

LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS Y LA INTENCIONALIDAD DE SUS MENSAJES

Una aproximación desde la metodología estructural

Hipótesis

1. El videojuego dirige a la sociedad como un medio de comunicación de masas.
2. Existencia de una estructura de poder que coarta la libertad productiva del videojuego.
3. El videojuego es un medio de propaganda moderno

Objetivos

1. Servir a la comunidad universitaria presentando al videojuego como un nuevo canal de comunicación de masas y objeto de estudio por parte de los teóricos de la comunicación.
2. Ayudar al colectivo de jugadores para que desarrollen una actitud crítica frente a los mensajes transmitidos a través del videojuego

Metodología

Tratamiento del videojuego enmarcado en las industrias culturales y en la Economía Política de la Comunicación. Análisis de los mensajes del videojuego en relación a la mujer y Oriente Medio.

Resultados

1. El videojuego es un medio de propaganda que dirige a la sociedad
2. Las empresas no coartan la libertad productiva

Conclusiones

El videojuego es un producto cultural que, al igual que el cine o la literatura, se ha visto impregnado de la realidad que le rodea. Es el reflejo de la sociedad y de los intereses estructurales de las grandes compañías, de la estructura patriarcal y de Occidente por mantenerse en la cúspide del poder.

Es, también, el instrumento perfecto de propaganda ya que, al ser un canal dócil y de entretenimiento, los usuarios no son conscientes de que están siendo invadidos.

