

El videojuego, la industria de la escala enloquecida

Los videojuegos no son sólo una herramienta fundamental en la alfabetización digital sino que, como primeros representantes culturales en el universo digital, han construido su propio modelo mítico. Una deconstrucción y nueva mezcla de los orígenes del relato en tiempos de indigencia cultural, fácilmente extrapolables a un mundo real necesitado de un discurso acorde a los tiempos.

Palabras clave: videojuegos, cultura pop, lenguaje, mitología, sociedad, alfabetización digital

Introducción: no son juguetes

Es posible que la primera reivindicación de los videojuegos como medio cultural la tengamos en el elemento más analógico del videojuego comercial: las carátulas de los juegos de Atari 2600. La consola de Atari, un sistema de videojuegos doméstico a color con cientos de títulos, fue la protagonista del primer boom de los videojuegos en sus años dorados (1977-1983) y, abruptamente, la gran víctima y principal propiciadora de su primer crash. Pese a las razones obvias para ambos fenómenos (superioridad tecnológica y amplio catálogo para su éxito; políticas empresariales erráticas y distribución enloquecida para lo segundo), normalmente se ignora el peso de sus carátulas -la primera línea de la publicidad-, que terminaría marcando la diferencia perceptiva entre la concepción de “juguete electrónico” que todavía hoy persiste en algunos sectores sociales y el videojuego como creación puramente digital, medio en sí mismo de características únicas e intransferibles al resto de industrias culturales.

Hablemos antes de juguetes. Hasta esos años de gloria de Atari 2600, el mercado norteamericano del entretenimiento infantil estaba dominado por las grandes compañías jugueteras, cuya condición de negocio familiar con resquicios artesanales en la creación de sus objetos ya era poco menos que una broma publicitaria. Desde finales de los años 50, impulsadas por la demanda del “baby boom”, y durante las dos décadas siguientes, las jugueteras se convirtieron, mediante procesos de absorción y concentración, en empresas dominadas por la cultura corporativa, sembradas de ejecutivos sin relación directa con el producto. Esta nueva hornada de ejecutivos no sólo trajeron bajo el brazo un puñado de ideas importadas del marketing, sino que crearon su propio lenguaje a la hora de impulsar su sector. Por ejemplo, a los chicos de 5 a 13 años (los principales consumidores de cómics, juguetes y videojuegos en esta época) no se les vendían “muñecos”, palabra prohibida en el sector, sino “figuras de acción”. Y a la hora de valorar una nueva creación se acuñó un nuevo término de difícil traducción, *toyetic*, que podría definirse como “de apariencia o características que sugieren un juguete basado en ello”. Sólo ese término ha definido gran parte de las creaciones dirigidas al público infantil en los últimos 30 años (el más reciente, por ejemplo: la cancelación de una serie de Genndy Tartakovsky en la emisora Cartoon Network porque, pese a que la audiencia y la publicidad eran más que decentes, no había generado suficientes juguetes asociados a ella porque ninguna empresa la consideraba

lo bastante *toyetic*). Por último, se generó toda una producción de trasfondo, especialmente a partir de los años 80, en los que primero se creaba un juguete y a partir de ahí se encargaban a distintas empresas un conjunto de cómics, libros, videojuegos y serie de animación televisiva como estrella principal que sirvieran como nombre, gancho y líneas argumentales del juguete o, mejor dicho, de la marca.

Había razones para ello, la mayor de ellas las leyes sobre publicidad en las que había que sacar al niño de verdad moviendo los muñecos -perdón- reales durante gran parte del metraje, algo que no interesaba. La serie de animación ya servía como anuncio del juguete y el resto de productos, al no estar regulados como juguetes, podían anunciarse. Curiosamente, a la incipiente industria del videojuego para el hogar, Atari y las desarrolladoras que para ella trabajaban, esta regulación le hizo una serie de favores inmensos.

Las máquinas arcade de videojuegos -esos muebles públicos de funcionamiento a monedas en los que se alquilaba tiempo de juego- no se concibieron como objetos culturales. Miren el nombre, son objetos para la *arcade gallery* de las ferias. El propio fundador de Atari, Nolan Bushnell, se inspiró para el modelo de negocio de las mismas en su trabajo de juventud como vocero de feria. Cada máquina, eso sí, al tener un mueble y unas tripas dedicadas con lo último en hardware de entretenimiento, era más avanzada que cualquier dispositivo doméstico, por una mera cuestión de sensatez y precio. Las máquinas arcade eran su propia caja, su propia carátula (habría mucho que hablar sobre los diseños de los muebles y la colección de ilustraciones que los acompañaban) y su propio spot publicitario, merced a su *attract mode*: un despliegue de luz y sonido demostrando el mundo simulado al que accederá el jugador si echa una moneda. Si hubiera que buscar un equivalente con el cine, tendríamos que avanzar muchos años hasta las salas actuales, con esos monitores que emiten los tráiler de las películas encima de las taquillas. Cuando un jugador echaba una moneda, sabía perfectamente por esa conjunción de elementos dónde se estaba metiendo (o, en el caso de abstracciones sin referente real como Pac-Man, no, no sabía dónde se estaba metiendo, pero funcionaba).

En el caso de los videojuegos domésticos encontrábamos dos problemas. Primero, la máquina era incapaz de ofrecer la misma experiencia que un arcade. Independientemente de la televisión familiar a la que conectarla, las propias capacidades de la consola estaban muy por debajo de lo que podían ofrecer las placas dedicadas de los cinco duros (háganse a la idea de que esta curva de tecnología doméstica inferior a la placa arcade se ha prolongado hasta finales de los 90). Y por mero agotamiento del modelo arcade a nivel mundial. Segundo problema, este ya más relacionado con el resto de industrias culturales de soporte comercializable: uno no puede entrar en una tienda y jugar al juego/ver la película/leer el libro. Depende de otros elementos que, en el caso de los videojuegos primerizos, en ausencia de prensa crítica, se basaban en la carátula.

Un cartucho Atari 2600 no daba para casi nada. Cuadrados de colores bien gordos, paleta limitadísima de colores y un sonido digno de los estertores de los robots de la ciencia-ficción cincuentera. Cantidades ridículas de memoria que impedían una experiencia continuada, donde cada pantalla tenía que borrar a la anterior para poder existir. Un simulacro limitadísimo, en suma, cuya diferencia entre lo demandado (un mundo paralelo digital donde llevar a cabo acciones impensables o de difícil acceso en la vida real) y lo ofertado, se encontraba con el escollo insalvable de lo tecnológico. Pero, hay algo asociado al videojuego desde sus inicios: la promesa de futuro, la seducción del porvenir. En gran parte, gracias a su lenguaje primigenio: ante las limitaciones tecnológicas, se desarrolló un lenguaje basado en la iconicidad y la abstracción, en un semivacío perceptivo que empujaba al jugador a aportar su propio *input* sensorial, con la amable guía de las ilustraciones promocionales.

Donde el juego presentaba un par de cuadrados disparando líneas contra creaciones geométricas sobre un vacío negro, la semiótica de la portada in-

ducía a un espectáculo espacial de combates láser por el bien de la galaxia. La limitación publicitaria sólo ayudó a esto: los anuncios tenían que mostrar a los chavales jugando ante la consola y el cartucho, con la tele mostrada al fondo y textos que describían la muy subjetiva experiencia. Mientras un muñeco es un objeto físico, analógico, limitado en sus laudos promocionales por cosas como los puntos de articulación, el tamaño real y los materiales de los que está compuesto, un videojuego podía describir sin pudor el simulacro que aspiraba a recrear, por más que la tecnología no llegara. Mientras no se mintiera en cosas como el número de niveles o las características técnicas, el limitadísimo Space Invaders realmente ofrecía un combate interestelar donde ser el héroe que salvara a la tierra de la aniquilación. Lo de menos era que se obligara a sacar a chavales jugando. La propia mística del videojuego residía, precisamente, en lo que se estaba jugando, algo que la publicidad era, en sí, incapaz de mostrar.

Y cada carátula ofrecía algo inexistente también en lo físico. Dos de los aspectos más ignorados a la hora de estudiar el videojuego son que

a) no existe si alguien no lo está ejecutando. Pulsar “play” en una película la ejecuta, de forma secuencial independientemente de que alguien la esté mirando. En un juego, no pasa nada si después de pulsar play no se introduce ningún comando adicional. El juego no sucede.

b) cada ejecución de la obra da lugar a un resultado totalmente distinto. En una equivalencia código-partitura, o código-lenguaje escrito, sólo se permiten ciertas variaciones sobre una base a la hora de interpretar música o recitar, pero a la hora de jugar el código no es el que indica la obra, sino su entorno y sus posibilidades. El jugador, en todo momento, decide su ejecución, con mayor o menor fortuna, de forma irreplicable.

Ningún otro lenguaje hasta la fecha -no importa lo avanzado de su desarrollo- podía ofrecer una transferencia tan directa entre espectador y protagonista. Rapiñando las narrativas de la literatura, el cine, la música, la ilustración, etcétera, el videojuego se presentaba como algo más que un juguete, algo más que un juego infantil (el conjunto de reglas y su simulación matemática en tiempo real liberaba a la imaginación del trabajo sucio del cálculo: el “te he dado/no, no me has dado” no es discutible en las rutinas de colisión de objetos virtuales que fundamentaban los primeros videojuegos). La publicidad de Atari 2600, sus locas carátulas que prometían imposibles, iban por el buen camino: ofrecer otras vidas. Eso sí, unas más dinámicas, dependientes de la acción, inconsecuentes y transitorias, completamente basadas en la estimulación sensorial, que ya los cerebros se encargarían de aportar el resto y rellenar los huecos necesarios para que fuera una ficción.

Coda: Antes de continuar, creo que merece la pena señalar que ninguna corporación juguetera ha conseguido jamás un éxito rotundo o continuado en el mundo del videojuego, como productora o distribuidora. También, que Atari se estrelló porque llegó un momento en el que la distancia entre lo demandado y lo ofrecido llegó a ser abismal, en todos sus aspectos: la tecnología de los arcade hacía mucho que había dejado en el pasado a las consolas de Atari, y el hybris de la compañía les llevó a sacar más unidades de un espantoso juego de ET que consolas había en el mercado. Pero durante los siguientes 15 años se siguió recurriendo a portadas llamativas. La actualidad, sin embargo, con su incesante búsqueda del fotorrealismo en lo virtual, está produciendo unas carátulas del todo anodinas, poco más que capturas de pantallas de los protagonistas o sus enemigos, en muchos casos: nada de prometer más de lo que hay. Mal síntoma en una industria que se debe a la escalada enloquecida.

Aprendiendo a ser un videojugador

Arcadi Espada contaba hace unos meses en una charla que una hipótesis sociológica señalaba que la televisión en España vino a cumplir un lugar de alfabetización cultural durante los años del desarrollismo. Con un elevado ín-

dice de analfabetismo en comparación a sus vecinos, el elevadísimo poder de penetración de la televisión entró sin resistencia en las coordenadas de ocio, entretenimiento y cultura de un país apegado hasta la fecha a transmisiones orales y celebraciones locales, donde el libro y el periodismo pertenecían más a una burguesía aún incipiente que a la preeminencia de la clase rural. Espada señalaba que la principal diferencia entre nuestros vecinos y nosotros era que en Inglaterra, el elevado índice de lectura de periódicos (consecuencia de una buena alfabetización) desde hacía décadas hizo que la televisión tuviera que pelear, si no en igualdad de condiciones, sí con una cierta competencia a la hora de generar contenidos. Todo esto para explicar que la BBC es mejor que la televisión pública española por cuestiones históricas.

Cualquier analista de medios puede sacar distintas conclusiones. Ya desde tiempos de los pioneros rusos se conocen los efectos penetrantes que los signos/planos lenguaje audiovisual y su gramática del montaje puede provocar en un público no adiestrado. La propaganda, la manipulación informativa, las pulsiones emocionales del lenguaje cinematográfico, sumados a la resistencia de lo televisivo en los hogares y su emisión continuada para analfabetos culturales de todo signo eran el campo de abono perfecto para el cultivo de una sociedad sin conciencia crítica y muy vulnerable a la publicidad y la recreación de lo real con el disfraz de noticias.

Si hablo de todo esto es porque el videojuego es un medio próximo a la madurez, con su propio lenguaje y una característica única con la que el resto de medios aún sueñan: la interactividad. Mientras la televisión no requiere conocimiento previo y funciona en dos niveles de alfabetización para el receptor -el más bajo, el mencionado antes, poder entender lo transmitido sin necesidad de dominar el lenguaje y combatir sus efectos-, el videojuego requiere tres niveles de alfabetización funcionando en sincronía.

El primero y más evidente de estos niveles es equivalente al de la televisión o el cine: la capacidad de interpretar las imágenes y extraer de ellas un significado. El *attract mode* que comentábamos antes funciona a este nivel, pero su única función es la seducción del aún no jugador. El segundo nivel es el más interesante y la base de este artículo: la alfabetización del jugador como emisor. El tercer nivel sería el dominio del lenguaje a los dos niveles previos, pero aún no lo trataremos en profundidad.

El sistema de un videojuego (mientras la realidad virtual no lo remedie) se basa en la interacción hombre-máquina, la que va desde arrancar un coche hasta llamar por el móvil. Su elemento más importante es la doble interfaz. Por un lado, tenemos una interfaz analógica -el mando-, un sistema que manipulamos físicamente para transmitir instrucciones a la máquina y que ésta interprete para presentar los resultados en pantalla. Por otro, una interfaz virtual mostrada en la pantalla u otros elementos emisores del sistema en el que se nos explica la situación de nuestra partida: la puntuación, la aparición de problemas puntuales, las posibilidades de interacción con otros elementos virtuales... La competencia "lingüística" de un jugador se basa en la habilidad de correlacionar ambos elementos, algo más fácil de lo que parece desde una perspectiva menos analítica.

Volvamos a *Space Invaders* (ATARI, 1980) un momento. El jugador maneja una nave espacial -lo que se denomina *avatar*, el representante del dios jugador en el mundo, y las connotaciones míticas no sobran- en el fondo de la pantalla, que sólo puede desplazarse de izquierda a derecha sobre un eje de abscisas y disparar en vertical contra una flota alienígena que desciende desde arriba. La interfaz analógica en su versión arcade consta de una palanca y un botón. La palanca controla el movimiento horizontal respondiendo a la manipulación del jugador y el botón sirve para disparar los láser verticales. La interfaz virtual en este caso se limita a una presentación tipo *HUD* (*Heads-Up Display*, presentación de datos a la altura de los ojos) que muestra la puntuación -el único reto del juego- y el número de "vidas" restantes -el número de fallos que podemos permitirnos bajo su sistema de reglas antes de que termine la partida-. Para alguien que nunca haya jugado ni manejado un orde-

nador (y estamos hablando de finales de los años 70), la correlación de estos elementos no es evidente. El juego no presenta unas instrucciones claras de como operar la nave (ini siquiera es denotativo que *seamos* la nave!), ni el concepto de “vidas” esta claro (¿morir varias veces? No tenemos ninguna experiencia previa o ninguna razón para presuponer un concepto tan arbitrario). Es decir, hasta que no se juega y se prueba mediante ensayo-error lo que el juego nos permite hacer o no, sus tiempos de reacción y la forma en la que vamos consiguiendo puntuación o esquivando las muertes, no sabremos jugar.

Todo esto nos permite jugar a un juego, uno de los más simples. Pero los propios creadores han asimilado ciertos códigos: las interfaces permiten la creación de un número finito de posibilidades (ejemplo: una palanca estándar de la época se desplaza en ocho ejes y no permite rotación sobre sí misma) pero la asignación de instrucciones es arbitraria por parte de los programadores. Si el siguiente juego de naves hubiera asignado otros códigos, habría que reaprender casi todo el lenguaje desde cero, con la salvedad de que ya sabríamos que la única forma de que la nave haga algo reside en alguna combinación de palanca y botones: ahí tenemos los primeros signos alfabéticos del videojuego como lenguaje gestual. Por fortuna, convencionalismo y una cierta lógica, los desarrolladores del siguiente juego de naves que aportó una nueva mecánica (desplazamiento sobre el eje de ordenadas) decidieron conservar las instrucciones del anterior: la palanca se mueve de izquierda a derecha para abscisas y de arriba a abajo para ordenadas, el botón sigue disparando. Un jugador de *Space Invaders* tiene una ventaja alfabética sobre alguien que juegue por primera vez a *Galaga* (ATARI, 1987), por ejemplo. Y cuando aparece el siguiente juego de naves que cambia la perspectiva vertical a lateral, la traducción palanca-ejes se conserva.

Es decir, la forma de jugar es un lenguaje codificado que podemos aprender. Los códigos se transmiten de juego en juego de forma convencional, aunque previamente se asignen de manera arbitraria: cada vez que un desarrollador de videojuegos crea una nueva mecánica (el equivalente al montaje del videojuego, la posibilidad de realizar acciones e intervenir sobre el simulacro virtual), tiene que asignar un nuevo signo a la interfaz analógica. La interfaz analógica, con sus posibilidades finitas, evoluciona con el hardware. Un mando actual de Xbox 360 -por poner un ejemplo de interfaz clásica llevada al extremo- cuenta con: ocho botones programables, dos gatillos analógicos sensibles a la presión y el recorrido (piensen en un pedal de coche), y dos sticks analógicos de 360 grados de movimiento y que pueden actuar como botones al ser pulsados. Todos sus elementos pueden ser usados en distintas combinaciones signícas para ofrecer mayores posibilidades de interacción. No sólo eso, el propio mando cuenta con un elemento de la segunda interfaz: una vibración física que habitualmente se usa para expresar el contacto entre dos entidades virtuales. Un alfabeto digital no sabrá ni por dónde empezar, salvo previo e intenso estudio del manual de instrucciones y el tutorial del videojuego (una forma evolucionada de la interfaz virtual que explica en pantalla las acciones posibles y cómo ejecutarlas). Esta complejidad, también, ha alejado durante años a gran parte del público hasta la aparición de nuevas interfaces intuitivas (Wii, Kinect, iPhone) en las que el idioma ha cambiado y todos, jugadores con experiencia o no, empezaban desde cero, aunque no en todos los aspectos.

Coda: Supongo que antes de continuar no hace falta explicar que los videojuegos, como primer lenguaje cultural de la cibernética, han supuesto una ventaja para toda una generación. La llamada brecha digital entre operarios e inoperantes de dispositivos de acceso a redes y artilugios informáticos de la sociedad del conocimiento es inexistente para cualquier jugador de videojuegos. Los canales por los que un humano puede interactuar con un sistema informático son exactamente los mismos que las interfaces del videojuego: un hardware que permite un input de datos y una interfaz virtual de menús y botones y signos que nos indican lo que está pasando en la pantalla. La diferencia entre que yo corte y pegue partes de este texto según lo escribo para

editarlos, utilizando las instrucciones Ctrl+x y Ctrl+v, o que lance una bola de fuego con un luchador de Street Fighter mediante el comando “90º de palanca + botón de puñetazo” no existen desde el punto de vista de la teoría de la información

La dimensión del videojuego

El tercer nivel de alfabetización del videojuego es su discurso. Habitualmente, el discurso y su opcional subtexto se codifican en la obra para interpretación del espectador, utilizando todos los recursos semióticos a su alcance. En cristiano viejo: “qué cuenta” y “de qué va” son los aspectos primordiales de la narrativa clásica en cualquiera de sus vertientes, así como el “qué es” y “qué significa” dominan la estética, contemporánea o no. Considerando la cantidad de recursos que el videojuego toma prestado -una característica de su producción es que cada título canibaliza todo aquello que encuentra para asimilarlo, sea elemento estético, narrativo o mecánico- y que sus creadores comparten la autoría con el jugador, se entiende que todavía estemos en una cierta infancia teórica a la hora de aproximarnos a estos aspectos.

Sabemos que el videojuego es un simulacro virtual que depende de un actor/espectador para ejecutarse, y que las instrucciones que este aporta determinan el transcurso de los acontecimientos dentro de las posibilidades y el entorno que sus creadores han dispuesto (normalmente mediante límites marcados por la tecnología existente y el tiempo de desarrollo). Sabemos también que cualquier forma de videojuego viene marcada por la existencia de un avatar, que representa al jugador en este entorno y le confiere capacidades para manipularlo de forma activa.

Incluso en juegos tan simples como Super Mario, donde un avatar humanoide se desplaza hacia la derecha superando obstáculos con el salto como principal herramienta, la actuación del jugador cambia el mundo: los escenarios aparecen si el jugador se desplaza; los enemigos son sensibles a lo que el jugador Mario haga con ellos; los únicos límites son un cronómetro, una física ficticia que define nuestra capacidad de movimiento y salto, y unos límites sólidos (suelo, ciertas paredes) que marcan el límite de la pantalla. Busquemos el discurso de Super Mario con estas mimbres.

Lo primero que encontramos son límites arbitrarios: en Super Mario podemos ir hacia la derecha, pero no hacia la izquierda. No hay ninguna explicación racional en el juego para ello. Pero sí estética: Las coordenadas de *Super Mario Bros.* (NES, 1985) son la velocidad y el salto. Un jugador medianamente virtuoso, capaz de moverse de forma fluida y sin detenerse, puede convertir la partida en una experiencia estética basada completamente en la ilusión de movimiento: mientras Mario se mueva, nadie se dará cuenta de que el muñeco está prácticamente fijo en la misma zona determinada de la pantalla, que es el mundo el que se desplaza ante él -incluso se permiten aumentar este discurso en niveles avanzados, donde el escenario se mueve a su propio ritmo y Mario tiene que adaptarse. También sin explicación racional que no sean el reto y la variante mecánica: con lo aprendido hasta el momento, hay que adaptarse a esta nueva situación donde ya no somos los que deciden el desplazamiento). Mario suele morir desapareciendo de la pantalla (también por contacto con enemigos, pero es lo de menos), con un mensaje muy claro: detenerse es morir. Tomarse el juego con calma lleva a la muerte por cronómetro. Avanzar sin habilidad resulta en caídas o muerte por contacto. Todos los límites del juego y sus elementos de interfaz virtual (cabría destacar la música, como compás y con la melodía urgente de “vas a morir por falta de tiempo”) apuntan en una sola dirección: muévete con ritmo. Si la morfología de un videojuego son sus comandos de interfaz y su gramática las mecánicas que posibilita, su sintaxis es el diseño de niveles, el mundo que se pone a nuestra disposición y tal vez el elemento más importante que puede aportar el creador al jugador, a la hora de que este escriba su partida. Esa sensación de fallos y aburrimiento que la crítica señala a menudo en ciertos juegos ex-

cesivamente lineales, sin gracia, no es más que la frustración que produce en el jugador ser incapaz de expresarse en términos lúdicos con más que frases cortas.

Es el diseño de los mapas del simulacro, sus laberintos, sus opciones y diversidad a la hora de afrontarlos, los que marcan el devenir estético (siempre desde la acción, recuerden) de un videojuego. Los elementos estéticos tradicionales (visuales) de Mario no tienen ningún sentido aparente: hay un entramado de tuberías, setas que hacen crecer, parajes de fantasía, castillos, niveles donde se bucea, plantas sacadas de Las Habichuelas Mágicas e ideas lanzadas al aire con alegre anarquía (si una tortuga tiene alas puede volar, hay que rescatar una princesa de un monstruo que echa fuego, eres un fontanero que salta y bucea). Sin embargo, casi todos son ya elementos reconocibles de la cultura pop engendrada por los juegos clásicos (como los enemigos pixelados de *Space Invaders*, o *Pac-Man* (Namco, 1981), que todavía nadie sabe lo qué es tres décadas más tarde). Mario no pretende transmitir nada que no esté en la génesis del videojuego: sus elementos no están ahí para aportar una dimensión narrativa, sólo pretende ser divertido en todos sus aspectos, a un nivel infantil en el que las cosas se aceptan sin más, sin necesidad de realismo o coherencia interna. Mario es un juego en el que hay que moverse porque sí, y que debe casi toda su inspiración visual a los cuentos infantiles, muy especialmente a Alicia en el País de las Maravillas. Y el subtexto y el soporte narrativo por el que un fontanero entre en un mundo de fábula a rescatar una princesa (que es lo de menos) será el que el jugador quiera.

Como colofón, *Super Mario* también nos enseña una característica adicional y única: cualquier obra pretende tener principio y fin, sólo se percibe como completa al llegar al final. Pero los videojuegos no. Acabar un *Super Mario* puede llevar semanas o meses, dependiendo del grado de interacción y la habilidad del jugador. Un videojuego puede tener un final narrativo, pero como sus permutaciones permiten ejecutarlo infinidad de veces, el final será el que el jugador quiera, y sus lecciones principalmente mecánicas. Al revivir la obra pensaremos “por qué no salté aquí” o “vaya, si me meto por esta tubería la próxima vez”... Rescatar a la princesa es la mera excusa para volver al mundo de Mario y hacerlo mejor para uno mismo.

Y así con todos: los videojuegos están diseñados para complacer el ego del jugador en sí mismo, sin contexto real, para hacerle sentir importante y poderoso en simulacros sin mayor traducción. Para llevar el escapismo al infinito y otorgar el poder de los milagros. Y esto, no es una licencia poética. Si el discurso del videojuego es la acción, si el gancho es la diversión lúdica, si la recompensa es la experiencia extracorpórea de algo fantástico o inmarcesible, si el objetivo de un buen videojuego es que el jugador se sienta ninja, semidiós, supersoldado, general, deportista de élite, descubridor, héroe mítico artífice de proezas... Se puede justificar que la mejor definición del videojuego la dio un anuncio de Playstation 2 llamado Doble Vida (1).

Lo más entretenido del medio, además, es esa canibalización que comentábamos: el videojuego descubrió hace mucho tiempo que los principios de la antropología cultural del relato de Propp y Campbell (2) son el marco perfecto para sus historias, siempre supeditadas a la acción, donde cualquier narrativa clásica entorpece la libertad del protagonista: el jugador. La morfología de los cuentos de hadas y los pasos del viaje del héroe se adaptan perfectamente a las necesidades mecánicas del videojuego (por ejemplo, esos niveles de Mario en los que no se puede controlar el desplazamiento ocupan el estadio de prueba en los dos teóricos, pero no es enunciada. Nunca se nos dice que ahora toca adaptarse, o por qué ha sucedido: el videojuego omite el marco narrativo para dejar sólo la prueba. Porque al fin y al cabo, quien la resuelve o no es el jugador, no el protagonista). Al videojuego sólo le interesan (o sólo funciona con) de momento dos géneros clásicos: la épica y la tragedia, y siempre, pero siempre, bajo la forma el relato mítico.

Cada videojuego lleva implícito su propio *logos* en lo que no se ve: el diseño de niveles, los obstáculos, los retos, los puzzles, requieren una mezcla de pe-

(1) Sobre el que escribí largo y tendido en el volumen 3 de *Mundo Pixel*. Como no quiero repetirme, dejo una idea que se me escapó allí: que la mejor definición del último lenguaje cultural, el videojuego, la dé un anuncio fácilmente defendible como videoarte no es un insulto ni un ninguneo, sino la prueba fehaciente de que las definiciones culturales hace muchísimo que sobrepasaron las barreras que les dimos en el siglo XX.

(2) Propp, Vladimir 1968: *Morphology of the Folk Tale*. University of Texas Press. Campbell, Joseph 1980: *El héroe de las mil caras*. FCE México.

ricia y raciocinio. Las enseñanzas racionales del videojuego están en la base de su simulación informática -problemas matemáticos siempre, el mayor nivel de racionalidad según la clasificación clásica de las ciencias-, a la par con su envoltorio simulado. Díganle a un jugador de *Super Mario* que está calculando mentalmente velocidades vectoriales y parábolas como fuente de todo su entretenimiento y ya verán cómo reacciona. Como anécdota personal, cuando *Pokémon* se puso de moda impactó especialmente en los niños y los preadolescentes. Un verano, a dos primos míos, grandes aficionados a su mecánica (esencialmente, parámetros numéricos de operaciones aritméticas simples con forma de criaturitas que se pegan entre ellas de forma secuencial, cada una con sus propios valores), les propuse una partida de Pokémon mental, en ausencia de sus consolas. Como conocían de memoria los valores numéricos de sus criaturitas, fueron capaces, más o menos, de resolver un combate *calculando mentalmente los factores de cada ataque*, conmigo “arbitrando” la partida. Probablemente mucho más consciente (y aún más fascinado, como teórico que ellos de lo que acababan de hacer) les pregunté por sus notas en matemáticas y les señalé que, a todos los efectos, sus Game Boys eran poco más que calculadoras de dos botones que resolvían por ellos la carga numérica, con un bonito envoltorio de roedores eléctricos y dinosaurios vegetales. Sus notas mejoraron. Nunca volvieron a jugar a Pokémon, de paso. Creo que uno de ellos sigue resentido conmigo. Es una anécdota que saco a colación cuando me hablan de que los videojuegos no desarrollan ninguna pericia para la vida real.

Portal 2 (Valve, 2011), tal vez el juego con mayores logros de guión y al que en Mondo Pixel señalamos siempre como estandarte de la madurez del género, es una confluencia perfecta de todos estos elementos. Mecánicas muy diferenciadas que nos permiten actuar directamente sobre el mundo, mediante manipulación de la física y el espacio; una historia impresionante, muy bien escrita (tal vez porque Valve, su creadora, es la única empresa que tiene desde hace años guionistas residentes contratados. Es la excepción por su política de recursos humanos, no por las capacidades del medio); y una inteligencia creadora que les lleva a sumar la historia con la mecánica para contar el mito de Prometeo -y, según me respondió Javier Candeira, también el mito solar mesiánico común a casi todas las religiones, el que nosotros conocemos como Cristo-, con toda su carga moral, sin que el jugador pueda resistirse a sus enseñanzas, pues forma parte integral de las mismas. *Portal 2*, en lo que respecta a las capacidades del medio, ha sido la demostración perfecta de que es posible contar un relato esencial de la Humanidad sin perder ni un ápice de interés y, lo más importante, sin traicionar en ningún momento la esencia del videojuego (algo que pomposas tonterías como *Heavy Rain* (Quantic, 2010), poco más que una bastardización de aquel horror noventero que fue el “cine interactivo” han intentado en vano, precisamente por querer ser cine y no juego). De un gran videojuego desde los tres elementos del lenguaje que son acción, mecánicas y diseño de niveles. Al contestar a las cuatro preguntas del discurso y el subtexto, lo mejor que me ha enseñado *Portal 2* es que el videojuego plantea dos más, exclusivas del medio: “¿Qué haces?” “¿Cómo lo haces?”. Curiosamente, y desde el punto de vista de escritor, coincide mucho con las que cualquier creador se hace mientras trabaja en su obra.

Actualmente, para alguien alfabetizado en el videojuego -un medio donde continuamente se discute de tú a tú con sus creadores- sólo por el simple hecho de jugarlo, el medio no es un sustituto ni un complemento de las otras artes y soportes, sino una reivindicación de esa promesa de futuro que les comentaba en las carátulas de Atari 2600. Que el resto de medios tengan que ir aceptando poco a poco su gramática y sus contenidos, sin llegar a entenderlos, resulta hasta cierto punto divertido. La única excepción, tal vez, sea *Matrix* (EUA, Warner Bros. 1999), de los hermanos Wachowski, y no sólo por su forma de adoptar la estética de la acción (algo en lo que la supera el *Crank* (EUA, Lakeshore Ent. 2006) de Nevelidine & Taylor, que asume todos los postulados del videojuego: el primero de ellos, que la coherencia y los límites de lo real se supeditan a la mecánica discursiva sin necesidad de excusas. *Crank* es, tal vez, el único videojuego que no se juega, antes que una película), sino

por su subtexto: Neo el Elegido, protagonista de un relato mítico con características de superhéroe, es el Mesías de un universo virtual cada vez que se enchufa a la partida.

Coda: sin demorarme mucho en esto, al hilo de *Matrix*. Mi punto de vista filosófico con relación a los videojuegos es el siguiente: todavía no hemos salido de la demolición estructural del posmodernismo y sus hijos, que se llevó por delante todos los sistemas establecidos de 25 siglos de búsqueda de una verdad absoluta y posiblemente inexistente. En una crisis de ideologías y valores, el videojuego ocupa un lugar de sustitución de lo religioso. Es un poco maniqueo, pero si la ciencia ha contribuido tanto a destrozarse los dogmas religiosos, también ha sido lo bastante maja para que uno de los entretenimientos a los que contribuye directamente sea su perfecto sustituto. Un videojuego me permite acceder a otra realidad, superior y platónica, cerrada, donde puedo llevar a cabo hechos imposibles y satisfactorios a los que no puedo aspirar en la vida terrena. ¡Y ni siquiera tengo que morir y llevar antes un férreo código moral previo y aleatorio para acceder a esas recompensas! Como ateo, agradezco mucho la existencia del videojuego en cuanto a morfina existencial. Dentro de unos 30 años, cuando las interfaces hombre-máquina domésticas sean más cercanas y las calidades de los simulacros casi indistinguibles sensorialmente de la realidad, me dicen si he exagerado mucho, por favor.

PD: Un problema

La evolución del medio es, hoy por hoy, indescriptible: sus características de género, las distintas interfaces (que no sólo modifican el idioma cibernético, sino las obras que de él surgen) y especialmente la diversidad de soportes transforman continuamente los intentos de establecer una tipología. Por ilustrar su limitación tecnológica: un libro es texto desde un papiro hasta una pantalla digital, mientras que un videojuego depende de que la máquina que lo alberga pueda ejecutar su código y soportar su interfaz. Podría ponerles el ejemplo de los juegos en PC, donde tradicionalmente se ven juegos distintos dependiendo de qué máquinas los ejecuten. Peor aún, la crítica de videojuego todavía no tiene ni los dientes de leche: la prensa del sector ha sido, en su mayor parte, una guía de compras con absurdas notas numéricas, entregada a la anticipación hiperbólica (el dichoso *hype*) y a la discusión inservible de qué máquina presenta los mejores gráficos, como si el videojuego fuera el papel en el que va envuelta la tarta, y no su relleno. Como si la tarta fuera mentira.

Esta ausencia de crítica se acompaña de su sumisión al criterio de las grandes distribuidoras e incluso a sus propios errores: el *hype* muchas veces propicia que lo que se ha anticipado como bueno tenga que ser, finalmente, bueno para la prensa, no sea que se contradiga con respecto al mes pasado, eso que Cioran llamaba “el drama de todo pensamiento estructurado: no permitir la contradicción. Tener que mentir y caer en lo falso para resguardar la coherencia”. (3) Hay que tener en cuenta que no ha habido periodistas profesionales ni críticos con formación hasta hace, más o menos, una década y, aún así, la estructura de todos los medios, salvo contadas excepciones, ha sido inamovible incluso dentro. Sólo con Internet y el nuevo impulso autoeditor que ha traído a todos los soportes se están viendo intentos de generar texto crítico, con muchos años de retraso y muchos conceptos aún por cocinar.

Teniendo en cuenta que las ideas de este artículo se refieren al videojuego comercial (el de mayor trayectoria y el que más impacto ha tenido entre la gente), no sé si podrían aplicarse a un rango de videojuegos que incluyen desde los proyectos artísticos de gente como Julian Oliver y sus juegos-objeto; a proyectos independientes como el *Chain World* (2011) de Jason Rohrer del que sólo existe una copia que sólo puede jugar una persona cada vez; o incluso de arcades japoneses postseculares cuya interfaz consiste en meter violentamente los dedos en un culo artificial a personas que no existen.