

Una crítica alternativa y comprometida de la ideología de los videojuegos

Flores, A., Velasco, P. (Coords.). (2020). *Ideological Games: Videojuegos e ideología* (n.º 1.). Sevilla, España. Héroes de Papel.

María Inmaculada Tobar Fernández
Universidad de Sevilla

Los videojuegos son vistos, por lo general y desde el ámbito académico, como un producto de entretenimiento “ligero” que crece y se desarrolla al margen del capitalismo, y en paralelo al resto de tecnologías. Sin embargo, en los últimos años, se ha observado un auge de estudios que reconocen al videojuego como un artefacto cultural e ideológico, con un alcance socioeconómico a nivel mundial superior al de otros productos culturales. Según el *Informe del Mercado de Videojuegos Globales* de 2020 elaborado por Newzoo, los videojuegos se han convertido en el principal dispositivo de entretenimiento, sobre todo entre los más jóvenes. En el último año, y pese a que 2020 ha sufrido periodos especialmente delicados debido a la crisis sanitaria que ha azotado el planeta, los datos del sector muestran un crecimiento en la actividad económica incluso superior a la de 2019.

Además, observamos que los casi 2.700 millones de jugadores de videojuegos que hay actualmente en todo el mundo, más de 135 millones con respecto al año anterior, no se limitan únicamente a la experiencia de jugar, sino que innovan mediante nuevas formas de comunicación, interacción e intercambio colectivo. Estos datos evidencian la necesidad de reflexionar sobre el videojuego desde un ámbito académico interdisciplinar que centre su atención en los elementos que contribuyen a la propagación de ideas y valores y que promueven una determinada cosmovisión del mundo y unas maneras de pensar y actuar. Una reflexión desde una crítica comprometida que analice y debata el papel del videojuego en las diferentes cuestiones sociales, políticas y culturales que definen a nuestra sociedad.

Es en este terreno académico donde cabe situar a *Ideological Games*, un proyecto, coordinado por los investigadores Antonio Flores Ledesma y Paula Velasco Padial, que nace con el objetivo de “hacerse cargo” de estos fenómenos y elementos del videojuego que ha obviado la crítica mayoritaria, encargada de “lavar moralmente al mercado a través del prestigio académico” (2020:16). Pensado como un texto “de partida” que abra el debate, propone una crítica alternativa y comprometida, desde perspectivas marxistas y feministas, y enfocada a los diferentes espacios vinculados a la industria del videojuego, desde los destinados a la producción de sus narrativas, sus reglas de juego y sus experiencias videolúdicas, hasta los destinados a su distribución y conservación.

Pero no es el contenido lo único transgresor que encontramos en este volumen. Porque, y como afirman los coordinadores, no es posible separar contenido de forma, por lo que para entender el alcance crítico de este volumen es necesario conocer la forma en la que se planteó su proceso “no editorial”. En primer lugar, y desde una posición feminista, las decisiones se han tomado de manera horizontal y paritaria, de modo que todos los autores, algunos académicos y otros profesionales del sector, han opinado y contribuido en la elaboración de los diferentes ensayos. En segundo lugar, y rompiendo con el enfoque academicista, su contenido no está orientado únicamente al ámbito universitario, sino también a los propios jugadores de videojuegos. Por ello, no es casual que el sello elegido haya sido *STUDIES de Héroes de Papel*, una editorial de divulgación de videojuegos.

La primera interpelación al lector se realiza a través de las siguientes cuestiones: ¿por qué pensar el videojuego?, ¿qué sentido tiene hablar de videojuegos e ideología? Como comentábamos anteriormente, el videojuego es el producto estrella del capitalismo, ya que, a diferencias de productos culturales, el videojuego “se nutre y vive su esplendor en el capitalismo avanzado” (2020:17), por lo que “al pensar sobre él estamos reflexionado sobre el núcleo mismo de la producción cultural ideológica del capitalismo” (2020:16) Como todo producto cultural,

y de acuerdo con los autores, contienen la ideología y el discurso dominante de las sociedades en las que son creados, más allá de las intenciones del propio autor. Y esto es visible, como analiza Iván Cerezo, tanto en el contenido como en las mecánicas de los propios videojuegos, es decir, tanto en la selección de la narrativa y los personajes, como en las dinámicas de producción, de distribución y de conservación.

En cuanto a las formas, y desde un enfoque feminista, Pablo Brusint reflexiona sobre como la presencia mayoritariamente masculina en el diseño de las mecánicas de juego perpetúan esas convenciones lúdicas hegemónicas que actúan como una “fantasía masculina de poder” donde el personaje protagonista siempre es un hombre joven, blanco, occidental, heterosexual, cisgénero, con nula inteligencia emocional, con estudios superiores y que disfruta de una posición socioeconómica alta. Lo que influye, por un lado, en la autorecepción de los grupos marginales como jugadores y cómo éstos son contextualizados. Y, por otro lado, en la conservación misma del propio medio. Concretamente, la autora Irene Gil, denuncia como esta experiencia masculina ligadas a las estructuras de poder han marginado el papel de las mujeres, no solo el propio contenido del videojuego (personaje), también en el proceso de desarrollo y en la propia experiencia de juego.

Desde el punto de vista del contenido, Alberto Venegas reflexiona sobre la uniformidad de la percepción de la memoria histórica a través de videojuegos ambientados en la Segunda Guerra Mundial como *Medal of Honor* (Dreams Work Interactive, 1999), *Company os Heroes* (Relic Entertainment, 2006) o *Call of Duty* (Infinity Ward, 2003). Con el Desembarco de Normandía como acontecimiento estrella, estos títulos representan la Segunda Guerra Mundial como un binomio entre buenos y malos, donde el disparo se posiciona como principal, y en ocasiones único, escenario, mecanismo y contenido del juego.

Y no con ello pretenden que reneguemos de estos dispositivos, porque, y parafraseando a Velasco, “la mejor manera de cuestionar el juego es, precisamente, el propio juego”. Por tal motivo durante todo el libro, y desde una perspectiva crítica, los autores reflexionan sobre las nuevas posibilidades de pensar la realidad que otorga el videojuego, insistiendo en que son “artefactos comunicativos que contienen una ideología subyacente” (Sutton-Smith, 2011 en 2020:53) que, “además de reproducir y reforzar la ideología dominante de la sociedad en la que son creados” (Matt Garite 2003 en 2020:53), permiten crear espacios de resistencia, a través de discursos contrahegemónicos dentro de la propia experiencia lúdica.

En los últimos años, y siguiendo a Iñigo Porras, se ha observado un auge de iniciativas independientes que están promoviendo una maduración, tanto en contenidos como en mecánicas, dentro del sector. Todo esto está convirtiendo este dispositivo cultural en un medio de expresión, más libre y autónomo, y

comprometido con temáticas de actualidad político-social y dinámicas que persiguen visibilizar lo alternativo, lo que hasta este momento había sido “invisible”. Frente a la masculinidad occidental hegemónica y cultura laboral que se construyen en los videojuegos, los autores Ruth García, Begoña Cadiñanos, José Iván San José y Ricardo Lara nos acercan a la figura del proletariado a través de *Night in the Woods* (Infinite Fall, 2017). Un videojuego que, desde una crítica a la estructura social capitalista, recrea los cambios y efectos que provoca las crisis económicas en las clases más bajas.

Y, además de nuevo mecanismo de crítica social y de transmisión de valores, este volumen, a través del ensayo de Cristina Molina, propone estudiarlo “como una herramienta socializadora que puede modificar el conjunto de normas y valores” (2020:235), contribuyendo al cambio hacia “una comunidad más igualitaria, inclusiva y crítica” (2020:236). Porque, en definitiva, y en palabras de Flores: “de esto trata *Ideological Games*, de ver cómo nos moldean los videojuegos y cómo podemos usar ese conocimiento en la teoría y en la práctica de forma consciente en dirección a una praxis emancipatoria”, (2020:19).

Referencias

- FLORES, A., VELASCO, P. (Coords.). (2020). *Ideological Games: Videojuegos e ideología* (n.º 1.). Sevilla, España. Héroes de Papel.
- NEWZOO (2020). *Global Games Market Report*. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2020-light-version/>