

**César San Nicolás Romera
Miguel Ángel Nicolás Ojeda
(comps.)**

Videojuegos y sociedad digital: nuevas realidades de estudio para la percepción del pasado histórico

Colección Historia y Videojuegos nº 1



Videojuegos y sociedad digital : nuevas realidades de estudio para la percepción del pasado histórico / Juan Francisco Jiménez Alcázar ... [et al.]; compilado por César San Nicolás Romera ; Miguel Ángel Nicolás Ojeda. - 1ª ed. - Mar del Plata : Universidad Nacional de Mar del Plata, 2015.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN: 978-987-544-670-0

1. Diseño de Videojuegos. 2. Educación no Formal . 3. Nuevas Tecnologías. I. Jiménez Alcázar, Juan Francisco II. San Nicolás Romera, César, comp. III. Nicolás Ojeda, Miguel Ángel, comp.

CDD 794.8

Primera edición, 2015

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multa, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujesen, plagien, distribuyan o comuniquen públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



Proyecto de investigación I+D+I: Historia y videojuegos: el impacto de los nuevos medios de ocio sobre el conocimiento del pasado medieval (HAR2011-25548). Financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.

Colabora Proyecto de Extensión: “Play & Level Up: la enseñanza y el aprendizaje del conocimiento histórico en el aula a través de los videojuegos”, Fac. Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

Colección Historia y Videojuegos, 1

Edición a cargo de la Universidad Nacional de Mar del Plata

© Los autores

I.S.B.N.: 978-987-544-670-0

Diseño e impresión: Compobell, S.L.

Hecho en España (U.E.) – *Made in Spain (U.E.)*

VIDEOJUEGO E HISTORIA: EL RESURGIR DEL HÉROE

Ma Ángeles Martínez García

Universidad de Sevilla, España

Antonio Gómez Aguilar

EUSA, España

El videojuego es hoy en día un tema de especial relevancia para el desarrollo social y cultural del ser humano; a este respecto es muy ilustrativo el hecho de que en España, por ejemplo, el videojuego es la principal actividad de ocio, cuyo mercado crece año tras año a pasos agigantados.

Por otro lado, la importancia de los mitos en la vida de los seres humanos es crucial. Este hecho no sólo se circunscribe a los tiempos ancestrales sino, sobre todo, al papel relevante que los mitos han ido adquiriendo con el paso de los años, hasta el punto de que se encuentran hoy en día de plena actualidad gracias a diversos soportes –artísticos y no artísticos– que les sirven de vehículo.

El principal objetivo de este texto es reflexionar sobre el videojuego como un nuevo medio que actualiza el mito en cada una de sus manifestaciones –de igual forma que la televisión, el cine, la novela u otros ámbitos. Para ello se sirve de similares argumentos, elementos actanciales, etc.– para tratar de ofrecer una respuesta a las mismas preguntas esenciales –¿Quiénes somos? ¿Por qué estamos aquí? ¿Hacia dónde nos dirigimos?– que siguen sin resolverse.

1. EL VIDEOJUEGO COMO NARRACIÓN

La necesidad de contar y recibir historias está unida a la ontología misma del ser humano se encuentra su. El relato ha tenido una importancia cru-



cial para la evolución social y personal del ser humano; de hecho, ha estado presente en todos y cada uno de los estadios y etapas de su evolución. El relato surge como una necesidad y una práctica habitual del hombre desde el principio de los tiempos; desde siempre, se han transmitido historias y mitos que, por un lado, han indagado en la interioridad del ser humano y, por otro, han transmitido valores que han ido variando paralelamente al cambio de las prácticas culturales.

El relato sirve como herramienta fundamental para dar sentido a los fenómenos que acontecen (Ferrater Mora, 1992: 101). De hecho, este es uno de los principales objetivos de los relatos míticos, que nacen como un intento de explicación de los orígenes del mundo y de la humanidad, así como de los fenómenos de la naturaleza más cotidianos. El relato se mostraba como explicación del mundo y formaba parte de la construcción simbólica de las civilizaciones, que se valían de él para ofrecer argumentaciones convincentes. Por lo tanto, el relato compete a toda nuestra existencia (Courtés, 1997: 99), principalmente porque pretende enseñarnos cosas sobre el mundo que habitamos.

Por otro lado, el relato tiene también un valor añadido: es un valioso material para conocer en profundidad la realidad social en la que surge el propio texto narrativo (Romera Castillo, 1988: 151). Si por algo se caracterizan los discursos narrativos, como cualquier otra manifestación artística, es por su relación con el resto de los fenómenos sociales que tienen lugar en el seno de una cultura. Por lo tanto, el relato tiene a la vez un carácter social, en tanto inserto en una colectividad; e individual, en tanto creación de una persona concreta o un grupo de personas.

Primero de manera oral y, mucho más adelante, a través de distintos medios artísticos o de comunicación, como el cine, el teatro, la pintura y otros más recientes como la televisión e incluso Internet, sirven de vehículo para la transmisión de las mismas historias.

El poder narrativo de los videojuegos no reside en su capacidad de imitar otros medios como el libro o el cine, sino en su capacidad para crear unos marcos de ficción lo suficientemente sugerentes como para dar significado a la acción de los jugadores. La esencia de los videojuegos es la acción (disparar, correr, resolver, decidir), de manera que la acción del jugador sin ser narrativa en sí, puede estructurarse de manera que el jugador sienta que contribuye a la creación de un universo de ficción; si no literalmente, al menos conceptualmente. Es el caso de los videojuegos de disparos, en primera persona (FPS) o en tercera persona (TPS), donde las acciones básicas son mover al personaje y

usar un arma. La perspectiva de la imagen en estos juegos da la impresión de estar detrás del personaje y así permitir una identificación fuerte, una cámara subjetiva, que se ve reforzada por gráficas en tres dimensiones que aumentan esta impresión.

Al ser juegos donde lo que predomina es la acción, generalmente los guiones están menos trabajados que en otros géneros, salvo excepciones como Halo por ejemplo. En este tipo de juegos, el jugador se siente inmerso en el universo de ficción por la calidad de los gráficos, cercana al fotorrealismo, y las posibilidades que le ofrece la jugabilidad del videojuego mejoradas siempre con las últimas tecnologías. Algunos videojuegos destacados en este género serían Doom, TheConduit, Unreal, Quake, Halo, o HalfLife.

La unión de acción y ficción sucede fuera del juego, en la imaginación de los jugadores. Esta capacidad de los videojuegos para evocar y expandir historias es la que nos permite considerarlos objetos culturales a la altura de los demás. “Los videojuegos cuentan historias a su manera, historias que no coinciden con los cánones de otros medios, pero que sin embargo tienen el mismo poder de fascinarnos, repugnarnos o hacernos soñar. Y es que parece que la imaginación de los jugadores es capaz de construir mundos maravillosamente complejos a partir de piezas ínfimas, como si el hecho de estar inmersos en esas historias como participantes directos les otorgase una entidad que la pasividad forzosa de los otros medios, en que sólo somos espectadores, no es capaz de igualar” (Tosca, 2009: 92). Es decir, la participación activa les hace “rellenar los huecos” de sentido más fácilmente.

La constitución del espacio en el videojuego se basa en la inmersión del jugador en un mundo virtual. Esta inmersión, que es la experiencia del sujeto por la que sus acciones se le aparecen como pertenecientes a una naturaleza virtual con sus propias leyes, es la característica del arte virtual frente a la identificación del arte tradicional, puesto que sus requisitos son distintos. El usuario del videojuego participa de unas condiciones particulares, divergentes de las del mundo “real”, desarrollando su actividad en un microcosmos plenamente autosuficiente después de aceptar una propuesta y ayudando, recíprocamente, a configurar un nuevo constructo textual. Desde el comienzo, la acción del jugador está articulada de acuerdo con la red de posibilidades que plantea el videojuego. Sólo mediante la acción se puede ir manifestando el mundo virtual que ofrece el videojuego, y éste sólo tendrá sentido dentro del modelo restringido que el videojuego ofrece. En definitiva el videojuego nos exige una acción que cambie el estado de cosas que nos presenta.



Mientras que la obra de arte tradicional tiene autonomía y podemos contemplar su mecanismo interno, el videojuego, requiere del sujeto para constituirse internamente como obra. Aún así, la programación del videojuego hace que el conjunto videojuego-jugador parezca funcionar también de forma autónoma. En este sentido, el videojuego,

“más que una obra o un texto, es el espacio lógico en que se constituye esa obra o ese texto: es un mundo virtual. Y si este mundo virtual ha de funcionar como tal mundo, la mimesis artística tendrá que operar al nivel de las leyes del mundo. El videojuego no imita, pues, las cosas, sino la leyes que rigen los comportamientos de las cosas. Porque que lo que importa es que la obra responda a nuestra acción, y que esa respuesta sea significativa requiere que se inserte en una trama de relaciones adecuada” (Siabra, 2009: 1).

2. LA IMPORTANCIA DE LO LÚDICO. EL VIDEOJUEGO COMO JUEGO

Según el DRAE el juego se define como un ejercicio recreativo sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde. El término tiene su origen en el latín *iocus*, que significa diversión, broma, gracia, pasatiempos. De aquí se deriva el término *iocare* (jugar), que en latín medieval significa estimular la risa. Además, los latinos utilizaban el término *ludus* para referirse a un juego concreto y de ahí se deriva el adjetivo lúdico. Tal y como apunta Umberto Eco (2000: 111) “el juego no es una actividad específica, sino una de las dimensiones humanas” y de ahí G. Bally y J. Huizinga presentan el juego como elemento configurador de la cultura del que emanan las artes, las ciencias y otros elementos de la misma. A continuación, la definición de Huizinga (2000: 46) de juego, que puede aplicarse perfectamente al videojuego:

“acción o ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de <ser de otro modo> que en la vida corriente”.

De esta definición pueden extraerse varias características esenciales del juego que podemos trasladar al videojuego. Para empezar, la **libertad**; Huizinga la coloca en primer lugar y Kant le añade la subjetividad, es decir, el

juego como libre de todo concepto objetivo, como constituyente del concepto. Asimismo, el juego queda libre de las facultades de conocimiento, imaginación y entendimiento. Del mismo modo, Schiller define el juego como la puesta en práctica de la libertad, como mediación entre lo absoluto y lo finito, es decir, entre la libertad y el tiempo. A partir de aquí, definición que entiende el juego como espacio privilegiado de libertad, surgen otros planteamientos, como el de Bally, que habla de una ruptura de las tradicionales correspondencias entre cosas y funciones para, gracias al juego, pasar a la restitución de las cualidades del estado libre. Es precisamente esta característica la que separa al juego del mundo “real” y sus ataduras. R. Caillois añade además, que el juego debe ser una actividad libre ya que, si existiese alguna obligación de llevarla a cabo, perdería su capacidad de diversión y alegría.

En segundo lugar, habría que hablar de la **limitación** del juego; el límite es tan importante como que fuera de lo que él supone dejan de tener vigencia las reglas de juego y por extensión el juego mismo. Existen limitaciones espaciales y temporales y, por lo tanto, el juego “agota su curso y su sentido dentro de sí mismo” (Huizinga, 2000: 23). Se trata de una actividad “separada” al modo en que lo entiende Caillois, es decir, circunscrita a los límites de espacio y tiempo determinados por anticipado. La persona que juega se sitúa en una región en la que no se admiten intrusiones y que no es posible abandonar fácilmente; esta zona no es una realidad psíquica interna, sino que se encuentra fuera del individuo, pero no es el mundo exterior (Winnicott, 1997: 76). El juego, por tanto, suprime la sucesión temporal y busca su razón de ser en el presente.

Por otro lado, el juego es una actividad con **reglas**, que imponen unas normas de conducta a lo largo del desarrollo del mismo. Cada juego tiene sus propias reglas que determinan lo que es correcto en el mundo provisional que se ha construido; en este sentido, las normas de la vida cotidiana no tienen validez alguna, se cancelan todas las normas de nuestro mundo y se establecen unas nuevas. Además, se asocia también otra característica al juego, la **tensión**, asociada a la incertidumbre y el azar; el juego se muestra como actividad incierta porque su desarrollo no puede estar predeterminado ni el resultado puede estar dado de antemano, ya que queda en manos del jugador la capacidad para avanzar. Precisamente el azar contradice la seguridad de la vida cotidiana, cuestionando el determinismo; esto es parte del encanto del juego y del placer que provoca, ya que, como hemos comentado, el juego es una actividad placentera, a la que se asocia un cierto grado de ansiedad que no puede ser excesivo porque sería insoportable para el jugador y destruiría el juego (*Idem*, 77).



Otra característica del juego es la posibilidad que ofrece de **repetición**. El juego permanece en la mente del que lo ha experimentado en forma de recuerdo y se transmite por tradición, de manera que puede ser repetido en cualquier momento. En cuanto a la finalidad del juego, este tiene un fin en sí mismo, es decir, se refiere a toda actividad con miras a sí misma y no por los resultados que pueda producir. Como actividad física o intelectual no posee ninguna aplicación útil ni determinada y la razón de ser en la conciencia de quien se entrega a él es el placer mismo que conlleva. En ese plano el juego es una actividad improductiva en el sentido de que no crea bienes, ni riqueza ni elemento nuevo de ninguna clase y se llega al final a una situación idéntica a la del principio del juego. Algunos autores hablan de “intencionalidad cero” para expresar la racionalidad gratuita y sin finalidad de la experiencia lúdica.

Por último, hay que destacar que el juego impone la **conciencia del “como si”**, es decir, lo que autores como Huizinga llaman la “conciencia de ser de otro modo”. El jugador, cuando a través del videojuego se somete voluntariamente a las normas de un universo narrativo espaciotemporal completamente ajeno al suyo, está también aceptando implícitamente suplantar su personalidad real por una personalidad falsa, limitada, ajena a sí mismo y sin embargo, plenamente integrada en su propia persona. El que juega es plenamente consciente de que juega, de que ese “otro mundo” no es el suyo y que tiene una forma de funcionar distinta. Se tiene una consciencia específica de realidad secundaria o de franca irrealidad en comparación con la vida corriente. En este sentido, la aceptación de la naturaleza del videojuego implica necesariamente también la aceptación de sus valores éticos, sus leyes y sus particulares objetivos. Se trata, en definitiva, de un simulacro, que surge de la aceptación temporal de un universo cerrado fruto de una convención en el que funcionan unas reglas alternativas. El juego nos invita a colocarnos una máscara y a olvidarnos de nosotros mismos para adquirir otra personalidad y otros roles. De esta forma, no es necesario soñar o alucinar para vivir esta nueva realidad. El juego suspende las condiciones de verdad que tienen que ver con el mundo en que se desenvuelve el jugador al margen del videojuego.

Esta realidad virtual del videojuego suplanta gran parte de la imaginación del receptor literario; en lugar de imaginar mediante recursos lingüísticos, recibimos las imágenes, sonidos y sensaciones táctiles a través de la consola y los periféricos. En estos entornos el individuo está más preocupado por actuar, ya que el espacio que antes debía imaginar es facilitado por medios

tecnológicos. En este caso, resulta imprescindible que el usuario encuentre verosímil el mundo virtual, debe ser consistente, y se incorpore al interior del medio computerizado siguiendo las reglas del juego.

En este sentido, la búsqueda constante de realidad ha sido uno de los grandes objetivos de los diseñadores de videojuegos. Ya no sólo se valora la verosimilitud de la historia, sino también la mayor perfección posible en las herramientas gráficas, los fondos, las texturas... El videojuego quiere imitar a la vida, quiere fascinar con su realidad visual, con juegos como *Crysis*, y al mismo tiempo producir una carga emocional frente al jugador que asegure su retorno al producto.

Con todo ello, el videojuego manifiesta una autonomía que le permite ser un mundo dentro del mundo. El videojuego puede ser considerado un no-útil, no-instrumental, sin intencionalidad, pero como una expresión histórica de la particular representación de la situación del hombre contemporáneo en el mundo. De igual modo, el videojuego sólo existe cuando se lo practica y para quienes los practican, no para los que observan desde fuera. Se trata de un **sistema modelizador doble** (Lotman, 1988: 20), lo que significa que en su desarrollo se da simultáneamente un doble plano de conducta: por una parte, el jugador sabe que está en una situación convencional, pero juega a no saberlo. Por otra parte, es incluso paradójico que el juego, a pesar de que quedar al margen de la vida “real”, enseña a vivir a quien juega, porque puede simular situaciones que pueden trasladarse a la vida cotidiana. Esto supone un punto de fuerte conexión con el arte y su finalidad, que también puede dar un orden al caos, incluso ofrecer respuesta a ciertas preguntas esenciales del hombre. El juego (y el arte) es una experiencia creadora en todos los sentidos e implica formas básicas de vida; de hecho, el juego es una terapia en sí mismo, ya que supone el establecimiento de una actitud positiva respecto al mismo (Winnicott, 1997: 75). Brinda un clima de encuentro favorable para provocar una actitud distendida, cambia los roles fijos de un grupo, desvela aspectos que resultarían desagradables de otra forma.

“Buscamos nuevas sensaciones, nuevas experiencias, nuevos objetos de deseo. Y, si no podemos alcanzarlos físicamente, penetrarán en nuestras mentes imágenes ideales, suplentes eficaces que nos apacigüen y que compensen las carencias surgidas durante el proceso de vivir. Imaginamos por nosotros mismos esos objetos o compartimos las creaciones imaginarias de otros miembros de nuestro grupo social” (De Aguilera y Mañas, 2001: 80).

Esta búsqueda de nuevas sensaciones y nuevas experiencias unida a la dimensión social y cultural afecta mayoritariamente a un segmento de la población: los jóvenes.

Este sector de la población ha presenciado a lo largo de su vida las intensas transformaciones tecnológicas y socioculturales que atraviesa nuestra sociedad, y en las que la comunicación está desempeñando un papel tan relevante. Aunque se trata de una generación que nace con medios de comunicación masivos como la radio o la televisión, que estaban ya plenamente integrados en sus escenarios cotidianos, en el transcurso de sus vidas han asistido, además, a la inserción en el ecosistema mediático de toda la generación de medios que han configurado un nuevo entorno comunicativo. Los jóvenes han asimilado, por lo general, con toda naturalidad esta serie de tecnologías que median en sus relaciones con cuanto les rodea, con sus semejantes, con ellos mismos; tecnologías que inciden en sus procesos cognitivos, que modifican la esfera cultural así como los modos de comunicarse.

En este panorama, el videojuego irrumpió rompiendo una barrera anteriormente insalvable en la relación del relato mediático con el receptor e introduciendo un elemento clave para ello: la interactividad y la simulación, que son sus rasgos técnicos más destacados.

En el videojuego, la interactividad permite involucrar íntima y emocionalmente al usuario, proporcionándole cierta sensación de libertad de elección, una sensación de control interno (*Locus Of Control*, LOC), así como la ilusión de que se encuentra protagonizando la historia (identificación). La virtualidad por su parte, le permite creer –voluntariamente– en la escena en la que está participando (verosimilitud y suspensión de incredulidad), así como reducir las diferencias entre realidad y ficción (un efecto de realidad o una especie de realismo fantástico), a fin de lograr que el usuario pueda adentrarse en el mundo del juego; en este caso, adentrarse en la pantalla, atravesar la barrera que tradicionalmente ha separado al espectador del mundo ficcional.

En las características técnicas de los videojuegos residen, sin duda, los principales aspectos que diferencian este fenómeno del resto de las manifestaciones expresivas humanas.

¿Cuál es la importancia del mito en la Historia de los seres humanos? Mircea Eliade (1983: 24- 37) lleva a cabo una caracterización del mito en la que quedan recogidos los rasgos principales en cuanto a la estructura y función de los mismos en las sociedades arcaicas. Él habla de una historia o conjunto de ellas referidas a seres sobrenaturales, que concierne normalmente a la creación y se constituye en un paradigma de los actos que llevan a cabo

los seres humanos. El hecho de que los mitos primitivos se refieran al origen del hombre, a la creación, no significa que se circunscriban exclusivamente a la explicación de los comienzos del hombre o de su entorno, sino que se extiende al origen de todas las cosas, lo que lleva consigo un cierto dominio del ser humano sobre lo que le rodea.

De esta forma, el mito cumple una función esencial para el ser humano desde el comienzo mismo de su ser, ya que surge por una necesidad fundamental. El mito legitima la historia, da fe de ella, ordena la naturaleza y al mismo tiempo elimina lo real, alejándose de la naturaleza de las cosas. Eso no significa que no tenga un fundamento histórico cultural ya que, como comenta R. Barthes (1997: 200), “es un habla elegida por la historia”, sino que en cada momento del devenir su pilar de apoyo no es la presentación, sino la representación más allá de la referencia concreta, la trascendencia, en definitiva, ya que para lo inmediato el hombre se basta con sus propias apreciaciones sensitivas. Es para lo lejano, para lo oculto y lo escondido para lo que no tiene instrumentos y por esa misma razón nace el mito. Este no es más que el intento de llenar un hueco existencial del ser humano y contribuir con ello a su propia seguridad y confianza.

Una de las consecuencias de cómo funciona el mito es la confianza que adquiere el ser humano en sí mismo y en los actos que lleva a cabo. La mitología, con la diversificación de temas que es capaz de abarcar y la gran cantidad de ámbitos a los que puede llegar, garantiza al hombre que aquella hazaña que va a emprender, ha sido ya llevada a cabo por otros antes que él, en concreto una figura divina, sobrenatural, o un héroe o heroína que le servirá de “guía”.

La pervivencia del mito ha sido posible sobre todo a causa de su fuerza imaginativa y a su repertorio de imágenes (García Gual, 1997: 10); este corpus se ha presentado siempre como relativamente estable y es ese factor el que asegura su dimensión espacio temporal independientemente del lugar y de la época que estemos considerando. Sin embargo, la pervivencia del mito hay que estudiarla atendiendo a su inevitable evolución; y es que el mito, a pesar de sobrevivir durante siglos, ha debido para ello y aparentemente de forma paradójica, ir cambiando. Esto es debido en gran parte a que el relato mítico ha de alcanzar su actualidad en todas las épocas de la evolución del ser humano y en todos los lugares geográficos y, por lo tanto, debe reinterpretarse continuamente de acuerdo con “las nuevas variables que surgen en los trayectos vitales de los individuos y de las colectividades” (Duch, 2002: 27).



Este proceso de reinención, de relectura, no hace sino transformar el mito y proceder a la instauración de nuevos y renovados significados (Huici, 1998: 60). El mito es tan moldeable que puede ir acomodándose a los distintos contextos y de hecho, lo hace manifestándose a través de diferentes vehículos. Uno de ellos es el arte, del cual es fundamento; sin embargo, el lenguaje del mito no es específicamente artístico, aunque el mito lo utilice como vehículo. De hecho, puede manifestarse a través de otras materias de la expresión no artísticas, tal y como apunta R. Barthes (1993: 200): la publicidad, los videojuegos y un largo etcétera.

El modo mítico de expresar la verdad se basa en el arquetipo y en las relaciones casi universales que descubren en la validez de los paradigmas. Sin embargo, y tal y como apunta C. García Gual (1989: 45), cuando al mito se le pide dar cuenta de la veracidad de lo que narra no puede hacerlo ya que esta tarea, referida a datos reales (en tanto que pertenecientes a la realidad efectiva) es propia del *logos*. Puede parecer que los mitos son débiles a este respecto, pero la verdad de los mitos reside en otros aspectos alejados de la comprobación empírica; estos habría que buscarlos en campos diversos, como por ejemplo que su verdad radica en que narran una historia sagrada, tal y como apunta Mircea Eliade. Para las sociedades arcaicas el mito es cierto fundamentalmente porque habla de seres y acontecimientos sagrados y eso está asociado a la verdad de manera automática.

3. EL VIDEOJUEGO COMO ACTUALIZADOR DEL MITO. EL JUGADOR SE CONVIERTE EN HÉROE

Las funciones y características del mito lo hacen idóneo para el momento vital que vive el ser humano contemporáneo. Perdida su confianza en la razón y asumida su incapacidad para aprehenderlo todo a su alrededor, el ser humano busca referencias a las que asirse para responder a sus preguntas y llenar su vacío existencial. Para ello, crea figuras clave en el seno de las distintas esferas sociales, como el cine, la literatura, las artes, en definitiva, y también otros ámbitos, como el deporte o los videojuegos.

Lo ideal sería desprender al mito de su carácter sagrado o arquetípico, es decir, que entendamos al mito no únicamente como las grandes historias o las hazañas de los héroes, sino como cualquier historia que pueda trascender, ser repetida, dar lugar a nuevos relatos o incluso ser el origen de nuevos mitos. Por esta razón, hoy en día se crean nuevos héroes a partir de las acciones de seres humanos más o menos excepcionales.

El héroe de los relatos míticos es un personaje arquetípico poseedor de virtudes y destrezas que le hacen destacar. En estos relatos a menudo se establece una acción y el héroe debe resolver un conflicto, para lo que tiene que esforzarse y usar sus cualidades especiales.

Los medios de comunicación de masas ofrecen la posibilidad de “construir” mitos a partir de las imágenes y los comportamientos que ofrecen a la población. Esta capacidad no es nueva: ya en los años cincuenta, cuando todavía no se había producido el boom de la televisión ni se había iniciado el uso de Internet y estaban en alza otros medios, los personajes de los comics, por ejemplo, suponían una versión moderna de los héroes mitológicos. Tal era el grado de identificación de la población, que ante cualquier eventualidad que le ocurriera al protagonista, los lectores enviaban cartas con reacciones a lo ocurrido, en algunos casos de auténtica crisis. Tal y como nos comenta Mircea Eliade en su libro *Mito y realidad* (1992: 79) “El mito de Superman satisface las nostalgias secretas del hombre moderno que, sabiéndose frustrado y limitado, sueña con revelarse un día como un *personaje excepcional*, como un *héroe*”.

Los medios de comunicación son capaces de convertir en héroes todo tipo de personalidades, ya sean ficticias o reales basándose, como hemos comentado, en alguna cualidad especial. Se produce una transformación en imagen ejemplar gracias a la obsesión del hombre actual por el éxito, que lleva incluso a trascender la propia condición humana.

Hoy en día nos hemos trasladado al otro extremo: de los grandes relatos de legitimación, relatos míticos ancestrales, se ha pasado a los “mitos de usar y tirar”. Los relatos míticos son hoy eslóganes publicitarios y representaciones de series de ficción. Los dioses ahora están en la pantalla y se distribuyen a velocidad de vértigo sus hazañas a través de los medios de comunicación. Por esta circunstancia existe una grave consecuencia: el concepto de mito se ha desprendido de su solemnidad inicial, de su profundo significado y ahora la inconsistencia efímera de algunos personajes ratifica que pueden crearse los “mitos de un día”. Ahora los mitos modernos se han centrado en sueños y deseos y la marca nos los promete a cambio de la compra de un producto.

El jugador se convierte en el héroe de los relatos míticos, un personaje arquetípico poseedor de virtudes y destrezas que le hacen destacar. En estos relatos a menudo se establece una acción y el héroe debe resolver un conflicto, para lo que tiene que esforzarse y usar sus cualidades especiales.

De modo que en estos cuentos de hadas propios de la tecnocultura (Giner, 1990: 16) puede observarse la presencia de algunos de nuestros mitos (el viaje

del héroe –o heroína: Lara Croft–, el laberinto como metáfora de la propia vida) así como, en general, del imaginario universalizado de la cultura contemporánea.

Este imaginario –narrado de acuerdo con el modo de representación instituido por la pantalla– se emplea para comunicar con un público amplio y diverso al que se le exigen ciertas competencias discursivas (usuario-modelo del videojuego). Pero la gran novedad que el usuario encuentra en esta visita a los mundos imaginados, en la que se apoya su mayor capacidad de fascinación, como ya hemos puesto de manifiesto, reside en su alta aptitud para simular –entre otros aspectos– la interacción. Gracias a ella el usuario puede ejercer de espectador, pero también de operador, de actor que con sus decisiones condiciona el desarrollo del texto, de *spect-actor* (Bettetini, 1995: 24) que alcanza su inclusión en el contexto de la acción narrada y obtiene cierto grado de control y autonomía en el desarrollo de la narración. En definitiva, esa simulación hace posible que el jugador logre, un poco más que imaginariamente, atravesar el espejo, adentrarse y bucear más allá de la pantalla, verse inmerso en el mundo imaginado.

En este contexto, los videojuegos, entendidos como historias interactivas, como mundos convencionales, representan un importante papel en ese imaginario compartido y colectivo al que nos referimos, a la vez que se alimenta de él. Su motor, su motivación principal es la de incitarnos a imaginar y, sobre todo, a participar de manera realmente activa en el mundo así imaginado mediante el mecanismo del juego. Asumimos el control de la dirección que hayan de tomar los acontecimientos. Adoptamos un punto de vista privilegiado, una posición de supremacía sobre la situación. Y sabemos que en cualquier momento podemos escapar de ella –al contrario de lo que ocurre en la dura realidad. Establecemos cierto dominio de nuestra privacidad e intimidad, de la propiedad de un espacio personal intangible. En este sentido, cabría apuntar que los videojuegos constituyen unos instrumentos culturales plenamente integrados en la vida cotidiana de la población joven, que se sirve de ellos para darles ciertos usos, relacionados con algunas de las aspiraciones y necesidades que les son propias. Así, por más que resulte obvio e incluso redundante, los jóvenes usan los videojuegos, sobre todo, para jugar.

“El videojuego devuelve al mito a su contexto ritualizado original” (Garín Boronat, 2009: 101), aunque añadiríamos que eso no supone nada nuevo; el juego tradicional, ese, por ejemplo, en el que los niños dibujan una rayuela en el suelo y se bastan de una piedra para divertirse, ya supone la ritualización que comentábamos. Ahora, lo que verdaderamente supone una renovación es la hiperrealidad que inaugura, que hace que vivamos esos relatos de siempre

como nunca antes lo habíamos hecho. El videojuego, en definitiva, nace para satisfacer las necesidades de siempre a través de nuevos medios, aprovechando las novedades tecnológicas y adaptándose a un panorama audiovisual que impone una recepción activa sin precedentes. Lo verdaderamente relevante del videojuego es que aúna la fuerza imaginativa de los relatos míticos, el carácter lúdico del ser humano y los avances audiovisuales y técnicos de un contexto cultural concreto para contar “lo de siempre”.

4. REFERENCIAS

- BARTHES, R. (1997): “La aventura semiológica”, Barcelona, Paidós, 1985.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003): “Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital”, Barcelona, Gedisa.
- COURTÉS, J. (1997): “Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación”, Madrid, Gredos.
- DE AGUILERA-MOYANO, M. y MAÑAS, S. (2001): “Atravesando el espejo”, *Comunicar* 17, pp. 79-85.
- DUCH, L. (2002): “Mito, interpretación y cultura”, Barcelona, Herder.
- ECO, U. (2000): “Entre mentira e ironía”, Barcelona, Lumen.
- ELIADE, M. (1983): “Mito y realidad”, Barcelona, Labor, 1968.
- FERRATER MORA, J. (1992): “Diccionario de filosofía”, Barcelona, Edhasa-Sudamericana.
- GARCÍA GUAL, C. (1997): “Diccionario de mitos”, Madrid, Planeta.
- GARÍN BORONAT, M. (2009): “Mitojuegos. Sobre el héroe y el mito en el imaginario Nintendo” en revista *Comunicación*, nº 7, vol. 1, año 2009, pp. 80-93. ISSN 1989-600X 92.
- HUICI, A. (1998): “El mito clásico en la obra de Jorge Luis Borges. El Laberinto”, Sevilla, Alfar.
- HUIZINGA, J. (2000): “Homo ludens”, Madrid, Alianza, 1972.
- LOTMAN, J. M. (1988): “Estructura del texto artístico”, Madrid, Istmo.
- ROMERA CASTILLO, J. (1988): “Teoría y técnica del análisis narrativo” en TALENS, Talens, Jenaro y otros: *Elementos para una semiótica del texto artístico*. Madrid, Cátedra, pp. 113-152.
- SIABRA, J.A. (2009): “Los géneros de videojuegos como géneros de mundos virtuales”, en *Eikasia. Revista de Filosofía*, año IV, 24 extr., abril 2009.
- TOSCA, S. (2009): “¿Jugamos una de vampiros? De cómo cuentan historias los videojuegos”, en *Comunicación*, nº 7, vol. 1, año 2009, pp. 80-93. ISSN 1989-600X 92.

- WARK, M. (1994): "The video game as emergent media form", *Media Information Australia*, 71, pp. 21-30.
- WINNICOT, D.W. (1997): "Realidad y juego", Barcelona, Gedisa.
- WOLF, M.J.P. y PERRON, B. (2005): "Introducción a la teoría del videojuego", en *FORMATS, Revista de Comunicación Audiovisual*, vol. 4, año 2005, Universidad Pompeu Fabra.