarrolladoras, más bien parecen responder al perfil de personas con estudios o cualificadas en el ámbito de las ciencias sociales con inquietud en los videojuegos y las nuevas tecnologías.

La estructura del contenido suele ser diferente con respecto a los modelos de críticas anteriores. Por un lado, la revista *Start-T Magazine* (2010) posee una distribución en la que el texto supera a la imagen, prevaleciendo así el contenido textual

frente al visual. Además, el tamaño de los caracteres es inferior con respecto al que encontramos en la gran mayoría de los modelos de crítica anteriores, reforzándose así esta supremacía del texto frente a la imagen. La propia estructura también es mucho más organizada y sobria, donde veíamos en modelos anteriores una distribución completamente caótica, el contenido en esta revista se presenta mucho más organizado por apartados, columnas bien diferenciadas y sin saltos importantes entre el fin de una columna y el comienzo de la siguiente, lo que favorece una lectura más ordenada y evita la distracción. Al contrario que en modelos anteriores, no encontramos en este caso apartados con información extra como curiosidades o cualquier otro tipo de destacados, algo que también impide la desconexión lectora.

En la revista *Presura* podemos encontrar un modelo parecido al que encontramos en la revista anterior. El contenido de esta revista es puramente cultural y social. Según el número podemos encontrar la reflexión en torno a un videojuego concreto, dándose un monográfico, o por el contrario, la selección de un tema concreto y comentarlo a través de su manifestación en el videojuego. En este modelo de crítica no se analiza el videojuego por su calidad técnica, quedando relegada a un segundo plano, la crítica se desarrolla a partir de la experiencia y se ejerce sobre diferentes planos según la temática escogida por el autor. Entre estas temáticas, podemos encontrar críticas sobre los valores que transmite el videojuego, contrastando la narrativa del mismo con teorías desarrolladas por las ciencias sociales, también críticas que ponen en relación el videojuego con otras manifestaciones artísticas o críticas que analizan el videojuego desde perspectivas que pueden parecer tan distantes como la ideología o la propaganda. Las críticas pertenecientes a *Presura* son inclasificables en cuanto a temática, porque cada una se centra en aspectos muy diferentes que rodean a un videojuego o a una temática. El matiz que puede reflejar cierta homogeneidad es la concepción del videojuego como representación humana y su valor como objeto de estudio, el acercamiento ludológico al videojuego se hace patente en los artículos de *Presura*, ya que el videojuego es analizado desde diferentes áreas del conocimiento.

La maquetación que posee *presura* es algo más rudimentaria, al tratarse de un formato digital y al ser una revista independiente. El tamaño de la letra y la distribución del contenido son diferentes a las que podemos encontrar en *Start-T Magazine*. A pesar de ello, posee una estructura bien organizada. En *Presura* el contenido suele organizarse en columnas e ir acompañadas de ilustraciones que forman parte del fondo interviniendo

poco en el contenido textual, quedando la imagen relegada a un segundo plano como mero adorno decorativo.

Donde antes encontrábamos un ensalzamiento de la diversión, superficialidad en las descripciones de videojuegos y un sentido lejos de ser crítico, en estas críticas podemos encontrar una gran carga cultural, un lenguaje culto, un contenido mucho más elaborado y una percepción del videojuego alejada del entretenimiento banal. Es importante resaltar la importancia del lenguaje porque genera un alto contraste con los modelos de crítica vistos anteriormente y se utilizan asiduamente tecnicismos del ámbito audiovisual. Esta crítica cultural además suele estar alejada de la benevolencia que encontramos en la prensa escrita. A pesar de aportar datos que embellecen al videojuego como objeto de culto, el crítico sabe reconocer los aspectos en los que se vuelve precario.

Se observa un verdadero juicio crítico en este tipo de críticas porque se reconocen los aspectos positivos y negativos ajustados a un juicio crítico-cultural. No obstante, estas críticas olvidan características que también son importantes a la hora de analizar completamente un producto como es el videojuego.

5. La crítica de videojuegos en Internet.

Los portales dedicados al mundo del videojuego han ido atrayendo la audiencia de la prensa escrita, la cual se ha visto avocada casi a la extinción. El número de publicaciones sobre prensa de videojuegos se ha visto muy reducido en comparación con la cantidad de publicaciones que existían en la era anterior a Internet. A continuación, analizaremos los contenidos que poseen los diferentes portales y observaremos cómo son sus críticas, qué tipo de hechos son noticiables y cómo organizan su información:

Nombre	Rasgos característicos
Crítica en internet.	1. Año de surgimiento: Depende de cada web. 2. Visión del videojuego: Como producto de entretenimiento. 3. Extensión: Variable. Depende del videojuego y del redactor. 4. Lenguaje: Divulgativo. 5. Estructura: Variable, pero se asemejan según el siguiente patrón: La crítica suele estar organizada por apartados dedicados a las diferentes

	<p>partes que conforman el videojuego. Suele poseer un apartado donde se puntúa del 1 al 10 la calidad del videojuego.</p> <p>6. Contenido: El texto va acompañado de información audiovisual.</p> <p>7: Nivel descriptivo/analítico del videojuego: Similar al análisis que se realiza en el modelo de crítica llamado “Análisis”. Se analizan de forma superficial de las características principales del videojuego. Se le otorga una gran importancia a la mecánica, a los modos de juego, al apartado gráfico o al sonido, entre otras características del videojuego.</p>
--	---

Vandal Videojuegos:

Vandal es un portal perteneciente a 20 Minutos Editora, S.L., la editorial del periódico generalista y gratuito 20 Minutos. En su página de inicio podemos encontrar una sección perteneciente a las noticias nuevas situada en la parte superior de la página. Debajo de esta encontramos una sección de noticias destacadas, posteriormente una sección de vídeos, otra sección de noticias, una sección de artículos de videojuegos, una sección dedicada a la comunidad de la web y por último, la sección de trucos y guías. En una primera visión de la página observamos que la sección de noticias es la que posee una mayor visibilidad y los artículos sobre videojuegos quedan relegados a un cuarto puesto según el orden establecido.

En Vandal también encontramos secciones dedicadas a cada una de las plataformas actuales de reproducción de videojuegos, además de una sección llamada columnas, dedicadas a actualidad, opinión, el mundo indie, artículos sobre productos que no vieron la luz, una columna dedicada al mundo *retro* y artículos semanales sobre música en videojuegos.

Como podemos ver, Vandal ofrece una cantidad de información sobre videojuegos que sobrepasa con creces la información que podría dar cualquier revista de videojuegos, ya que la capacidad multimedia de Internet y el espacio casi ilimitado de las web permite la inclusión de todo tipo de contenido. A continuación, analizaremos tres análisis diferentes dedicados a tres videojuegos de tres plataformas.

Todos los análisis de Vandal son homogéneos, poseen la misma estructuración: al principio se aporta la nota otorgada al videojuego con una puntuación de 1 a 10 según

los valores de gráficos, sonido, jugabilidad y diversión. Posteriormente, podemos leer una breve introducción del videojuego acompañada por el tráiler oficial, la presentación del videojuego o un videoanálisis. Después de esto comienza el análisis.

El análisis se vuelve minucioso y adecuado al tipo de juego sobre el que se cierne. La influencia de la diversificación en géneros del videojuego hace que el articulista observe el videojuego desde un plano adecuado al desarrollo del mismo, ofreciendo una información más detallada para el lector aficionado al juego analizado. La línea que homogeniza estas críticas, a parte de la estructuración, es el contenido que desarrolla, el cual gira en torno al sistema de juego. Por ejemplo, en el análisis de *Ride 2*, un videojuego de carreras de motos, los apartados en los que está dividido el análisis hablan del realismo con respecto a los controles del periférico utilizado para jugar, los diferentes modos de juego, la variedad en cuanto a motos y circuitos y el acabado gráfico y sonoro (Arribas, 2015). Este modelo de crítica se asemeja al modelo de crítica 2, el cual aparece con un lavado de cara y adaptado a Internet, con vídeos, un apartado para dejar tu valoración de juego y una caja de comentarios para hablar sobre el videojuego en cuestión.

3DJuegos:

Se trata de una revista online especializada en videojuegos. Pertenece a 3DJuegos Publicaciones Online Media S.L. En su portada podemos encontrar un *slider* con los contenidos más novedosos, una segunda sección de destacados y otra titulada lo último en videojuegos. Al igual que Vandal, está dividida según plataformas y también posee secciones de noticias, vídeos, imágenes, análisis, artículos, reportajes, trucos, guías, una lista de videojuegos según su género, un Top 100 de videojuegos, una tienda y un espacio dedicado únicamente a nuevos lanzamientos. Utilizaremos los mismos videojuegos que se han analizado en Vandal para ver si hay alguna diferencia con respecto a 3DJuegos.

En 3DJuegos encontramos análisis con una estructura similar, pero que difieren tanto en extensión como en la calidad del contenido, según el redactor. Encontramos que al principio se detalla la nota del videojuego, posteriormente una introducción, un vídeo y el resto del análisis. Por ejemplo, el análisis del videojuego *Rhythm Paradise Megamix* (Bella, 2016), es muy similar al que podemos encontrar en Vandal, en cuanto a contenido. El artículo que se refiere a *Battlefield 1* (Castellano y Martínez, 2016), sí

posee una extensión más larga con respecto al encontrado en Vice, aunque la estructura es similar. Algo que encontramos en este análisis y no en el anterior es una valoración y un análisis de los redactores con respecto al modo historia del videojuego. También encontramos un contenido mucho más detallado sobre los diferentes modos de juego, la forma en la que progresar y un análisis más extenso sobre el acabado gráfico y sonoro.

Hobbyconsolas:

Este es el portal perteneciente a la revista comentada anteriormente. Este portal amplía su espectro más allá del mundo de los videojuegos hacia directamente la industria del entretenimiento en general. Realiza artículos sobre cine o manga, además de incluir críticas sobre películas de acción. Todo centrado en la industria del entretenimiento de masas. Este portal también posee un canal de Youtube, actualizado cada cierto tiempo con nuevo contenido como tertulias, reportajes, opiniones o presentación de productos, tanto de cine como de videojuegos.

Los artículos encontrados en el portal de Hobbyconsolas no difieren en absoluto de los encontrados en el resto de portales, ya que asimilan al videojuego como producto de entretenimiento. A pesar de ello, han mejorado su construcción de la crítica y adaptado al nuevo medio, gracias a las posibilidades multimedia que este ofrece. El apartado multimedia ha sido muy bien acogido por Hobbyconsolas, el portal es el más activo en cuanto a generación de contenido audiovisual dedicado a la industria del entretenimiento.

Como conclusión sobre el análisis-crítica de los portales más visitados por los aficionados al mundo de los videojuegos, decir que los medios que pertenecen actualmente a la industria de la prensa especializada del videojuego siguen manteniendo un discurso asociado al entretenimiento banal, cumpliendo con los paradigmas encontrados en la mayoría de modelos de crítica elaborados a partir de las revistas especializadas de antaño.

6. Conclusiones:

El surgimiento del videojuego en una época de corte capitalista provoca que sea entendido y asimilado como producto por el público de masas al que va dirigido. La ausencia en España de una prensa escrita especializada dedicada al videojuego, hace que surjan de repente una gran cantidad de revistas y magazines con este cometido, los

cuales, desde nuestro punto de vista, jugarán un papel crucial como método publicitario en la época previa a Internet, y que se prolonga hasta la actualidad a través de la red con la creación de múltiples contenidos con el mismo fin. La crítica de videojuego en España se ve afectada en cierta medida por las empresas desarrolladoras, ya que se vuelven en propagadoras del ideal de consumo capitalista, promovido por la publicidad y por el contenido superficial de sus críticas, en los cuales podemos encontrar de forma inherente la relación establecida entre videojuegos y diversión, que se establece como paradigma. La relación entre el videojuego y la venta masiva se hace patente en múltiples ocasiones, haciendo referencia al número de ventas conseguido en otros países o el número de ventas conseguido por otros números pertenecientes a la compañía desarrolladora. Este matiz genera otro paradigma en torno al cual gira la crítica del videojuego, estableciendo un binomio entre calidad y consumo, donde un videojuego que consigue un gran número de ventas es admitido como un gran juego. La distancia establecida entre la prensa especializada y las teorías basadas en el estudio del videojuego provoca que el medio se vea empobrecido por sus críticos. La crítica que se genera para contentar al público y al desarrollador del producto no es verdadera crítica, ya que se subordina a las leyes del mercado en el que se establece, primando el éxito comercial a la rigurosidad dialéctica y al juicio crítico.

El sistema que funciona para afianzar una buena posición dentro del mercado editorial es concebir al videojuego como producto, de ahí que los modelos de críticas que predominan no profundizan en el videojuego como objeto cultural, esto hace que modelos de crítica de carácter ludológico sean minoritarios y se den en una época tardía del videojuego. Desde el surgimiento de las primeras revistas de videojuegos, el paradigma que se impone como modelo de crítica es una oda al ocio y al consumo, se establece un modelo de crítica que analiza los videojuegos con la pretensión de hacerle llegar al jugador de la forma más sencilla posible qué producto puede encontrar en el mercado y cuánta diversión le aportará.

La revista como producto se debe a su público objetivo. Encontramos, por ejemplo, *Hobby Consolas*, *Nintendo Acción* y *HiTech*, las tres de la misma casa editorial y cada una dirigida a un público diferente. *Hobby Consolas*, la revista de videojuegos generalista, para todas las plataformas y de todos los géneros. *Nintendo Acción*, dedicada únicamente a videojuegos de Nintendo y *HiTech*, una apuesta para los fanáticos de los videojuegos, las videoconsolas y la tecnología, la cual no tuvo mucho

futuro y tan solo duró un año. El videojuego se captó como una forma muy rentable de negocio para las editoriales, las cuales apuestan por diversificar sus productos para aumentar esta rentabilidad.

Las primeras revistas de videojuegos fueron las que realizaron los modelos primigenios de críticas, véase el análisis-guía o la el modelo perteneciente a la revista *Club Nintendo*. Cuando la industria editorial comenzó a evolucionar, el contenido debía diversificarse, de ahí que surgieran diferentes modelos de crítica, a pesar de que la mayoría girase en torno a los mismos pilares, el entretenimiento y el consumo. No es casualidad que la estructura seguida por la mayoría de revistas sea muy similar. Las publicaciones más antiguas analizadas siguen siempre el mismo patrón. Poseen una sección de noticias donde se habla de juegos que ya están en el mercado o a punto de entrar, posteriormente encontramos artículos de preestreno y una sección de análisis. Después, cada una puede poseer una sección diferente o que alterna al resto de revistas del mercado, que es lo que diferencia a unas de otras. La explotación de un modelo que se vuelve repetitivo hasta la saciedad se encuentra en la clave de su éxito, la cual se deja entrever en la gran cantidad de revistas que podemos encontrar, algunas incluso pertenecientes a la misma editorial pero dirigidas a un público objetivo diferente.

Aquí nos surge una duda: ¿La sociedad reconoce al videojuego como un simple entretenimiento a causa de la prensa especializada o es la prensa especializada la que lo trata como tal desde sus principios por desconocimiento a que los videojuegos fueran obras de arte de nuestra era? Desde nuestro punto de vista, pensamos que esta visión del videojuego procede, en primer lugar, de la falta de complejidad de los primeros videojuegos creados, debido a la limitación tecnológica. Además, estos videojuegos eran productos destinados a niños, la prensa que podemos encontrar a principios de los noventa es una prensa dedicada a un público infantil y adolescente. La falta de un desarrollo cultural, la concepción del videojuego como entretenimiento y la esfera social a la que va dirigida, hacen que la crítica no explore otras vías de desarrollo hasta que el videojuego evoluciona tecnológicamente.

La ausencia de una prensa especializada en el videojuego es copado por editoriales dedicadas a la prensa del entretenimiento, la cual, como industria, trata de llegar al mayor público posible. Este fenómeno puede ser analizado también desde múltiples perspectivas, ya que a partir de los años 80, con la consolidación de la

democracia, España sufre un cambio social caracterizado por la apertura al exterior y la evolución paulatina hacia una sociedad de consumo de carácter occidental. España se convierte en un país consumidor de tecnología, ya que no posee una industria desarrollada en este sector. Es este momento el que aprovechan las editoriales y desarrollan el sector de la prensa del entretenimiento asociada al auge tecnológico.

Por otro lado, en cuanto al videojuego se refiere, el desarrollo de la tecnología permite reproducir una profundidad en cuanto a la narrativa, los gráficos, la programación, el sonido y todo lo que forma parte de un videojuego se refiere. Esta evolución tecnológica sin precedentes es lo que convierte un mero entretenimiento en una obra con la posibilidad de contener un trasfondo cultural y social, que pueda ser analizado desde diversas perspectivas y criticado como obra de la cultura de masas. Esta profundidad en todos los aspectos provoca que tanto los que juegan como los que estudian el videojuego comiencen a verlo de otra forma.

Podemos equiparar la evolución del videojuego a la del cine, ya que al tratarse de un arte basado en la tecnología, la evolución tecnológica es la que permite un desarrollo cultural hasta cierto punto. Una vez se establece un lenguaje y una optimización de la técnica, tanto el cine y, posteriormente, el videojuego, se establecen como herramientas transmisoras de ideas, objetos de estudio y, en definitiva obras artísticas. Establecemos también una relación entre la evolución tecnológica del videojuego y la evolución de su crítica o, al menos, la comprensión del videojuego desde planos diferentes a los ya analizados.

Desde nuestro punto de vista, al igual que una crítica de cine debe ser analizada desde la fotografía, el guion, la narrativa audiovisual, su carácter técnico, los valores que transmite la historia y una larga serie de aspectos, el videojuego como obra audiovisual e interactiva debe ser analizada también desde todos los aspectos que hacen posible la experiencia. La crítica cultural permanece incompleta sin la crítica o análisis técnico y viceversa. La falta de madurez del medio y el desinterés por parte de la crítica general hacia las teorías desarrolladas sobre videojuegos, hacen que la crítica permanezca todavía en un periodo de inmadurez. El desarrollo de un modelo de crítica adecuado a cualquier videojuego podría ser llevado a cabo a partir de este trabajo, tomando en cuenta las múltiples variables encontradas en él, analizando el videojuego

según su contexto natural y las múltiples teorías establecidas y que surgen sobre el estudio del videojuego.

Actualmente, y tras nuestro estudio, pensamos que nos encontramos en el epicentro de un cambio de paradigma, donde el videojuego ya no es visto como un simple entretenimiento, al menos por la institución y por un público minoritario. El papel de aquella persona que se dedique a la crítica del videojuego debería comprenderlo como obra de culto y ejercitar una labor verdaderamente crítica, apoyada en las diferentes teorías ludológicas, observando el objeto de crítica desde múltiples perspectivas y analizándolo cultural como técnicamente, para así obtener una crítica lo más completa posible. La corriente que sigue el paradigma del entretenimiento y el consumo corrompe el espíritu del videojuego como obra, promoviendo un espíritu acrítico y un conformismo frente al entramado capitalista.

7. Bibliografía.

7.1 Libros, artículos y documentos audiovisuales:

ADORNO, Theodor y HORKHEIMER, Max (1998): *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Traducción: Juan José Sánchez. Editorial: Simanca Ediciones, S.A. Valladolid.

ADORNO, Theodor W. (2004): *Teoría estética*. Trad. NAVARRO PÉREZ, Jorge. Editoriales Akal. Madrid.

BENJAMIN, Walter (2003): *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca. México.

BOGOST, Ian (2007): *Persuasive games: the expressive power of videogames*. Editorial: Massachusetts Institute of Technology. Cambridge.

González Sánchez, J. L., Zea, N. P., & Gutiérrez, F. L. (2010). From Usability to Playability: Introduction to Player-Centred Video Game Development Process. San Diego: Proceedings of First International Conference, HCD 2009.

JIMENEZ, Marc (2001): *Theodor Adorno, Arte, ideología y teoría del arte*. Traducción: Aníbal C. Leal. Editorial: Amorrortu editores. Argentina.

LeBlanc, M., R. Hunicke, et al. (2004). *Mechanics, Dynamics, and Aesthetics: A Formal Approach to Game Design and Game Research*. San Jose.

MARTÍN BARBERO, Jesús (2015): *Jesús Martin Barbero: conceptos clave en su obra. Parte 1: 'Mediaciones'*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Pensadores.co.

MARTÍNEZ VICTORIO, Luis (2002): "Introducción. Así habló el fin de siglo." Traducción: MARTÍNEZ, VICTORIO, Luis. En WILDE, Oscar: *El crítico como artista*." Editorial Langre. San Lorenzo de El Escorial.

MARX, Karl (1968): "Introducción para la crítica de la filosofía del Derecho de Hegel." Traducción: MENDOZA DE MONTERO, Angélica. En FRIEDRICH HEGEL, Georg Wilhelm: *Filosofía del Derecho*. Editorial Claridad. Buenos Aires.

NAVARRETE CARDERO, Luis (2013): *¿Qué es la crítica de cine?* Editorial Síntesis. Madrid.

ROMAGUERA I RAMIO, Joaquim y ALSINA THEVENET, Homero (Eds.) (1993): *Textos y manifiestos del cine*. Editorial Cátedra/Signo e Imagen. Madrid.

SÁNCHEZ COTERÓN, Lara (2014): "El videojuego como paradigma de creación procedural: ventajas e inconvenientes" *LifePlay* Nº 3, disponible en Internet desde (09-2014).

SIERRA, Francisco (2006): "Pensar el control informativo. Fundamentos y perspectivas del modelo de propaganda norteamericano", en SIERRA, Francisco y VAZQUEZ, Miguel. *La construcción del consenso. Revisitando el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman*. Madrid. Editorial: Sirandaeditorial Visionnet.

VEBLEN, Thorstein (2000): *Teoría de la clase ociosa*. Edición digital. Elaleph editores.

WILDE, Oscar (2002): *El crítico como artista*. Traducción: MARTÍNEZ VICTORIO, Luis. Editorial Langre. San Lorenzo de El Escorial.

WOLLEN, Peter (2006): *El asalto a la nevera*. Editorial: Akal. Madrid.

7.2 Artículos de prensa del videojuego.

Alt Magazine (2007): Revista. Editorial desconocida.

ARRIBAS, Alfonso (2016): "Análisis de Ride 2 para PS4". Disponible en Internet: <http://www.vandal.net/analisis/ps4/ride-2/39308> (22/10/16).

2. ARIBAS, Alfonso (2016): "Análisis de Battlefield 1 para PC". Disponible en Internet: <http://www.vandal.net/analisis/pc/battlefield-1/38895> (17/10/16).

BELLA, Jesús (2016): "Nintendo da la nota". Disponible en Internet: <http://www.3djuegos.com/juegos/analisis/24665/0/rhythm-paradise-megamix/> (19/10/16).

CARMONA, Francisco (2000): "Extreme Sports, Sega seduce a la generación Pepsi Max." *DC Magazine* Nº 9, en Barcelona, editorial MC Ediciones, pp. 14.

2. CARMONA, Francisco (2000): "Armorines" *Games World* Nº 3, en Barcelona, editorial MC Ediciones, pp. 18.

CASTELLANO, Álvaro, MARTÍNEZ, Diego (2016): "La guerra que lo cambió todo". Disponible en Internet: <http://www.3djuegos.com/juegos/analisis/23967/0/battlefield-1/> (17/10/16).

CID, J.J., ROBLES, C., SÁNCHEZ, Sergi (2000): "Rol contra el calor" *Pc Gamelive* Nº 8, en Barcelona, editorial Publishing Ibérica, pp. 40-41.

DEL CAMPO, Manuel (1997): "¡Cómo mola hacer el indio! Turok Dinosaur hunter" *Hobby Consolas* Nº67, en Madrid, editorial Hobby Press, S.A., pp. 48-51.

DEN (2000): "Onimusha 2" *GamesTech* Nº 1, editorial Ares Informática S.L., pp. 22-23.

DC Magazine (2000): Revista. Editorial MC Ediciones. Barcelona.

ESTEVE GUTIERREZ, Jaime (2012): *Ocho quilates. Una historia de la edad de oro del software español*. Editorial: CreateSpace Independent Publishing Platform.

FONT, Joan (2000): "Guerra en blanco y negro" *Pc Gamelive* Nº4, en Barcelona, editorial Publishing Ibérica, pp. 29-35.

García, Juan (2008): "Mirror's Edge" *Marca Player* Nº 3, en Madrid, editorial Unidad Editorial, Revistas S.L.U, pp. 17-22.

JIMÉNEZ, Rubén (1999): "Primera parte, MDK 2", *Dreamplanet* Nº10, en Barcelona, Editorial Aurum, S.L., pp. 70-79.

KAPWHAM, Kim (2004): "Samurai Spirits Zero" *Gametype* Nº 17, en Málaga, Editorial Megamultimedia S.L pp. 10-13.

LEIVA, Carlos (2016): "Análisis de Rhytm Paradise Megamix para Nintendo 3DS". Disponible en Internet: <http://www.vandal.net/analisis/3ds/rhythm-paradise-megamix/28479> (18/10/16).

MARTÍN, Sergio (2016): "El templo de las motos" Disponible en Internet: <http://www.3djuegos.com/juegos/analisis/25660/0/ride-2/> (12/10/16).

Navarrete, Jordi (2000): "Y tu abuela, ¿no nos compra?" *Pc Gamelive* Nº 1, en Barcelona, editorial Publishing Ibérica, pp. 6.

NAVARRETE, Jordi, SÁNCHEZ, Sergi (2001): "Doom III. Miedo, mucho miedo" *Pc Gamelive* Nº20, en Barcelona, editorial Publishing Ibérica, pp. 22-23.

8. Anexos.

8.1 Glosario de palabras pertenecientes al argot del videojuego:

Arcade: Género de videojuegos basado en la superación de niveles cuya dificultad aumenta con el paso de los mismos. Posee variables como número limitado de veces que se puede cometer un error al ejecutar la mecánica, límite de tiempo para superar el nivel y puntuación al final del mismo. Es el género de videojuegos clásico.

Gameplay o jugabilidad: “El conjunto de propiedades que describen la experiencia del jugador ante un sistema de juego determinado cuyo principal objetivo es divertir y entretener de forma satisfactoria y creíble. Ya sea solo o en compañía de otros jugadores” (González Sánchez, Zea y Gutiérrez 2010:66).

Mecánica: “Las mecánicas de juego son la composición específica del mismo, la representación de los datos y los algoritmos. Denominamos mecánicas a las diversas acciones, comportamientos y control de mecanismos de los que dispone el jugador dentro del contexto de juego. Junto con el contenido del juego (los niveles, las posesiones, etc.), las mecánicas soportan la dinámica general del juego” (LeBlanc, Hunicke et al. 2004:2).

Modder: Profesional dedicado a adaptar la programación a aspectos gráficos del videojuego.

Ludología: Análisis del videojuego desde perspectivas ajenas al mismo, como por ejemplo las ciencias sociales o cualquier área del conocimiento.

RPG: Género de videojuegos donde se encarna el rol de un personaje.

Retro: Corriente del mundo de los videojuegos que se caracteriza por el aprecio y el afán coleccionista de videojuegos y consolas obsoletas.

Shoot'em-up o shooter: Género de videojuegos basado en el control de un personaje el cual debe acabar con el resto de objetos que aparecen en pantalla. Este género de videojuegos evoluciona en diferentes variantes del mismo género según los avances tecnológicos que permiten otros puntos de vista o el desarrollo de otros tipos de enemigos o mecánicas.

8.2 Corpus de revistas físicas analizadas. Selección:

Nombre	Año/s	Total Números	Nº seleccionados	Editorial	Tipología
<i>ALT Magazine</i>	2007- 2008	7	5, 2, 1, 4.	Desconocida	Independiente
<i>Club Nintendo</i>	1989- 1995	33	6, 9, 2, 24, 19, 14, 29, 26, 33.	Nintendo Co. Ltd.	Empresa desarrolladora
<i>DC Magazine</i>	2000	7	10, 9, 8, 3.	MC Ediciones S.A.	Gran editorial
<i>Dreamplenet</i>	1999- 2001	18	10, 8, 4, 14, 12, 13.	Editorial Aurum	Gran editorial
<i>Edge</i>	2006- 2009	36	1, 4, 7, 21, 22, 20, 35, 34, 33.	Globus Comunicación S.A.	Gran editorial
<i>EGM</i>	2001	4	1, 2, 3, 4.	América Ibérica	Pequeña editorial
<i>Game Over</i>	1998- 1999	2	1, 2.	Prensa técnica S.L.	Pequeña editorial
<i>PC Gamelive</i>	2000- 2006	45	2, 4, 8, 23, 18, 20, 36, 38, 27, 42, 40, 41.	Freeway Ediciones	Gran editorial
<i>Games World</i>	2000- 2002	13	12, 10, 3, 5.	MC Ediciones, S.A.	Gran editorial
<i>Games-Consolas</i>	1993	3	1, 2, 3.	F&G Editores, S.A.	Pequeña editorial
<i>GamesTech</i>	2002- 2003	12	12, 4, 10, 1.	Ares Informática	Pequeña editorial
<i>GameType</i>	2001-	18	7, 5, 2, 15, 18,	Megamultim	Pequeña

	2004		17.	edia S.L.	editorial
<i>HiTech</i>	1995	7	3, 7, 1, 2.	Hobby press, S.A.	Gran editorial
<i>Hobby Consolas</i>	1991- 2008	200	4, 2, 3, 15, 22, 21, 32, 35, 28, 43, 41, 39, 57, 54, 63, 67, 66, 73,88, 83, 82, 98, 100, 91, 111, 107, 108, 115, 122, 118, 133, 126, 128, 143, 137, 138, 146, 150, 147, 160, 159, 156, 172, 169, 174, 181, 184, 186, 197, 194, 199.	Hobby Press, S.A.	Gran editorial
<i>Hobby PC</i>	2001	4	1, 2, 3, 4.	Gráficas Estrella, S.A.	Pequeña editorial
<i>Juegos y Cia</i>	1999- 2001	15	10, 14, 1, 15, 17, 18.	Desconocida	Independi ente
<i>Kult</i>	2006	5	0, 1, 3, 4.	Snow Planet Base S.L	Pequeña editorial
<i>Loading</i>	1999	12	11, 5, 8, 2.	Ares Informática S.L	Pequeña editorial
<i>Magazine 64:</i>	1998- 2001	43	8, 11, 3, 24, 16, 19, 29, 32, 34, 39, 37, 38.	MC Ediciones S.A.	Gran editorial
<i>Marca Player</i>	2008- 2012	46	1, 7, 3, 14, 22, 18, 28, 27, 32,	Unidad Editorial,	Gran editorial

			46, 45, 39.	Revistas S.L.U.	
<i>Mega Sega</i>	1993- 1994	22	5, 4, 3, 15, 19, 16.	EMAP Images	Pequeña editorial
<i>MegaCons olas</i>	2002- 2012	4	06, 28, 43, 68.	Estrenos 21 S.L.	Pequeña editorial
<i>MegaForc e</i>	1991- 1994	25	4, 10, 5, 14, 21, 23.	Ediciones Primarea S.A.	Pequeña editorial
<i>N-Gamer</i>	2007- 2009	19	12, 10, 8, 16, 13, 17.	Globus Comunicación, S.A.	Gran editorial
<i>Nintendo Acción</i>	1992- 2011	228	11, 6, 7, 24, 19, 18, 25, 34, 32, 47, 37, 41, 54, 50, 59, 64, 71, 68, 78, 77, 79, 93, 96, 90, 102, 107, 98, 113, 112, 120, 122, 124, 123, 143, 139, 144, 154, 147, 152, 157, 165, 163, 176, 170, 178, 186, 191, 184, 194, 200, 193, 209, 213, 212, 227, 220, 225.	Hobby Press, S.A.	Gran editorial
<i>Ok Consolas</i>	1992- 1993. Un número del 2000.	26	7, 4, 5, 13, 24, 17.	Larpresa S.A.	Pequeña editorial

<i>OK Super Consolas</i>	1992-1994	19	18, 9, 8, 22, 25, 21.	Nueva Prensa, S.A.	Pequeña editorial
<i>Para incondicionales de los videojuegos PC</i>	2004	2	1, 2.	Global Press Media, S.L.	Pequeña editorial
<i>PC Life</i>	2005-2006	17	5, 4, 1, 15, 13, 16.	Editorial Aurum, S.L.	Gran editorial
<i>PC Fun</i>	1999-2000	12	8, 9, 1, 6.	Freeway Ediciones	Gran editorial
<i>PC-Player</i>	1995-1998	10	7, 11, 31, 4.	Abeto Editorial	Pequeña editorial
<i>PlanetStation</i>	1998-2004	64	1, 6, 12, 13, 24, 32, 35, 25, 36, 45, 44, 42, 56, 57, 50, 62, 61, 64.	Editorial Aurum S.L.	Gran editorial
<i>PlayMania</i>	1999-2010	122	11, 9, 2, 24, 20, 21, 33, 27, 36, 46, 39, 37, 52, 55, 57, 72, 70, 68, 82, 75, 81, 87, 95, 93, 107, 108, 106, 119, 118, 110, 127, 125, 134.	Hobby Press S.A.	Gran editorial
<i>PlayStation Max</i>	1999	4	1, 2, 3, 6	MC Ediciones, S.A.	Gran editorial
<i>PlayTop</i>	2000	6	2, 3, 5, 6.	Prensa de Hoy, S.L.	Pequeña editorial

<i>Pocket Boy</i>	2001	3	3, 5, 7.	Editorial Aurum, S.L.	Gran editorial
<i>Pocket Games</i>	2000	3	1, 2, 3.	Prensa Técnica S.L	Pequeña editorial
<i>Press Start</i>	2006	2	4, 6.	Editorial Soto, S.L.	Pequeña editorial
<i>PSM</i>	1999-2001	26	11, 3, 1, 16, 17, 19.	MC Ediciones S.A.	Gran Editorial
<i>PSX Magazine</i>	1996-2003	78	6, 4, 7, 20, 15, 24, 27, 31, 35, 44, 42, 43, 60, 49, 57, 68, 69, 67, 74, 78, 73.	Ediciones Zinco Multimedia.	Gran editorial
<i>PSX Power</i>	1994-2000	27	13, 26, 34, 2, 29, 10.	Ediciones Zinco S.A.	Gran editorial
<i>Ready</i>	2002	5	1, 2, 5, 4.	Ares informática S.L.	Pequeña editorial
<i>Retro Games Collectors</i>	2005	3	1, 2, 3.	Desconocida	Independiente
<i>RetroGames</i>	2003	2	1, 2.	Megamultimedia S.L	Pequeña editorial
<i>Revista Oficial Dreamcast</i>	2000	19	8, 1, 3, 16, 15, 14.	Hobby Press S.A.	Gran editorial
<i>Revista Oficial Playstation</i>	2001-2012	131	3, 2, 9, 13, 17, 20, 29, 26, 27, 44, 45, 43, 55, 53, 51, 66, 67, 68, 74, 80, 81, 86, 91, 94,	Ediciones reunidas S.A.	Gran editorial

			112, 118, 116, 127, 126, 128.		
<i>Screen Fun</i>	1999- 2001	21	11, 12, 3, 21, 17, 14.	Heinrich Bauer Ediciones, S.L.	Pequeña editorial
<i>Sega XS</i>	1993- 1994	4	1, 2, 3, 5.	Avantgarde publicaciones S.L.	Pequeña editorial
<i>Star-T</i>	2010	2	1, 2.	Desconocida	Independiente
<i>Super Consolas</i>	1992	5	1, 2, 3, 5.	Nueva Prensa S.A.	Pequeña editorial
<i>Super PC</i>	1993- 1996	37	5, 4, 7, 21, 18, 13, 32, 36, 37.	Distribuciones periódicas S.A.	Gran editorial
<i>Super XS</i>	1993- 1994	3	1, 2, 3.	Avantgarde Publicaciones , S.L.	Pequeña editorial
<i>Super Juegos</i>	1992- 2009	177	8, 4, 12, 18, 13, 20, 25, 34, 33, 42, 41, 40, 56, 60, 54, 64, 68, 70, 84, 77, 74, 90, 93, 95, 103, 98, 105, 117, 120, 109, 121, 125, 129, 133, 141, 143, 178, 177, 168, 181, 191, 189.	Ediciones Mensuales S.A./ Ediciones Reunidas S.A./	Gran editorial
<i>The game Mag</i>	2004- 2005	4	1, 2, 3, 4	Desconocida	Independiente

<i>TodoSega</i>	1993-1997	34	1, 7, 8, 23, 14, 20, 26, 33, 34.	Hobby Press S.A.	Gran editorial
<i>Top Games</i>	2001-2002	5	10, 11, 9, 12	Ediciones Minaya S.L.	Pequeña editorial
<i>Top Juegos</i>	1999-2000	13	4, 10, 6, 11.	MC Ediciones, S.A.	Gran editorial
<i>Última Generación</i>	1995-1996	12	9, 3, 12, 7.	MV Editores, S.L.	Pequeña editorial
<i>Video & Games</i>	1994	2	1, 2.	MV Editores, S.L.	Pequeña editorial
<i>V-Juegos</i>	2005	5	5, 2, 6, 3.	Vodafone	Multinacional
<i>XB Magazine</i>	(2002-2005)	18	5, 15, 22, 38, 37, 36.	Publicaciones informáticas MKM	Revista independiente
<i>Xbox 360 Revista Oficial</i>	2006-2010	35	7, 5, 1, 24, 22, 16, 31, 28, 25.	Recoletos Grupo de Comunicación S.A.	Revista independiente
<i>Xbox Revista Oficial</i>	2002-2006	33	1, 18, 19, 20, 25, 24, 34, 35, 37.	MC Ediciones S.A.	Gran editorial
<i>Presura</i>	2015-2016	19	5, 8, 11, 14, 16, 18	Ninguna	Independiente

8.3 Referencias a pie de página:

1. Véase artículo de LLAMBIAS, Anna (2016): “Entrevista Katsuhiro Harada, padre de la saga Tekken”, *El País*. Disponible en internet (08/10/2016).

http://ccaa.elpais.com/ccaa/2016/10/07/catalunya/1475854541_386713.html

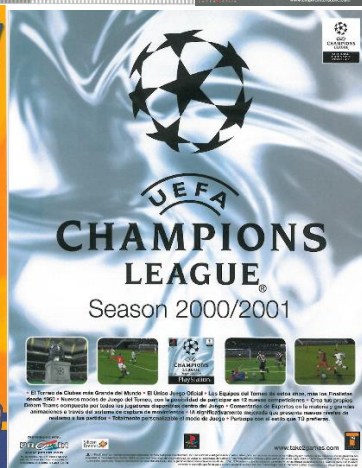
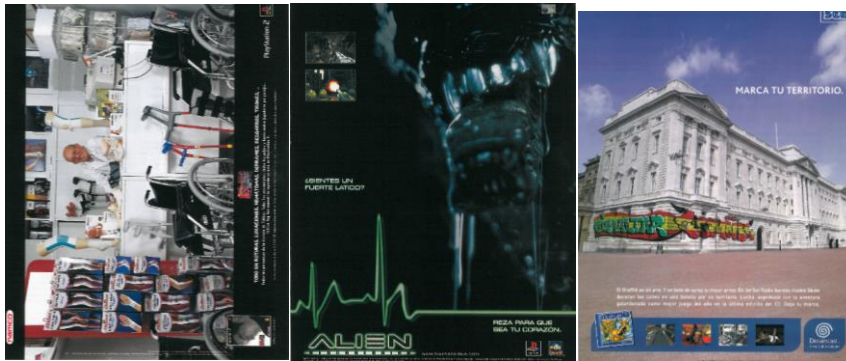
2. Es el caso, por ejemplo, de *Hobby Consolas*, que posee canal de Youtube y página web propia: <http://www.hobbyconsolas.com/> y <https://www.youtube.com/user/HobbynewsTV>.

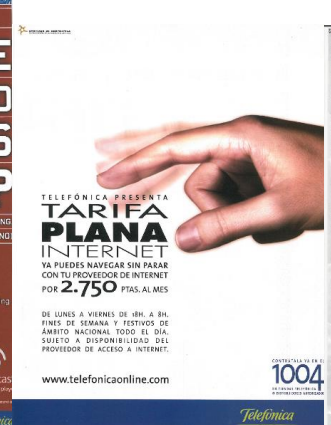
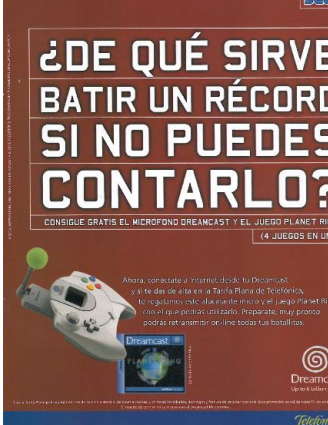
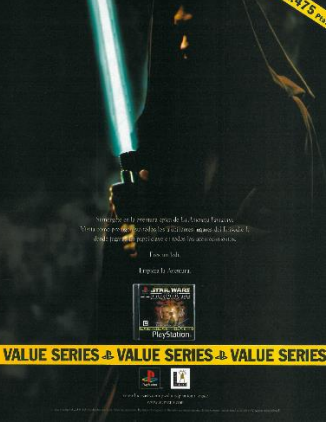
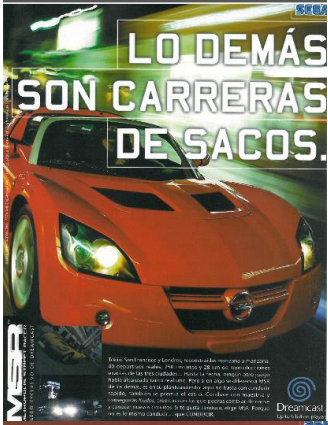
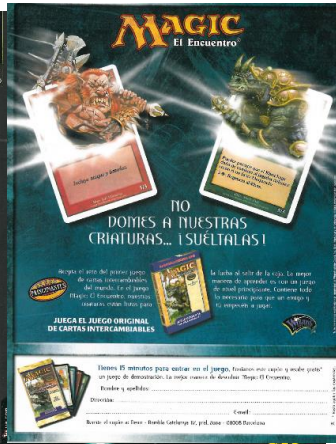
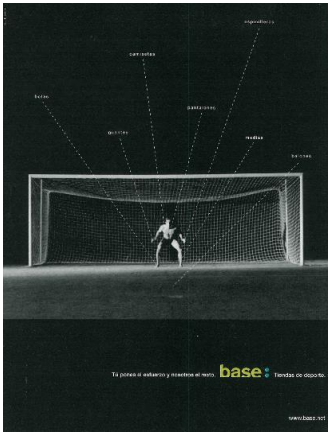
3. <http://store.steampowered.com/about/>

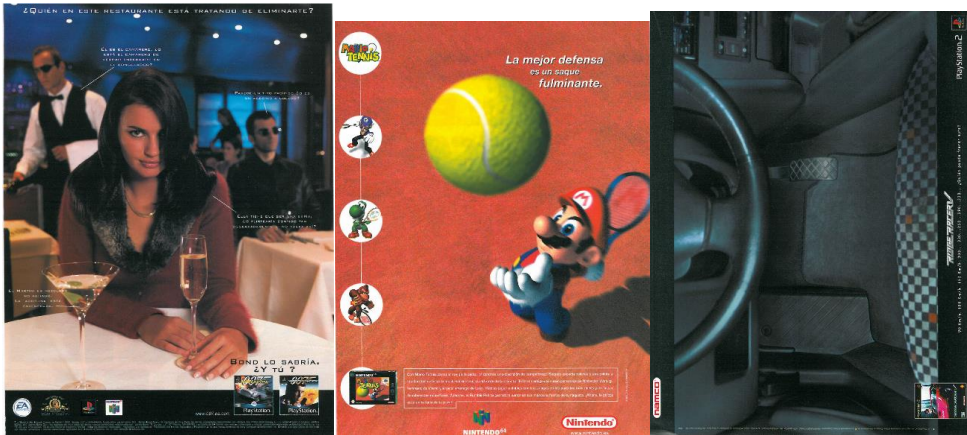
4. <https://unity3d.com/es/unity>

9. Publicidad del N° 111 de *Hobby Consolas*, Año 2000. Editorial: Hobby Press S.A.:









The collage consists of several distinct advertisements:

- flexigames JOYTECH:** Promotes "¡Entra en la realidad!" with products like "Volante Jordan" and "Motoe Bilko".
- Los mejores productos para tu consola:** A yellow-themed ad listing various accessories like "PROTECT & LIGHT", "GAME STATION 2", and "TOP DRIVE OF" for Game Boy and PlayStation 2.
- Expertos en Informática y Videojuegos:** A grid of various video game titles and accessories with prices.
- Pedidos por Internet:** A grid of PlayStation 2 games available for online ordering.
- Atención al cliente:** A grid of PlayStation 2 games with a customer service number (902 17 18 19).
- Estos son nuestros centros:** A grid of store locations across different regions.
- ¿TE FALTA ALGUNO...? HOBBY:** An advertisement for a magazine or website selling game-related items.
- PlayStation 2 MIDNIGHT CLUB STREET RACING:** A large advertisement for the game, featuring a yellow sports car and the text "RÁPIDAMENTE ENCONTRARÁS UN CLUB DE MEDIANOCHE QUE SE CONVERTIRÁ EN TU OBSESIÓN NOCTURNA".
- LA MAYOR DISTRIBUIDORA ESPECIALISTA EN VIDEOJUEGOS:** An advertisement for a distributor, listing various game brands like EA, EA GAMES, EA SPORTS, EA SPORTS FC, EA SPORTS FC 2, EA SPORTS FC 3, EA SPORTS FC 4, EA SPORTS FC 5, EA SPORTS FC 6, EA SPORTS FC 7, EA SPORTS FC 8, EA SPORTS FC 9, EA SPORTS FC 10, EA SPORTS FC 11, EA SPORTS FC 12, EA SPORTS FC 13, EA SPORTS FC 14, EA SPORTS FC 15, EA SPORTS FC 16, EA SPORTS FC 17, EA SPORTS FC 18, EA SPORTS FC 19, EA SPORTS FC 20, EA SPORTS FC 21, EA SPORTS FC 22, EA SPORTS FC 23, EA SPORTS FC 24, EA SPORTS FC 25, EA SPORTS FC 26, EA SPORTS FC 27, EA SPORTS FC 28, EA SPORTS FC 29, EA SPORTS FC 30, EA SPORTS FC 31, EA SPORTS FC 32, EA SPORTS FC 33, EA SPORTS FC 34, EA SPORTS FC 35, EA SPORTS FC 36, EA SPORTS FC 37, EA SPORTS FC 38, EA SPORTS FC 39, EA SPORTS FC 40, EA SPORTS FC 41, EA SPORTS FC 42, EA SPORTS FC 43, EA SPORTS FC 44, EA SPORTS FC 45, EA SPORTS FC 46, EA SPORTS FC 47, EA SPORTS FC 48, EA SPORTS FC 49, EA SPORTS FC 50, EA SPORTS FC 51, EA SPORTS FC 52, EA SPORTS FC 53, EA SPORTS FC 54, EA SPORTS FC 55, EA SPORTS FC 56, EA SPORTS FC 57, EA SPORTS FC 58, EA SPORTS FC 59, EA SPORTS FC 60, EA SPORTS FC 61, EA SPORTS FC 62, EA SPORTS FC 63, EA SPORTS FC 64, EA SPORTS FC 65, EA SPORTS FC 66, EA SPORTS FC 67, EA SPORTS FC 68, EA SPORTS FC 69, EA SPORTS FC 70, EA SPORTS FC 71, EA SPORTS FC 72, EA SPORTS FC 73, EA SPORTS FC 74, EA SPORTS FC 75, EA SPORTS FC 76, EA SPORTS FC 77, EA SPORTS FC 78, EA SPORTS FC 79, EA SPORTS FC 80, EA SPORTS FC 81, EA SPORTS FC 82, EA SPORTS FC 83, EA SPORTS FC 84, EA SPORTS FC 85, EA SPORTS FC 86, EA SPORTS FC 87, EA SPORTS FC 88, EA SPORTS FC 89, EA SPORTS FC 90, EA SPORTS FC 91, EA SPORTS FC 92, EA SPORTS FC 93, EA SPORTS FC 94, EA SPORTS FC 95, EA SPORTS FC 96, EA SPORTS FC 97, EA SPORTS FC 98, EA SPORTS FC 99, EA SPORTS FC 100.
- LA MAYOR DISTRIBUIDORA ESPECIALISTA EN VIDEOJUEGOS:** A list of game publishers and brands including EA, EA GAMES, EA SPORTS, EA SPORTS FC, EA SPORTS FC 2, EA SPORTS FC 3, EA SPORTS FC 4, EA SPORTS FC 5, EA SPORTS FC 6, EA SPORTS FC 7, EA SPORTS FC 8, EA SPORTS FC 9, EA SPORTS FC 10, EA SPORTS FC 11, EA SPORTS FC 12, EA SPORTS FC 13, EA SPORTS FC 14, EA SPORTS FC 15, EA SPORTS FC 16, EA SPORTS FC 17, EA SPORTS FC 18, EA SPORTS FC 19, EA SPORTS FC 20, EA SPORTS FC 21, EA SPORTS FC 22, EA SPORTS FC 23, EA SPORTS FC 24, EA SPORTS FC 25, EA SPORTS FC 26, EA SPORTS FC 27, EA SPORTS FC 28, EA SPORTS FC 29, EA SPORTS FC 30, EA SPORTS FC 31, EA SPORTS FC 32, EA SPORTS FC 33, EA SPORTS FC 34, EA SPORTS FC 35, EA SPORTS FC 36, EA SPORTS FC 37, EA SPORTS FC 38, EA SPORTS FC 39, EA SPORTS FC 40, EA SPORTS FC 41, EA SPORTS FC 42, EA SPORTS FC 43, EA SPORTS FC 44, EA SPORTS FC 45, EA SPORTS FC 46, EA SPORTS FC 47, EA SPORTS FC 48, EA SPORTS FC 49, EA SPORTS FC 50, EA SPORTS FC 51, EA SPORTS FC 52, EA SPORTS FC 53, EA SPORTS FC 54, EA SPORTS FC 55, EA SPORTS FC 56, EA SPORTS FC 57, EA SPORTS FC 58, EA SPORTS FC 59, EA SPORTS FC 60, EA SPORTS FC 61, EA SPORTS FC 62, EA SPORTS FC 63, EA SPORTS FC 64, EA SPORTS FC 65, EA SPORTS FC 66, EA SPORTS FC 67, EA SPORTS FC 68, EA SPORTS FC 69, EA SPORTS FC 70, EA SPORTS FC 71, EA SPORTS FC 72, EA SPORTS FC 73, EA SPORTS FC 74, EA SPORTS FC 75, EA SPORTS FC 76, EA SPORTS FC 77, EA SPORTS FC 78, EA SPORTS FC 79, EA SPORTS FC 80, EA SPORTS FC 81, EA SPORTS FC 82, EA SPORTS FC 83, EA SPORTS FC 84, EA SPORTS FC 85, EA SPORTS FC 86, EA SPORTS FC 87, EA SPORTS FC 88, EA SPORTS FC 89, EA SPORTS FC 90, EA SPORTS FC 91, EA SPORTS FC 92, EA SPORTS FC 93, EA SPORTS FC 94, EA SPORTS FC 95, EA SPORTS FC 96, EA SPORTS FC 97, EA SPORTS FC 98, EA SPORTS FC 99, EA SPORTS FC 100.
- GUÍAS TOTALES PARA TUS VIDEOJUEGOS FAVORITOS:** A grid of PlayStation 2 game covers with prices.
- CONCURSO:** A colorful advertisement for a contest with the text "¡TODOS QUIEREN ATRAPAR ESTOS FABULOSOS PREMIOS! ¿LO VAS A PERMITIR?" and "SORTEAMOS 15 JUEGOS Y 15 MOCHILAS".

14. Por orden de colocación, encontramos artículo del N° 17 de *Ok Consolas*, año 1993, editorial: Larpresa S.A., pp. 33, N° 3 de *Club Nintendo*, año 1991, Editorial: Nintendo Co. LTD, pp. 4, *Megaforce* N° 4 de 1991, Editorial: Ediciones Primarea S.A. pp. 16 y N° 1 de *Hobby Consolas*, año 1991, editorial Hobby Press S.A. pp. 22.



15. <http://elblogdemanu.com/entrevista-a-sergio-herrera-mr-karate/>.

16. Modelo de crítica 2: El análisis. Variante 2. Análisis-guía: N° 1 de *Games Consolas*, año 1993, Editorial: F&G Editores, S.A., pp. 38-39.



17. Modelo de crítica 2: El análisis. Variante 3: el preestreno o avance. Artículo en el N° 4 de *GamesTech*, Año 2002. Editorial Ares informática S.L. pp. 11.

FIRST IMPRESSION

SILENT HILL 3

*Bien, bien, bien (^.-~) si habéis sido tan hombres que ninguno de los **Silent Hill** os ha puesto la piel de gallina, pues esta vez lo tendréis difícil, **Konami** nos prepara la tercera entrega de esta espléndida saga de horror.*

Sin duda alguna, los **Silent Hill** se venden muy bien (en este mismo número estábamos comentando sobre **Silent Hill 2** y ahora ya estamos anunciando la nueva entrega). **Konami** parece saber muy bien cómo sacar el provecho de sus títulos, pero además sabe cómo llegar hasta su público. En el último E3 pudimos dar con la noticia del proyecto, pero en el TGS de este otoño fue donde pusieron algunos vídeos de una calidad aceptable y así hemos podido hacernos una idea de cómo será el juego.

La sorpresa es que en esta nueva continuación tendremos a una chica como protagonista, el nombre de la cual es Heather. Un día ella estaba de compras en un centro comercial como cualquier chica joven normal y corriente, sin embargo de repente y sin saber cómo, Heather es atraída hasta un horrible mundo alternativo plagado de criaturas infernales... así es cómo empezará esta intrépida aventura, aunque todavía no se sabe la relación que tiene ella con **Silent Hill**.








De momento, los gráficos que se han podido ver son bastante superiores a los de **Silent Hill 2**, y los FMVs siguen usando la técnica de la animación facial que se estrenó en la entrega anterior, una técnica que hace como si hablaran de verdad los personajes. **Konami** tiene planeado lanzar este **Silent Hill 3** después del 2003, hasta entonces podemos hacernos una preparación psicológica para soportar el juego.

Ryofu
y las fuerzas especiales de Ibiza
denlangrissier@msn.com

La gente de corazón débil, mejor que no juegue a estos juegos O.oU

HEATHER

Estos ambientes de **Silent Hill3** están terriblemente bien logrados. (Uff.. qué siniestro (*o*)U)

18. Modelo de crítica 7: crítica diegética o narrativa. Artículo en el N° 7 de Gametype, Año 2000. Editorial: Megamultimedia S.L. pp. 27.



19. Modelo de crítica 3. La guía. Variante 1: guía-tutorial. N° 1 y N° 2 de Hobby PC, año 2000, Editorial: Multimedia Ediciones S.A., pp. 159 y pp. 397-398.



20. Modelo de crítica 4: La noticia. N° 1 de la Revista oficial de Dreamcast, año 2000. Editorial: Hobby Press S.A. Pp. 7.

El mejor baloncesto del mundo

Nuestra cita con «NBA 2000» será en febrero

La última joya de la factoría Sega Sports está a punto de llegar a España. Se trata de «NBA 2000», un simulador que, por las imágenes que Sega ha enseñado hasta ahora, cuenta con todas las papeletas para convertirse en el mejor juego de baloncesto que haya aparecido nunca en una consola. La pantalla que os mostramos aquí ya apunta alto, pero cuando veáis cómo están animados estos jugadores os sentiréis transportados directamente a la mejor liga del mundo. Palabra.

The image shows a screenshot from the video game 'NBA 2000'. It depicts a basketball game in progress on a court, with several players visible. The game is set in a large arena with a crowd of spectators.

21. Modelo de crítica 3: La noticia: Noticia en el N° 00 de la revista *Kult*, año 2006.

Editorial: Snow Planet Base S.L. Pp. 24.

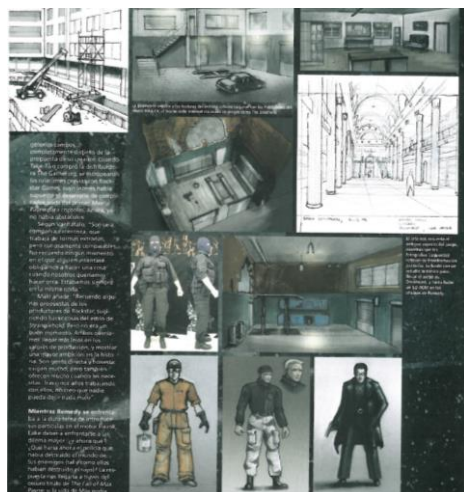


22. Noticia de Meristation, disponible en internet desde: (15/10/2016)

<http://www.meristation.com/noticias/rumor-nintendo-nx-se-presentara-la-semana-que-viene/2153197>

26. Modelo de crítica 7. Comentarios del desarrollador. N° 33 de *Edge*, año: 2009.

Editorial: Globus Comunicación S.A. pp. 71.



28. Modelo de crítica 7: Comentarios del desarrollador. Nº 14 de *Marca Player*, año 2009. Editorial: Unidad Editorial, Revistas S.L.U. pp. 10-19.



ENTREGAS PARA PSP

Ubisoft crea un nexo entre las dos entregas y ofrece la posibilidad de intercambiar información entre PSP y PS3 para conseguir hasta seis nuevas armas.

Así como se anunció en el pasado 'Assassin's Creed II' se anunció también en el pasado 'Assassin's Creed Brotherhood' en la acción de la serie de videojuegos. El juego de acción de Ubisoft, lanzado en noviembre en el PSP, tendrá lugar en Florencia, Italia, por los territorios de la 'Inquisición' que se han convertido en los más peligrosos del mundo. El juego de acción de Ubisoft, lanzado en el PSP, tendrá lugar en Florencia, Italia, por los territorios de la 'Inquisición' que se han convertido en los más peligrosos del mundo. El juego de acción de Ubisoft, lanzado en el PSP, tendrá lugar en Florencia, Italia, por los territorios de la 'Inquisición' que se han convertido en los más peligrosos del mundo.

Assassin's Creed II: Discovery

EZIO SE ENFRENTA A LA INQUISICIÓN ESPAÑOLA EN DS

La portátiles de Nintendo tendrán una versión de jugabilidad 2D y gráficos poligonales ambientada en España, en la que la Inquisición y la conquista de América se reabrirán el protagonismo.

29. Artículo del número 21 de la revista *Edge*, año 2007. Editorial: Globus Comunicación S.A. pp. 104.



El peligro de escribir sobre la dimensión artística de los videojuegos (o sobre su ausencia) en un ensayo que se publica en un medio dirigido a un público generalista presumiblemente poco familiarizado sobre la materia es que no hay espacio suficiente para ilustrar las afirmaciones con ejemplos ni para establecer matices. De ese modo, uno o dos juegos ocupan el lugar de muchos. Luego afrontas un desafío posterior al intentar establecer analogías entre los videojuegos y otros medios —una táctica de probado éxito durante mucho tiempo para atraer a los no iniciados—, porque algunos paralelismos que parecían buenos a primera vista más tarde se revelan fallidos en cuanto te fijas. Por eso es pertinente que los escritores sepan utilizar la analogía correcta.

Un buen ejemplo de las dificultades que los escritores afrontamos lo proporciona un reciente artículo publicado en el prestigioso diario

mite a través de breves películas expositivas que se intercalan a lo largo de la acción. Estas escenas pregrabadas socavan la sensación de implicación —de juego— del consumidor, sensación que es en el fondo el auténtico propósito del videojuego. Los juegos se han convertido en un medio que mira más hacia atrás que hacia delante. Como muchos diseñadores se obsesionan con el lenguaje del cine, no han desarrollado una forma novedosa de contar historias".

Es comprensible que Radosh se refiera a las escenas de video. Después de todo, tanto desarrolladores como jugadores se muestran ambivalentes sobre su papel, su valor y su pertinencia. Sí, como dijo una vez el cineasta Howard Hawk, "una buena película consiste en tres grandes escenas y ninguna mala", mientras la mayoría de títulos posean múltiples escenas entre mediocres y terribles y unas cuantas magníficas, si es que las hay, nadie podría

sino más bien simular una experiencia en la que los elementos narrativos son un componente más. *Halo 3* es más afín a las secuencias de combate de *Salvar al soldado Ryan*, excepto por el hecho de que en vez de ver cómo Tom Hanks o Tom Sizemore toman las decisiones a cada momento, nosotros llegamos a sentir una abstracción del combate dentro de la cual podemos tomar esas decisiones. Como Will Wright dijo durante la conferencia sobre videojuegos en el Bafta de octubre, el énfasis de las historias lineales se centra sobre la empatía, mientras que el énfasis en los medios interactivos descansa en la acción. Nosotros no culpamos a los cuadros por no contarnos historias igual que los tebeos, ni a la danza por no hacerlo como el teatro. Juzgamos a cada medio por sus méritos. Sin embargo, como los jugadores han llegado a ver los juegos como películas, y como los desarrolladores han tomado prestados algunos recursos cinematográficos del cine, algunos acaban confundiendo dos soportes. Esto es una equivocación.

Definir *Halo 3* como "no arte" desde la premisa de que se trata de una historia no demasiado bien contada sería como criticar la película *El silencio de los corderos* por no capturar la vida interior de sus personajes igual de bien que la novela en que se inspiró.

También es erróneo decir que los diseñadores de juegos se han apropiado del lenguaje del cine en vez de inventar uno propio. Después de todo, ¿qué son las barras de salud, los pickups, las recargas de energía, los indicadores de munición y de daños y las pantallas de inventario si no un lenguaje iconográfico? Pero, a diferencia del cine, su función consiste más en soportar nuestra acción que en contarnos una historia.

Y es en esa acción donde encontraremos la dimensión artística de este medio.

No culpamos a los cuadros por no contarnos las historias igual que los tebeos, ni a la danza por no hacerlo como el teatro

The New York Times titulado 'El juego es la cosa. Escrito por Ronald Radosh a propósito del lanzamiento de *Halo 3*, utiliza la gran obra de Bungie como un punto de partida desde el que saltar a la espinosa cuestión de si los juegos son arte. El texto es más analítico y respetuoso que la mayoría de los de su clase. No encontrarás en él faltas de consideración ni exabruptos. Pero insiste en un punto aparentemente indiscutible: que los videojuegos son un medio que cuenta una historia, y cuyo potencial creativo sólo se ve mermado por su imitación esclavista del cine.

Como Radosh escribe: "Muchos juegos aspiran actualmente a ser 'cinemáticos' por encima de cualquier otra consideración. En *Halo 3*, como en la mayoría de juegos, la trama se trans-

sorprenderse demasiado de que los juegos que optan por contar historias sean percibidos como arte. En parte por eso me siento tan solidario con esta afirmación de Radosh: "Los juegos que más se han acercado a alcanzar el estatus artístico suelen ser no narrativos: abstracciones de luz y sonido, caprichosos juguetes virtuales o aventuras salpicadas de puzzles que subvierten la sensación de espacio, tiempo y física del jugador" porque yo he sentido eso muchas veces ante ciertos juegos con una historia minimalista del estilo de *Rez*, *Ico* y el reciente *Portal*.

Aun así, Radosh comete un error al asumir que la dimensión artística de los videojuegos que cuentan historias reside en su guión. La función de un juego no es contar una historia,

si no más bien simular una experiencia en la que los elementos narrativos son un componente más. *Halo 3* es más afín a las secuencias de combate de *Salvar al soldado Ryan*, excepto por el hecho de que en vez de ver cómo Tom Hanks o Tom Sizemore toman las decisiones a cada momento, nosotros llegamos a sentir una abstracción del combate dentro de la cual podemos tomar esas decisiones. Como Will Wright dijo durante la conferencia sobre videojuegos en el Bafta de octubre, el énfasis de las historias lineales se centra sobre la empatía, mientras que el énfasis en los medios interactivos descansa en la acción. Nosotros no culpamos a los cuadros por no contarnos historias igual que los tebeos, ni a la danza por no hacerlo como el teatro. Juzgamos a cada medio por sus méritos. Sin embargo, como los jugadores han llegado a ver los juegos como películas, y como los desarrolladores han tomado prestados algunos recursos cinematográficos del cine, algunos acaban confundiendo dos soportes. Esto es una equivocación.

Definir *Halo 3* como "no arte" desde la premisa de que se trata de una historia no demasiado bien contada sería como criticar la película *El silencio de los corderos* por no capturar la vida interior de sus personajes igual de bien que la novela en que se inspiró.

También es erróneo decir que los diseñadores de juegos se han apropiado del lenguaje del cine en vez de inventar uno propio. Después de todo, ¿qué son las barras de salud, los pickups, las recargas de energía, los indicadores de munición y de daños y las pantallas de inventario si no un lenguaje iconográfico? Pero, a diferencia del cine, su función consiste más en soportar nuestra acción que en contarnos una historia.

Y es en esa acción donde encontraremos la dimensión artística de este medio.

N'Gai Croal escribe sobre tecnología en la revista Newsweek. Puedes encontrar su bitácora en la dirección blog.newsweek.com/blogs/levelup/

8.4 Entrevista a David Sanz Verjano:

Pregunta 1: Pienso que la percepción que se tiene del videojuego viene dada por la industria del videojuego y por la prensa especializada. Una de nuestras hipótesis es que el videojuego es visto como producto debido a la cultura del ocio y del entretenimiento en la que nos envuelve el mercado, porque vender el videojuego como producto de ocio de cara al consumo masivo es más rentable que venderlo como obra de culto. El acercamiento a la crítica del videojuego y su análisis pretende arrojar algo de luz sobre cómo se percibe el videojuego por sus especialistas, por qué la crítica de videojuegos en su gran mayoría está enfocada al entretenimiento y conocer si hay algún tipo de relación entre las editoriales y las grandes compañías dedicadas a la industria del videojuego.

Respuesta: Te contaré lo que yo he vivido. Para mí el problema del mundo del videojuego, por lo menos hasta hace tiempo, es cómo se genera. Creo que hay un momento, en el que cualquier medio de comunicación especializado tiende en una dirección. El problema que para mí ha habido es que hubo una tremenda dependencia del medio publicitario por parte de las casas, lo que impedía ser muy objetivos. Las casas hacían su trabajo, que es presionar, esto no ocurre sólo en el mundo del videojuego, ocurre en todos los medios, queda más en la elección del periodista o en el dueño del medio enfocarse de una manera más o menos crítica, es una elección más que otra cosa.

Es verdad que al depender tanto en la época en la que el videojuego no era tan masivo, la dependencia y las inversiones de las casas de los videojuegos era más grande, no como ahora que hay muchos más productos que se publicitan y es lo que te da en cierta medida la independencia, pero como ya te he dicho, esto ocurre en cualquier medio. Para mí es un tema más cercano a la elección del medio, yo te digo mi experiencia, lo que yo he dirigido o he colaborado. Cuando yo he colaborado con medios, nunca me han dado una directriz de subir la nota a algún juego por parte de dirección cuando colaboraba. Cuando yo dirigía notaba más la presión de las casas, del director de marketing en cuestión, notas más la presión, pero esto es un “ten con ten”, forma parte del trabajo de liderar una publicación. Puedes ser más o menos objetivos pero está en tu responsabilidad. A partir de ahí, si me preguntas por las críticas, yo pensaba que las críticas estaban bien con las antiguas *Hobby Consolas*, *Microhobby*, *Micromanía* antigua... ahí se necesitaba un guía. En cuanto hay un boom de blogs, vídeos online, es

verdad que las casas mismas, entre las casas y lo que se denominó en su momento web 2.0, los medios tienen cada vez más menos sentido. Me explico: no quiero decir que los medios no tienen que existir, hay tanta presencia de marca y tanta presencia de contenidos troceados que cuando llega la salida del juego ya lo has visto todo. Las casas un año antes empiezan a soltar *teasers*³⁰, lo que antes se resolvía tres meses antes con un anuncio, tres pequeñas pantallas, una *preview*³¹, una *review*³², tráiler y un evento, ahora se multiplica por doce mil. [...]

Creo que la gente no es tonta, la gente compra lo que quiere, y cuando llega a comprar pues compra lo que quiere; si quiere comprarse *Call of Duty* se lo va a comprar. El tema de las revistas y de los prescriptores se basan más en el gasto de la “clase media” de los videojuegos que en los videojuegos *top*³³. El que juega *Fifa* siempre va a comprarlo, el que juega *Call of Duty* siempre va a comprarlo. El que juega *E-Sports*³⁴ va a trabajar *League of Legends* o el *DOTA*, es decir, los *top* siempre se van a vender, tienen que ser un fracaso muy grande para no vender. Al final no creo que las revistas sean necesarias en videojuegos *top*, si en el año se lanzan pongamos por ejemplo, cien juegos, de los cinco o seis que son *top*, por mucho que le digas que es muy malo, si lo quiere jugar se lo comprará. Pienso que el tema de la variación de compra de videojuegos en el que inciden las revistas está en la clase media de esos videojuegos. [...]

Las casas ya tienen sus propios canales de comunicación en la red, al final ya ves el juego, la única diferencia es que no puedes jugarlo, pero lo ves. Ahora cuando llega el juego estás harto de ver cómo es el juego, no sé hasta qué punto se necesita que alguien te haga una *review*. A partir de aquí, pienso que el mundo de los medios online deberían ir más por la senda del *entertainment*, es decir, mucho más contenido de vídeo, de tv shows, de reportajes... deberían ir más por el tema viral que por la crítica. Primero porque, como digo, cada vez es menos necesario, porque a las casas no les interesan que critiquen sus juegos.

P 2: *Marca Player* fue una revista que nació con Internet ya establecido en los hogares. ¿Cuál fue la clave para mantenerse tantos años ante esta gran competencia gratuita?

³⁰ Vídeo promocional de corta duración sobre un videojuego.

³¹ Noticia previa al estreno de un videojuego.

³² Noticia de un videojuego que acaba de estrenarse.

³³ Videojuego perteneciente a una gran empresa desarrolladora muy publicitado. que suele alcanzar grandes cifras de ventas y un gran número de adeptos.

³⁴ Videojuegos de carácter competitivo que se practica *online* y en equipo.

R: A ver, cuando se lanzó *Marca Player*, la cual duró cuatro años, aunque yo pienso que podría haber durado más, nos encontramos con un problema que no era del mercado, era un problema de la compañía que la estaba editando. La revista no era mejor o peor en ventas, se decidió hacer un cambio, adquirimos la licencia de *IGN* en España, fue un cambio de estrategia motivado por motivos internos de la compañía. Creo que *Marca Player*, no me quiero comparar con las grandes porque soy fan de las mismas, pero al principio *Marca Player* consiguió algo, nosotros empezamos a hacer un mercadillo benéfico antes de que existiese *Juegaterapia*³⁵, conseguimos que gente de otros medios, gente de la competencia vino a ayudar. Intentamos ser la publicación amable, dimos entrada a blogueros, a gente satírica, a competencia, a portales online y gente de la competencia directa del grupo en el que editábamos. Esto lo hicimos bien, a partir de ahí intentamos hacer algo diferente, que pudimos hacer mejor, pero proporcionamos unos contenidos lo suficientemente variados para no encasillarnos en la revista típica de videojuegos. Tuvimos bastantes sinergias, por ejemplo un programa de televisión. Los cuatro años que funcionamos, funcionamos muy bien. [...]

Creo que durante muchos años (aquí habla de la opinión y de las críticas) nos hemos creído más de lo que éramos, creo que la opinión está de más, a día de hoy, con la cantidad de información que tiene el usuario creo que la opinión sobra, otra cosa es la opinión que tengamos sobre cosas que pasan, como por ejemplo la política de *Dlc's*³⁶, este es un tema que deberíamos debatir porque me parece injusto hacia el usuario. Hay grandes temas que deberíamos debatir, pero si el juego es mejor o peor, creo que el usuario es suficientemente inteligente a nivel nativo. Cuando alguien tenía que aprender a jugar a una consola puede que tuviera su sentido, pero actualmente, un chaval nace y sabe utilizar todos los aparatos electrónicos, no sé hasta qué punto es necesario que le enseñemos nada.

P 3: Como profesional en el mundo de la prensa del videojuego, también serás un gran aficionado a estos productos culturales. ¿Cuál es tu visión de los videojuegos? ¿Qué es el videojuego para ti: Un simple entretenimiento, lo ves como algo que puede aportarte algún tipo de conocimiento social/cultural o que pueda hacerte reflexionar? ¿Clasificarías al videojuego como un nuevo tipo de arte?

³⁵ Fundación que nació en el año 2010 con el objetivo de animar a niños enfermos de cáncer con la ayuda de videojuegos.

³⁶ Contenido descargable que suele ser de pago perteneciente a videojuegos ya en venta.

R: Yo creo que el videojuego es una obra de arte. Nacieron como un entretenimiento simplemente, no creo que quisieran cambiar el mundo mental de la gente, creo que fueron un entretenimiento, experiencial más que otra cosa y ha ido evolucionando hacia la obra de arte que puede influir a nivel social muchísimo, como el cine o la literatura. Al final creo que uno de los mayores errores que ha habido durante muchos años es creer que el videojuego es eso que se compra en Navidad para tu hijo y cosas de ese tipo. Creo que hay que tenerlo en cuenta como es: una demostración artística, una demostración de pensamiento actual y de entretenimiento actual, un modo de expresión muy experiencial, estás viviendo lo que estás jugando.

P 4: ¿Piensas entonces que la evolución tecnológica ha permitido la evolución del videojuego?

R: Sí. La posibilidad de hacer otro tipo de narrativas ha ayudado. Antes no podías demostrar los sentimientos de los personajes, no tenías la posibilidad de hacer narrativas diferentes, la tecnología ha ayudado muchísimo y seguirá ayudando.

P 5: ¿Estás al tanto de revistas de videojuegos de un carácter más cultural o crítico, como por ejemplo, *Presura*? (Explicación sobre *Presura*). ¿Crees que la forma en la que se muestra un videojuego puede afectar en su número de ventas? ¿El enfoque que se utiliza a la hora de mostrar un videojuego puede afectar a sus ventas?

R: En la clase media de los videojuegos puede afectar. Desde mi punto de vista, que se hable en una revista de cómo se ha registrado en *Assasin's Creed* la época de Rusia, diré que genial, me encanta como cultura general pero me da igual, la experiencia no me la va a cambiar si Rusia no está bien representada, a no ser que sea ruso y me sienta ofendido. Puede afectar si hablas mal de un videojuego de clase media, si hablas mal de un videojuego de clase media lo puedes destrozar, aunque a día de hoy se han democratizado los precios que hay videojuegos de 5 euros *indies*, o juegos de 10 euros *indies*, juegos de 10 euros de grandes compañías, juegos grandes, ampliaciones con *Dlc's*, las versiones *Ultimate*³⁷, un montón de cosas que al final depende. Es lo que te digo, lo que no podemos pensar es que por criticar un juego de 20 euros que lo haya hecho una gran compañía y ensalzar otro juego que por estar hecho con píxeles. Con el tema *indie* hay que tener mucho cuidado. Los videojuegos *indie* están muy bien,

³⁷ Versión de un videojuego completo. Incluye el videojuego original y todos los contenidos descargables.

demuestran que cualquiera puede aportar valor a este negocio, algo que me parece muy positivo y me parece genial que las grandes plataformas se hayan decidido a potenciar la llegada de desarrolladores jóvenes y sin tantos recursos como las grandes compañías, pero también es verdad que hay que tener en cuenta que no se puede comparar, por ejemplo a *Limbo*, un videojuego muy interesante que está muy bien, muy bien hecho, con un *GTA*, creo que es una aproximación diferente, en el caso de *Limbo* puede darse el caso de que haya gente a la que le guste la estética, pero no creo que el juego sea mejor o peor, porque al final *Limbo* es un juego que juega con la física. Yo creo que al final depende lo que te guste, hay plataformas que te pueden ayudar a decidir.

P 6: Sé que formasteis también el equipo de la revista oficial de Xbox 360. Aunque fuera un sendero paralelo al seguido en Marca Player, ¿fue una experiencia diferente a la vivida en esa revista? ¿Cómo es eso de trabajar para una empresa desarrolladora?

R: Sí, trabajas de la mano de la editora, de Microsoft. Teníamos un plan de contenido que venía indicado por la parte internacional y después había menos margen de maniobra, es diferente.

P 7: Las revistas “no oficiales”, también llamadas “independientes” solían criticar mucho la falta de rigurosidad de las revistas oficiales, ¿qué tiene esto de cierto? si un videojuego no era del todo “bueno”, ¿teníais que “resaltar” sus virtudes y “pasar por alto” sus defectos?

R: A ver, eso es como todo. Si trabajas para *Volkswagen*, todo lo que tenga que ver con tu empresa tendrás más cuidado. Pero una cosa es eso y otra faltar a la verdad o a la rigurosidad. Quien te diga que trabaja en *Volkswagen* y publica estudios en contra de esa marca te está mintiendo, otra cosa es que sea crítico con su propia compañía, pero una cosa es ser crítico y constructivo y otra cosa es hacer eso. Yo no creo que se diferenciaron tanto, lo que sí pienso es que las revistas oficiales tenían unos recursos que costaban un dinero y las revistas oficiales no, entonces las revistas no oficiales podían tener un plan de contenidos diferente, amoldado a sus necesidades y las revistas oficiales podían tener contenidos en exclusiva, como por ejemplo un *dvd* con la revista, que esto costaba un dinero, tenías que pagarle a las compañías y a cambio de esto tenían más contenido. No creo que las revistas oficiales fueran menos rigurosas que revistas no oficiales, porque conozco a todos los profesionales que han trabajado en revistas oficiales son muy grandes profesionales.

P 8: ¿No piensas que el análisis del videojuego en el pasado estaba incompleto con respecto a que no muestra su plano cultural?

R: Es que antes era lo que se demandaba. La gente evoluciona, el modelo de análisis clásico, que no es malo, pienso que se ha quedado obsoleto y que hay que ir evolucionando a modelos diferentes. Aun así, a día de hoy con tanta información por parte de las compañías, creo que no es importante. Ya no es un elemento crítico, antes la revista *Edge*, te ponía un cinco y te hundía, ahora ya no es así. Por ejemplo, *Star Wars Battlefront* tiene muchísimos problemas de desarrollo, se ha vendido mucho y ha tenido muchas críticas, aunque tenga muchas carencias. No vende menos porque es un juego *top*, eso te podría pasar con un juego de clase media. Los juegos de clase media necesitan ese apoyo. No se presta tanta atención a videojuegos de clase media como a los *top*, entonces o empoderamos al *indie* como máximo exponente de la creatividad mundial, que siendo sinceros hay muchos videojuegos *indies*, de los cuales muy pocos son creativos, de la clase media nos olvidamos y los *top* los criticamos o no según los periodistas.

P 9: ¿La presión ejercida cuando fuiste director por las desarrolladoras era muy grave? ¿Escribíais sobre los videojuegos que la editorial os dictaba? ¿Vosotros elegíais los videojuegos?

R: Nosotros escogíamos los juegos, lo que pasa que hay un plan de lanzamiento, si sale un juego tienes que hablar de él pero no porque te obliguen, sino porque es noticiable.

P 10: ¿Las revistas de videojuegos eran un eslabón más de la cadena publicitaria de los videojuegos? Me refiero a que los medios que tenían los videojuegos para publicitarse era la prensa especializada.

R: Sí. Al final era un soporte más para ellos.

P 11: ¿Se realizaba el contenido siguiendo algún patrón establecido? Es decir, ¿Tenían las críticas o análisis que ser de algún modo? ¿O por el contrario, el redactor tenía total libertad para escribir?

R: No sé, creo que cada revista tenía su “librillo”. Si sale un juego se hace una noticia o un artículo.

P 12: Como investigador del ámbito de ciencias audiovisuales y aficionado al mundo del videojuego, observo que el videojuego queda un poco denostado al ser tratado en la mayoría de revistas físicas y portales de internet como un mero producto de entretenimiento. Suponemos que esto es así porque el público objetivo de la revista y de estos portales es un público en busca de ocio y no en busca de otro tipo de contenido. Queda bastante claro en algunas de tus editoriales que lo que queréis ofrecer es el mejor ocio multimedia, pero ¿qué piensas personalmente sobre que el videojuego sea tratado de esta forma? ¿Crees que si el videojuego fuera tratado desde un aspecto crítico/cultural tendría el mismo éxito que tiene siendo tratado como un producto de entretenimiento? Dicho de otra forma: ¿Es una de las claves del éxito de esta industria que el videojuego sea servido como un culmen de diversión?

R: Como dije anteriormente, las personas van evolucionando. Hasta que se empieza a crear todo este movimiento alrededor de la cultura del videojuego no se empieza a visualizar de esta forma. El videojuego es entretenimiento, no nos engañemos. El cine se crea por dos motivos, para hacer propaganda y para sacarnos de la realidad. El videojuego es un entretenimiento, a partir de ahí: entretiene, sí. ¿Ha conseguido evolucionar hasta tal punto que hay una gran variedad de los mismos? Gracias a dios también se ha conseguido esto, que haya por ejemplo una cultura que gira alrededor del videojuego como arte, al igual que videojuegos capaces de reflejar los problemas de la sociedad. Pero repito, esto es una evolución, por ejemplo, el *Pang*, el *Ping-Pong* o el *Snake*, no eran una expresión de creatividad ni eran una denuncia sobre, en el caso de *Snake*, los animales que morían... es un simple juego para divertirse. Lo que pasa que al evolucionar la tecnología para expresar ideas todo evoluciona. Un ejemplo es *Grand Theft Auto*: cuando era vista cenital simplemente era conducir, matar, etc. Ahora mismo te cuenta una historia, las motivaciones de los personajes... se da una evolución. Cuando lleguen los videojuegos masivos en VR³⁸ pues más todavía, porque no solo estarás jugando, sino que formarás parte de la experiencia, podrás generar más elementos alrededor de la misma.

³⁸ Videojuegos a los que se juega con dispositivos de realidad virtual.