



Los videojuegos como cultura: identidad y experiencia en el mundo actual

Daniel Muriel y Garry Crawford

Colección Comunicación & Lenguajes/Ampersand (Argentina)

348 páginas – 2023 – 27 € (papel)/8,54 € (digital)*

ISBN: 978-631-6558-00-8

ISBN-e: 978-631-6558-06-0

Extracto

Los videojuegos pueden constituir herramientas mediante las cuales sea posible establecer conexiones potentes y transferencias entre el conocimiento y la experiencia de inmersión. Los videojuegos, como objetos culturales, evolucionaron en estos años tanto en el plano de la producción como del consumo cultural. En este sentido, como toda cultura, la de los videojuegos resulta también compleja y no estática. Una de las características distintivas es que jugar resulta un acto voluntario y los jugadores logran manifestar distintas emociones, contribuyendo al bienestar personal. A pesar de haber surgido a mediados del siglo pasado, los videojuegos se han popularizado en las décadas finales del mismo y, desde entonces, han crecido de manera exponencial, en especial en los últimos años, con la expansión hacia los dispositivos móviles.

A lo largo de sus siete capítulos, esta obra constituye una investigación etnográfica. Se centra en el análisis de la cultura de los videojuegos, considerándolos como objetos digitales por definición y como los productos culturales más importantes de esta era digital. En definitiva, este libro no trata solo acerca de la cultura de los videojuegos, sino también, y fundamentalmente, de los videojuegos como cultura.

Palabras clave: videojuegos; identidad; tecnología digital; videoludificación; empatía.

Abstract

Video games can constitute tools through which it is possible to establish powerful connections and transfers between knowledge and the immersive experience. Video games as cultural objects evolved in these years, both at the level of production and cultural consumption. In this sense, like any culture, that of video games is also complex and not static. One of the distinctive characteristics is that playing is a voluntary act, and the players manage to express different emotions, contributing to personal well-being. Despite having emerged in the middle of the last century, video games have become popular in the final decades of the century, and since then they have grown exponentially, and especially in the last decade, with the expansion towards mobile devices.

In its seven chapters, this work constitutes an ethnographic investigation, focusing on the analysis of video game culture, considering video games as digital objects by definition, and the most important cultural products of this digital era. Thus, this book is not only about video game culture, but also, and fundamentally, about video games as culture.

Keywords: video game; identity; digital technology; video gamification; empathy.

El juego es una de las actividades más atractivas que existen y se encuentra presente desde temprana edad. Incentiva el desarrollo de estrategias, habilidades y capacidades motoras, cognitivas, sociales y emocionales. El uso de videojuegos por parte de niños, jóvenes y adultos no solo implica un fenómeno por el juego en sí mismo, sino también invita a desarrollar creaciones estéticas desde una perspectiva de tendencias culturales a partir de la interacción con otros. Dicha interacción permite pensar realidades diversas en escenarios simulados o ficticios.

Algunos autores, como Huizinga, sostienen que el juego es un medio de tránsito sobre el cual los individuos pueden expresar su creatividad y desplegar sus habilidades, generando un espacio de libertad en el que explorar nuevas ideas y fomentar la innovación. Este autor afirma que el juego nace de una acción libre dentro de los límites espaciales y temporales, con reglas obligatorias que se deben cumplir con el fin de provocar tensión, pero también motivación. Además, sostiene que la génesis y el desarrollo de la cultura poseen un carácter lúdico, especialmente determinado por una narrativa inmersiva que resulta central en una experiencia lúdica.

Otro concepto vinculado al juego es el de «gamificación» o «ludificación». El concepto de «gamificación» surgió en la primera década del siglo XXI y desde entonces ha despertado un enorme interés en la sociedad en su conjunto, tanto en ámbitos formales y no formales como formativos y laborales. La gamificación aplica la mecánica del juego en un contexto que no está pensado para esa actividad, y cuyo principal objetivo es influir en el comportamiento de los individuos.

En la gamificación se utilizan los elementos de juego, como los incentivos, las ganancias, los puntos, etc., para obtener de esta forma una conducta deseada por parte del jugador. Además de estos elementos, existen otros, como el reto. El reto tiene un fuerte impacto emocional individual, pero también el impacto repercute en el comportamiento social.

¿Qué ocurre en el ámbito de los videojuegos? Los videojuegos son una forma de entretenimiento que aprovecha la tecnología para crear una interfaz virtual, ofreciendo una experiencia interactiva tanto para jugadores individuales como para aquellos que prefieren jugar en grupo. En cuanto a la etimología de la palabra, *video* proviene del verbo *videre*, que significa *ver*, en tanto que *juego* tiene raíces latinas derivadas de *iocum*, que se refiere a algo divertido.

En la actualidad, los videojuegos han alcanzado una popularidad a nivel mundial, convirtiéndose en un negocio global. La industria de los videojuegos y las formas de clasificación se encuentran en constante evolución. Adicionalmente, las investigaciones evidencian que los videojuegos fortalecen la autonomía, el trabajo extracurricular, promueven el compromiso, nos conectan con las emociones, nos dan placer y estimulan el deseo de seguir jugando.

Los videojuegos constituyen un sistema en el cual los jugadores participan de un reto definido por reglas e interactividad en un entorno inmersivo, que se traduce en un resultado cuantificable y cualificable. Así, no son concebidos únicamente como un producto mediático, sino como un componente clave de nuestra cultura, y del mismo modo que ocurrió con otros productos culturales como la música, el cine o la televisión, su vinculación con la vida cotidiana está cada día más presente. El eje vertebrador de este libro es la cultura de los videojuegos como una expresión de vida: son el factor que da forma y dirección a la cultura que determina nuestros estilos de vida, nuestros sentidos y nuestras relaciones. En definitiva, este libro no trata solo de la cultura de los videojuegos, sino que también, especialmente, aborda los videojuegos como cultura.

Las herramientas tecnológicas como productos culturales creadas por el hombre resultan «prótesis» de la mente que extienden algunas de sus funciones. En esta línea, los autores proponen pensar en el videojuego como base o plataforma para entender la sociedad y su cultura como un conjunto de experiencias mediadas tecnológicamente. En este sentido, los videojuegos, como tecnología y parte de la cultura, se expanden a través de escenarios inmersivos que recrean y simulan nuestros campos de acción.

Esta obra realiza una contribución novedosa fundamentalmente en los campos de la sociología, de los estudios culturales y de los medios. Lleva los estudios de juegos a una serie de áreas apenas exploradas y establece nuevos marcos teóricos y metodológicos para su análisis. Presenta diferentes experiencias de juego, centrándose en aquellas que promuevan la empatía social en diversos campos, tales como se describen en los ejemplos vinculados con las relaciones sociales, el turismo, la gastronomía o el trabajo.

Este texto aborda cuatro dimensiones de los videojuegos:

- Son una realidad contemporánea que no puede omitirse.
- Encarnan algunos de los aspectos más relevantes de la sociedad contemporánea.
- Son productos culturales establecidos.
- Existe una cultura de los videojuegos en fase de crecimiento y consolidación.

El libro está destinado fundamentalmente a investigadores en áreas como el estudio de juegos, las ciencias sociales, los estudios culturales y de medios, y, por supuesto, a cualquier persona interesada en la investigación sobre los videojuegos, en su cultura y en la diversidad de temas que afectan a la sociedad contemporánea. Sus páginas son el resultado de un estudio de la cultura de los videojuegos realizado entre 2014 y 2017, fundamentalmente abordando el uso del videojuego como método de investigación. La cultura de los videojuegos implica culturas más colaborativas y participativas. En sí misma, la «cultura de los videojuegos» puede definirse como una cultura participativa, que permite a los consumidores participar activamente en la construcción y modificación del contenido de los medios que consumen.

A modo de síntesis, podemos decir que esta obra constituye una exploración de la cultura de los videojuegos, de los videojuegos en la cultura y de los videojuegos como cultura. La sociedad se está convirtiendo en un conjunto de experiencias mediadas tecnológicamente y este libro nos demuestra que la práctica de los videojuegos anticipa este proceso. La realidad no es un videojuego, pero está empezando a estar impregnada de la cultura de los videojuegos en más áreas de las que podríamos imaginar.

En este sentido, las ideas de Alessandro Baricco, expuestas en su libro *The Game*, conectan directamente con estas conclusiones. Este autor afirma que la cultura del siglo XXI está viviendo no solo una revolución tecnológica, sino también una revolución mental. Una revolución mental considerada como una nueva inteligencia que es producto de la revolución tecnológica. Una cultura donde no estamos obligados a ser lineales. Así, afirma que varios aspectos de la sociedad actual y contemporánea se convierten en algo parecido a un videojuego, un nuevo sistema que considera el mundo real resultado de una doble fuerza motriz entre lo que él denomina el «ultramundo» –para referirse al mundo digital– y el «mundo».

Como conclusión final, los videojuegos podrían ayudarnos a entender la sociedad en una nueva realidad, como un conjunto de experiencias diseñadas que ponen en diálogo el mundo (mundo actual) y el ultramundo (mundo digital) en una mediación hombre-teclado-pantalla.

Paola Dellepiane

Docente de la Universidad Católica Argentina (Argentina)
padellepiane@gmail.com | <https://orcid.org/0009-0000-9574-8510>

* Los precios de venta incluidos en esta reseña son aproximados.

 **Paola Dellepiane.** Licenciada en Tecnología Educativa. Estudios de especialización en Diseño Didáctico e Instruccional para *e-Learning*. Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) Aplicadas a la Educación. Diseño de proyectos, asesoramiento, capacitación para diversas áreas en modalidad presencial-virtual y gestión de entornos digitales para la enseñanza y el aprendizaje. Autora de cursos de capacitación docente en TIC. Consultora en gestión de entornos digitales para la enseñanza y el aprendizaje. Colaboradora pedagógica en el Centro de Investigación e Innovación Educativa-Universidad Tecnológica Nacional Buenos Aires (Argentina).