

# El videojuego como marco expresivo. Estética, reglas y mundos de referencia

Antonio José Planells de la Maza

Calle de García Luna, 15 2º C  
28002 Madrid  
anton\_planells@hotmail.com;  
aplanell@pa.uc3m.es

## Resumen

---

El auge del ocio electrónico reclama juegos cada vez más complejos desde el punto de vista técnico y narrativo. El presente artículo parte de una concepción del videojuego como vivencia narrativa para estudiar y proponer una tipología del juego centrada en la enmarcación de un mundo de referencia dado. A través del *framing*, la estética y las reglas, se construyen distintos tipos de mundos de juego que oscilan entre la mimesis lúdica y la subversión persuasiva del mundo de referencia.

**Palabras clave:** Videojuegos, narrativa, perspectiva lúdica, persuasión, *framing*.

**Abstract.** *The video game as expressive frame. Aesthetics, rules and worlds of reference*

---

The summit of the electronic leisure claims games increasingly complex from the technical and narrative point of view. The present article departs from a conception of the video game as a narrative experience to study and to propose a typology of the game centred on framing a concrete world of reference. Across framing, the aesthetics and the rules, different types of game worlds are constructed that range from the playful mimesis up to the persuasive subversion of the world of reference.

**Keywords:** Video games, narrative, playful perspective, persuasion, framing.

## 1. Introducción

### *Videojuegos y vivencias narrativas*

Xavier Ruiz Collantes ha propuesto recientemente una nueva categorización de videojuegos bajo el prisma de la vivencia narrativa. Sostiene que la actividad del juego y la de la recepción de un relato cumplen una función específica parecida; la creación de «vivencias narrativas».

El autor define la vivencia narrativa como «una experiencia cognitiva, emocional y sensorial que es producto del hecho de que el individuo que la experimenta se vea inmerso en una estructura de vida articulada como narración» (Ruiz Collantes, 2008: 19). Éstas aparecen como construcciones culturales en nuestra vida diaria a través de recuerdos, sueños o la imaginación; lo esencial en la construcción de la vivencia narrativa es la narrativización de la experiencia, explicitar la experiencia para que cobre sentido.

Si recordamos en nuestra mente una historia y exteriorizamos la narración la convertimos en un relato independientemente de la forma que éste adopte (un monólogo, un libro, una película...). El relato ya no pertenece al flujo vital del día a día sino que se extrae de éste para convertirse en un ente autónomo con su propia estructura interna (acciones, actantes...) y delimitado por un inicio y un fin.

Bajo esta concepción y tomando como referentes a Huizinga (1987) y Callois (1991), Collantes establece una categorización de los videojuegos como vivencias narrativas en función de su remisión o no a otro mundo; juegos de compactación y juegos de representación (Ruiz Collantes, 2008: 22).

Los juegos de compactación presentan un microcosmos autónomo no ligado a un mundo exterior que se define por sus propias reglas y estrategias narrativas, como el fútbol o el ajedrez. La construcción de estos juegos parte de una elaboración propia e interna de las reglas a seguir y que además resultan independientes del mundo fuera del juego; las propiedades de la torre en el ajedrez o la posibilidad de que el portero coja el balón con las manos son inherentes del juego y autónomas del mundo real.

Por otro lado, los juegos de representación construyen su estructura normativa a partir de las reglas de un mundo exterior, un mundo de referencia que sirve de inspiración para crear un mundo simulado *ingame*. De este modo, la articulación del mundo simulado responde a un respeto mimético, más o menos estricto, de los elementos originales; personajes, comportamientos, estética... Actualmente videojuegos sociales como *The Sims* se construyen a partir de este mundo referencial.

Tanto los juegos de compactación como los de representación presentan características comunes con el relato tradicional.

En primer lugar, tanto los videojuegos como los relatos funcionan con secuencias de acciones, transformación de estados y situaciones (Ruiz Collantes, 2008: 28).

En segundo lugar, ambos se encuentran encapsulados y funcionan de

manera autónoma de la vida cotidiana aunque con ciertas particularidades. El juego representación, como el relato, plasma un mundo de referencia al que pretende emular en mayor o menor grado. En el caso de los juegos de compactación no se produce tal mimesis sino que su parecido con el relato radica en la construcción de un inicio y un fin determinados e inalterables, así como en la existencia de un sujeto que debe afrontar un reto, que genera el interés y la incerteza sobre el resultado final (Ruiz Collantes, 2008: 28-30).

Ahora bien, la diferencia esencial entre el relato y el videojuego se presenta en la forma de construir y emitir la narración. Mientras que el relato utiliza la enunciación de un autor a través de un aparato discursivo el videojuego despliega una narración *performance*; la construcción a través de las decisiones del jugador (Ruiz Collantes, 2008: 31).

### *Enmarcando la realidad: mimesis y subversión del mundo de referencia*

George Lakoff define los marcos como «estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo [...] conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones» (Lakoff, 2004: 17). De este modo, el marco (*frame*) aparece como una construcción particular de una realidad más amplia; las consideraciones morales, las metas y objetivos vitales, los comportamientos sociales..., todo ello resulta seleccionado, clasificado y encerrado mediante la técnica del enmarcado (*framing*). Así, dependerá de nuestro marco particular considerar correctas o erróneas grandes cuestiones como la pena de muerte o el aborto, pero también valores tan personales como la amistad o el amor. Por lo tanto, el marco define nuestra visión del mundo y, en consecuencia, determina en mayor o menor grado nuestras acciones.

Como se ha apuntado anteriormente, los videojuegos generan una vivencia narrativa en la interacción con el jugador. A través de la narración *performance*, el jugador explora un entorno (el llamado *game world*) y con sus elecciones impulsa y genera su propia vivencia; desde la competición deportiva en un juego como *Fifa 09*<sup>1</sup> hasta la tensión dramática de *Silent hill*<sup>2</sup>.

Ahora bien, la construcción de un videojuego y, por lo tanto, su posterior transformación en vivencia narrativa se encuentra determinada por un marco discursivo concreto. El diseñador planifica los espacios, personajes y eventos en referencia a su concepción y conocimiento del mundo real en el que habita.

1. *Fifa 09* es un simulador de fútbol con vocación internacional; se puede jugar con 500 equipos en 30 ligas (entre ellas, la española) y 41 selecciones nacionales.
2. *Silent Hill* pertenece al género denominado *survival horror* que se basa en una estética *gore* y una ambientación opresiva heredada del cine de terror. Con abundantes escenas cinemáticas, el juego propone la historia de Harry Mason y la búsqueda de su hija perdida, Cheryl, en el fantasmagórico pueblo de Silent Hill.

Y, además, en conjunción con el mayor grado de diversión posible.

Los videojuegos han planteado, ya desde sus inicios, la posibilidad de reemmarcar nuestro mundo real creando un objeto distinto. Tomando como marco teórico la semiótica estructuralista de Greimas (1970, 1982 y 1987) podemos ver cómo los marcos de los videojuegos se manifiestan a través de un «lenguaje», un nivel superficial. La forma de los personajes y objetos, los colores o el sonido construyen un lenguaje audiovisual. Del mismo modo, las reglas que nos habilitan o prohíben ciertas acciones también pertenecen a este nivel superficial. La abstracción de este nivel superficial, el nivel axiológico, muestra la construcción del marco, la «idea de ese mundo». El nivel axiológico abstrae cómo se utiliza la estética y las normas del videojuego para construir un marco general.

Es evidente que esto no sucede en los juegos de compactación; en tanto que se «autoconstruyen» sin buscar un referente externo no hay relación con un mundo de referencia. Se presentan como única realidad, su propia realidad. Los juegos de representación, en cambio, apelan necesariamente a un marco de origen del que seleccionan unos elementos y se constituyen en un nuevo marco discursivo más o menos fiel.

#### *Elementos constitutivos del nivel superficial en el enmarcado de videojuegos*

¿Cuáles son los elementos fundamentales en la construcción del nivel superficial del marco en un videojuego? Esencialmente se pueden considerar dos grandes grupos: componentes estéticos y componentes normativos.

Los componentes estéticos reflejan la naturaleza audiovisual de los videojuegos con la construcción de personajes, entornos u objetos. En función del marco que se quiera desarrollar, la estética puede ser más *realista* (más fiel al mundo de referencia) o más *subversiva* (desviación en la fidelidad de dicho mundo). Entendemos por realismo desde la representación fiel, es decir, la construcción mimética del objeto del mundo de referencia, hasta la exageración de algunos atributos, pero sin llegar a alterar la percepción de dicho objeto en un marco discursivo ampliamente aceptado. Por ejemplo, *NBA 2k9* plantea una estética mimética en relación al marco de referencia (el diseño de los rostros de los jugadores, las equipaciones y escudos de los equipos de baloncesto...). En otro grado, el estilo *cartoonish* de algunos juegos de humor como *Theme Hospital*<sup>3</sup> exagera atributos sin llegar a modificar la esencia de lo representado.

El concepto de la subversión en el componente estético por lo tanto buscará la modificación de la esencia del objeto primario a favor de otro secundario. En realidad, la subversión partirá en la mayor parte de casos de la introducción estética de otro marco de referencia.

Los componentes normativos son el epicentro de estudio de la mayor par-

3. *Theme Hospital* es un juego de estrategia que parodia el mundo de la medicina a través de la gestión de un hospital.

te de académicos, que crean clasificaciones (Salen y Zimmerman, 2003) o discuten sus complicadas relaciones con el mundo ficticio del videojuego (Juul, 2005). Las reglas construyen el fundamento del juego, en tanto que determinan el objetivo, su inicio y fin y las reglas de acciones posibles y prohibiciones para el jugador. Del mismo modo que los componentes estéticos, el sistema normativo puede tender a un mayor realismo respecto el mundo de referencia o mostrarse más subversivo.

Las técnicas de construcción del marco discursivo difieren en función de si se trata de juegos de compactación o juegos de representación.

En los juegos de compactación el marco está *autocompletado*. Su condición de microcosmos autónomo del mundo real implica la necesidad de autorregulación normativa y estética para poder funcionar correctamente. De este modo, juegos «abstractos» como *Tetris*<sup>4</sup> generan ellos mismos su propio marco; su estética particular y sus reglas de juego particulares. No hay referencia estética ni normativa del mundo real sino que se generan ellos mismos todos estos componentes, aceptamos jugar mediante una estética y unas normas autogeneradas. Del mismo modo, los juegos compactación del mundo real, como el ajedrez o el fútbol, se dotan de un marco específico con unos componentes concretos; la determinación estética con la forma de las fichas en el ajedrez o la indumentaria en el fútbol y el sistema de reglas con, por ejemplo, el movimiento del alfil y el fuera de juego. De este modo, cuando alguien nos dice «juguemos al ajedrez» inmediatamente pensamos en una estética y unas reglas determinadas, independientemente de que luego éstas puedan ser modificadas por un marco distinto.

En los juegos de representación el marco es *referencial*. El juego de representación parte de la premisa de la creación de un mundo simulado en relación a un mundo de referencia. Por lo tanto, el diseño del juego se fundamenta en la concreción, más o menos fiel, de ese mundo real. El componente estético debe respetar, a grandes rasgos, la mimesis y el componente normativo la construcción de personajes, sus relaciones y sus acciones.

### *Perspectiva lúdica, perspectiva persuasiva*

Los videojuegos se fundamentan esencialmente en su capacidad lúdica. El cometido principal de todo juego es el entretenimiento, disfrutar de su propuesta. Una propuesta que, como ya se ha establecido, se transforma en vivencia narrativa para el jugador.

Para cumplir con esta tarea los videojuegos deben tener sentido y a la vez ser intrascendentes. Deben tener sentido en tanto que planteen una cohesión narrativa basada en reglas y objetivos. Además, la intrascendencia construye el videojuego como un paréntesis en nuestra vida diaria, un espacio independiente

4. *Tetris* es un rompecabezas de enorme éxito comercial en el que el jugador recibe una constante lluvia de fichas que deberá eliminar generando filas horizontales.

que no pretende influir en la misma (Ruiz Collantes, 2008: 45). La conjunción entre sentido e intrascendencia, el encapsulamiento del juego y la relevancia del desarrollo del mismo por encima de su resultado fundamenta la *perspectiva lúdica*.

Desde la perspectiva lúdica, un videojuego es autónomo de la realidad, tiene sentido y es intrascendente. Esta autonomía hace referencia a la posible afectación que tenga el resultado del videojuego sobre nuestra vida, pero sí deben tenerse en cuenta aquellos elementos externos del juego que puedan afectar al desarrollo de éste. Si el videojuego no cumple la perspectiva lúdica (no tiene sentido o intrascendencia, no está encapsulado...) nos encontramos con una perspectiva no lúdica y, por lo tanto, ante un no juego (Ruiz Collantes, 2008: 39-45).

No obstante en los últimos años han aparecido un conjunto de videojuegos que parecen sobrepasar la perspectiva lúdica, al menos como principal objetivo. Se trata de los *persuasive games*, que incluyen los *advertgames* (juegos publicitarios para instar el consumo de un producto o servicio) y un amplio abanico de videojuegos de crítica social. Estos videojuegos establecen otra perspectiva prioritaria que denominaremos *perspectiva persuasiva*.

La perspectiva persuasiva y la perspectiva lúdica difieren en algunos aspectos. Mientras que en la perspectiva lúdica el videojuego es serio, en la persuasiva puede reducir o incluso anular este aspecto. Si la visión lúdica es intrascendente y autónoma del mundo real, en la perspectiva persuasiva el juego es trascendente y pretende influir, en mayor o menor grado, en la vida del jugador. Mientras que en la perspectiva lúdica se genera un marco de entretenimiento, en la perspectiva persuasiva el marco deviene ideológico o influyente.

Por lo tanto resulta clave analizar qué mecanismos de construcción de marcos ha introducido la perspectiva persuasiva, así como cuáles son los sistemas de persuasión más adecuados para un videojuego.

### *Tipología de marcos: conjunción de mundos y construcción de los niveles superficial y axiológico*

La creación de un videojuego supone asociar y conjugar marcos, ya sean estos de juego de compactación o de juego de representación (marcos auto-completados o referenciales). La relación de marcos plantea distintos grados de *realismo* y *subversión* por lo que podemos establecer cuatro grandes categorías de enmarcado:

#### *Estética realista, reglas realistas*

El género de juegos deportivos es quizás el mayor ejemplo de esta categoría. Como hibridación entre juegos de compactación y juegos de representación (Ruiz Collantes, 2008: 27), los juegos deportivos plantean un mundo autónomo en asociación con un mundo de referencia. Juegos como *Fifa 09* o *F1: Championship Edition* presentan un juego de compactación (fútbol y fórmula 1, respectivamente) en relación con un mundo de referencia (clubes de fútbol y jugadores reales, escuderías y pilotos reales), aunque no se encuentran en equili-

brio. El juego de compactación proporciona un marco general de juego, aparece como el nivel axiológico, mientras que el juego de representación impone, en el nivel superficial, sus componentes estéticos y algunos normativos; en el caso de *Fifa 09* el nivel axiológico viene definido por el juego de compactación; el fútbol puede abstraerse en un conjunto de reglas y figuras estéticas conocidas por todos. En cambio el nivel superficial viene dado por un juego de representación; los jugadores no son todos iguales sino que siguen modelados y con animaciones personalizadas en función de su estética real. Además, las reglas tampoco son homogéneas. Las posibilidades de juego (y por lo tanto la dificultad) difiere entre escoger el Fútbol Club Barcelona o el Almería a través de normas como la velocidad de los jugadores o la potencia de tiro.

Lo mismo sucede en el caso de *F1: Championship Edition*. Las reglas del juego de compactación regulan el deporte de la fórmula 1 (número de vueltas, acceso a *boxes*, maniobras ilegales...), pero el juego representación plantea tanto una estética fiel con los colores de las escuderías y el modelado de los rostros de los pilotos como unas reglas propias (la física de los monoplazas difiere en función del equipo).

Por lo tanto, en este tipo de juegos lo fundamental es pues el respeto más o menos escrupuloso del mundo de referencia; se busca un realismo en su estética y un realismo en sus normas. Se podría hablar de *juegos de tendencia mimética*.

### *Estética subversiva, reglas realistas*

En ocasiones algunos juegos plantean unas normas fidedignas, pero se produce una subversión en el componente estético. En estos casos, el juego en realidad se conforma a partir de dos o más marcos de referencia distintos que comparten el mismo espacio. Pero a diferencia de la anterior categoría la estética no es realista y además ésta intenta imponerse al componente normativo; el juego es diseñado y cobra importancia precisamente por la hegemonía de la estética subvertida.

La subversión estética aparece cuando se utiliza como arma persuasiva a través de la retórica visual. Es el caso de *Bush vs Kerry Boxing*.

Durante las elecciones norteamericanas de 2004, la empresa Sorrent adaptó su videojuego de boxeo *Fox Sports Boxing* modificando las cabezas de dos de sus personajes que aparecían con las de George W. Bush y John Kerry, y lo relanzó con el nombre de *Bush vs Kerry Boxing*. El argumento retórico es evidente. Y su potencial comercial también. En este caso, un juego híbrido previo fue reelaborado respetando las normas del juego y subvirtiendo la estética; no es realista que los dos candidatos a presidente de Estados Unidos sean boxeadores. La estética se impuso a la importancia de las normas ya que el objetivo del diseño del videojuego iba más allá de un simple combate de boxeo.

Otro caso interesante sucede en los *advertgames*, juegos diseñados con la intención de persuadir en la adquisición de algún producto o servicio. Juegos como *Casino Royale Poker* o *Minute Maid Mah Jongg* proporcionan un espacio lúdico con reglas conocidas (el póquer o el Mah Jongg) mientras la imagen de la

marca en cuestión aparece constantemente enunciada. Otra vez, ante reglas de juego realistas la imagen aparece subvertida y, en ese caso, con una clara intención persuasiva.

Algunos autores han destacado la escasa importancia de la retórica visual en los videojuegos a favor de otras formas persuasivas más adecuadas (Bogost, 2007). En realidad, la subversión estética plantea una persuasión débil ya que difícilmente sobrepasa el nivel superficial. Tanto *Bush vs Kerry Boxing* como los *advertgames* antes mencionados construyen un nivel superficial persuasivo; «escoge a tu líder político y juega a boxeo contra tu enemigo», «juega al Mah Jongg con fichas de productos de la marca Minute Maid». No obstante, las reglas del juego siguen siendo realistas con el marco de referencia de origen (en este caso, el marco autocompletado de los juegos compactación). Por ello, la diferencia entre un juego de boxeo normal y *Bush vs Kerry Boxing* es únicamente visual. No hay un esfuerzo en el diseño para intentar subvertir las reglas de tal manera que el videojuego no se acabara limitado a un simple combate de boxeo o a una partida del Mah Jongg,

De este modo los videojuegos con marcos estéticamente subvertidos plantean sistemas de persuasión basados en la retórica visual y que, ignorando la esencia fundamental de un videojuego, su componente normativo, resultan débiles en su cometido.

### *Estética realista, reglas subversivas*

Como hemos visto, los juegos deportivos tienen una tendencia mimética clara (se conjuga un marco autocompletado del juego de compactación con algunos elementos relevantes del marco referencial del juego de representación). No obstante, en gran cantidad de videojuegos el marco de referencia es excesivamente amplio como para reproducirlo en su totalidad. En estos casos, se puede producir una estética realista del marco de referencia, pero ante un componente normativo excesivamente amplio el diseño puede subvertir la referencia hasta el punto de desnaturalizarla. Es el caso de *The Sims* y *Civilization IV*.

En *The Sims* debemos gestionar el día a día de una familia; desde la limpieza del hogar, la ropa, decoración y la comida hasta las relaciones sociales y el trabajo. El marco referencial es realmente amplio; la forma de vida de una familia contemporánea occidental. Y por lo tanto la capacidad mimética se reduce.

Las reglas que rigen *The Sims* han generado una gran polémica por su enfoque hacia el consumismo capitalista (Frasca, 2001); en el nivel superficial se gestiona el devenir de una familia occidental y se presentan múltiples opciones de juego. No obstante, todas ellas implican un constante consumo para poder mantener los niveles óptimos en el juego. La cantidad de amigos que pueden tener los personajes se mide por su capacidad de comprar objetos de decoración o por el tamaño de la casa. De este modo, el nivel axiológico del marco creado por el videojuego se puede construir con la frase «la vida de una familia occidental se fundamenta en un constante consumo para poder ser feliz».

*Civilization IV* es un juego de representación aún más ambicioso. Su marco



de referencia es la historia de la humanidad a través de sus distintas civilizaciones. Con una estética realista, *Civilization IV* plantea algunas reglas que permiten mostrar un marco discursivo claro. Algunas de estas normas son, por ejemplo, la práctica imposibilidad de superar el juego en paz, salvo por superioridad militar. O la consideración del anarquismo como un estado de transición y no como un sistema político propio. O la religión como fuente de felicidad a partir del budismo y el hinduismo (curiosamente, el paganismo es el estado inicial y no proporciona ningún tipo de bonificaciones). El nivel axiológico de *Civilization IV* es muy extenso y difícil de resumir ya que su marco de referencia es igualmente extenso. El juego en este nivel establece, por ejemplo, que la humanidad no es capaz de prosperar sin conflictos bélicos debido a la práctica imposibilidad de finalizar el juego sin entrar en guerra.

Tanto *The Sims* como *Civilization IV* toman unos marcos de referencia muy amplios y se ven obligados a reducirlos para poder hacer operativo el juego. De esta selección de elementos del marco principal se generan los marcos propios de cada uno de los juegos y, por consiguiente, sus niveles axiológicos y superficiales.

Ahora bien, la estrategia que siguen estos dos títulos no es persuasiva. La mayor parte de juegos realizan en mayor o menor grado esta reducción del marco de referencia, y aunque esta reducción sea muy determinada no implica que pretenda ser persuasiva. Que la ideología constituyente del marco de *The Sims* sea favorable al consumismo no quiere decir que *The Sims* pretenda que el jugador adopte esta postura más allá del juego. Del mismo modo, *Civilization IV* no propone la necesidad del rearme estatal como única garantía de prosperidad nacional. En ambos casos, los marcos se mueven dentro de la perspectiva lúdica.

*September 12th* es un buen ejemplo de perspectiva persuasiva. Con una estética *cartoon* y tomando como marco de referencia la política norteamericana en Iraq, el juego muestra una ciudad árabe en la que los civiles se mezclan con los terroristas por las calles. A través de un punto de mira el objetivo es el de eliminar a los terroristas con misiles intentando no causar bajas civiles. Si muere algún civil los otros que pasen cerca de allí se convertirán inexorablemente en terroristas. Este nivel superficial, la estética y las reglas del juego explicitan un nivel axiológico determinado; la violencia engendra violencia y el uso de la fuerza como única vía de solución del terrorismo es inútil. Si además añadimos el elemento de que el juego nunca finaliza (no hay puntuación, ni objetivo final) entonces la violencia se convierte en un fenómeno viral y sin fin.

*September 12th* no responde a algunos de los componentes habituales de los videojuegos. En la pantalla de presentación se nos advierte de que no es un juego. No tiene objetivo ni meta. No se puede ganar ni perder ya que nunca se acaba.

¿Qué diferencia *The Sims* o *Civilization IV* de *September 12th*? En ambos casos se construyen nuevos marcos limitados a partir de marcos referenciales realmente amplios. La diferencia clave es la perspectiva sobre la que se diseña el videojuego.

En el primer caso el marco se inscribe en la perspectiva lúdica; videojuegos serios e intrascendentes, autónomos del mundo real. En el segundo

caso, en cambio, la perspectiva persuasiva tiene mayor peso que la perspectiva lúdica. De este modo el juego rompe con lo serio, no hay objetivo y el juego no puede acabar, y tiene pretensión de trascendencia; el marco generado desea superar el encapsulamiento e influir en la concepción que tiene el jugador del marco de referencia.

Como hemos visto, *September 12th* pertenece a un grupo de videojuegos que buscan la persuasión a través de las normas ignorando la retórica visual explícita. Ian Bogost ha establecido el concepto de «retórica procedimental» para explicar este tipo de sistema persuasivo. A diferencia de la retórica visual, la retórica procedimental es la «forma de persuadir a través de procedimientos en general y procedimientos computacionales en particular. Del mismo modo que la retórica verbal es útil tanto para el orador como para la audiencia, y así como la retórica escrita es útil tanto para el escritor como para el lector, la retórica procedimental es útil tanto para el programador como para el usuario, el diseñador y el jugador. La retórica procedimental es una técnica para construir argumentos con sistemas computacionales y para leer argumentos computacionales que otros han creado previamente» (Bogost, 2007).

De este modo, en esta categoría encontramos dos formas de subversión normativa junto con una estética realista. Por un lado, videojuegos que simplifican marcos de referencia amplios y sometidos a una perspectiva lúdica; el nuevo marco cobra importancia y sentido únicamente en el seno del juego. Por otro lado, videojuegos que bajo una perspectiva persuasiva simplifican igualmente un marco amplio pero que pretenden ser trascendentes; el nuevo marco tiene sentido dentro y, sobretodo, fuera del juego.

### *Estética subvertida, reglas subvertidas*

A día de hoy, la mayor parte de *persuasive games* se encuentran en esta categoría. En este caso la subversión del marco de referencia es doble; ante un marco primario se impone la subversión estética y normativa de un marco secundario que interesa destacar. Es el caso de *McDonald's Video Game* y *Raid Gaza!*.

En *McDonald's Video Game* el jugador debe dirigir la empresa de hamburguesas más importante del mundo, desde el cuidado de las vacas hasta la cadena de restaurantes pasando por las campañas de marketing y concienciación. El marco de referencia primario es el de la empresa McDonald's; todo el mundo conoce su marca, su estética y su payaso, qué se puede comer allí y la calidad que ofrecen. ... El marco secundario que debe destacarse y que se encuentra en el nivel axiológico del juego es «MacDonald's es una empresa que ofrece productos adulterados, de baja calidad y que utiliza toda posibilidad, incluso ilícita e inmoral, para expandir sus beneficios». Su nivel superficial plantea la subversión estética y normativa del marco de referencia. Desde el punto de vista estético la portada del juego ya es una evidente declaración de intenciones; una bandeja con un menú de McDonald's sobre un charco de sangre. Hay otros elementos estéticos interesantes. Por ejemplo, el payaso tiene una sonrisa demoníaca que se puede asociar a valores como el engaño o la mala fe. Y los trabajadores de

McDonald's sonríen constantemente, felices por su trabajo.

Desde el punto de vista normativo, el videojuego plantea un conjunto de posibilidades de inicio; dedicar campos de cultivo a las vacas o el pienso, contratar trabajadores y cajeras o lanzar campañas de marketing. A medida que se desarrolla el juego, el jugador se da cuenta de que no se consiguen alcanzar los beneficios necesarios para prosperar si no es utilizando otras opciones que resultan éticamente reprobables; por ejemplo, adulterar genéticamente el pienso o las vacas o presionar psicológicamente a los trabajadores. Estas normas obligan al jugador a utilizar estos métodos si quiere mantener a flote la empresa.

Por otro lado, *Raid Gaza!* se ubica en el conflicto bélico entre Israel y Palestina y en concreto el bombardeo que realiza periódicamente el estado judío ante el lanzamiento de misiles de Hamas. Sobre el conflicto el videojuego toma posición y construye un marco crítico con la política judía.

Desde el punto de vista estético el juego abre con una imagen de Ehud Olmert, primer ministro israelí y la frase «los parámetros de una solución unilateral pasan por maximizar las bajas judías y reducir las bajas palestinas». Llama la atención el logo del juego; el título del videojuego diseñado a modo de las películas de Indiana Jones, como si bombardear la ciudad de Gaza fuera toda una aventura. Gaza aparece como una barriada pobre y desorganizada, mientras que Israel, controlada por el jugador, consta de cuatro casillas de construcción, todas para instalaciones militares.

Aparecen grandes letras cuando se toca algún objetivo que da «bonus»; estaciones de policía u hospitales. Destaca el texto que aparece al solicitar ayuda a los países occidentales; un teléfono rojo expresa el desprecio hacia los acuerdos de Oslo o los derechos humanos.

«Oh, necesitas más dinero? Por qué no lo dijiste antes! Te voy a transferir unos cuantos millones para, eh... como llamarlo, “ayuda humanitaria”? Ja Ja Ja!».

Finalmente, el audio juega al contrapunto para reforzar el marco persuasivo crítico con Israel; mientras caen las bombas y mueren civiles palestinos suena una versión de la canción romántica *Close to you* de Burt Bacharach.

Desde el punto de vista normativo, *Raid Gaza!* se centra en la constante construcción de armamento para atacar Gaza. A partir de la construcción de una base militar el jugador debe construir tropas y atacar Gaza durante tres minutos causando el mayor número de bajas posible. Dispone de cuatro construcciones: barracones, silo de misiles, base aérea y centro de mando. En los tres primeros edificios se crean las tropas que se mandan inmediatamente al combate mientras que en el centro de mando se acelera la producción y se contacta con los aliados. El conjunto de normas influye en la construcción del marco de la siguiente manera: El jugador sólo puede construir edificios militares, por lo que sólo cabe esperar una solución militar al conflicto. Asimismo, el jugador deberá construir tropas y acelerar la producción para poder realizar más tropas y, en consecuencia, más ataques. No obstante, los recursos económicos escasean muy pronto, por lo que resulta imprescindible contactar con los aliados y obtener fondos gratuitamente. Cuanto más dinero se pida a los aliados más rápido se puede producir y más bajas se pueden causar. Por lo

tanto, las reglas convierten al jugador en dependiente de sus aliados con tal de producir más y más armamento.

*Raid Gaza!* explicita su marco persuasivo una vez finalizados los tres minutos de la partida. A través de un Ehud Olmert *cartoonish* se presenta la relación entre bajas palestinas y bajas judías (éstas producidas por ocasionales misiles que nunca llegan a impactar edificios de Israel sino que caen en el campo) que ha alcanzado el jugador, para después compararla con el estudio realizado por Naciones Unidas en 2007: 25 palestinos por cada judío muerto. Alcanzar esta relación es muy difícil y requiere una constante apelación a soporte económico aliado, así como la construcción desenfrenada de tropas y armas. El marco persuasivo es evidente; la política de Israel ante Palestina pasa por la represión militar constante del Estado judío gracias al apoyo incondicional de sus aliados occidentales.

## 2. Conclusiones

Los videojuegos generan una cierta visión de nuestro mundo, un marco compuesto a su vez por distintas perspectivas que crean una obra audiovisual extremadamente compleja. Partiendo de juegos de compactación y juegos de representación los diseñadores están generando hibridaciones cada vez más complejas y que, en ocasiones, superan el mero interés lúdico para adentrarse en nuevos territorios como la publicidad o la crítica social.

Todo videojuego, en tanto que juego, se fundamenta en una perspectiva lúdica. El sentido y la intrascendencia generan un espacio lúdico, el núcleo de la creciente industria del ocio electrónico. No obstante, la perspectiva lúdica debe compartir su espacio hegemónico con otras opciones a medida que los medios de producción y comunicación (en especial, Internet) han facilitado el acercamiento al diseño y programación de videojuegos. Es el caso de la perspectiva persuasiva, cada vez más extendida en la publicidad y la sociedad civil militante. De este modo, todo videojuego persuasivo tiene una cierta perspectiva lúdica, pero no todos los videojuegos deben tener perspectiva persuasiva (pero sí lúdica).

FIGURA I. PERSPECTIVAS Y CONJUNCIÓN DE MARCOS

	Estética realista Reglas realistas	Estética subversiva Reglas realistas	Estética realista Reglas subversivas	Estética subversiva Reglas subversivas
Perspectiva lúdica	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Perspectiva persuasiva	NO	RETORICA VISUAL	RETORICA PROCEDIMENTAL	RETORICA COMBINADA

La enmarcación del mundo de referencia responde a una visión particular del diseñador (nivel axiológico) y se manifiesta, en un nivel superficial, a través de un conjunto de opciones estéticas y ludológicas nada triviales. La graduación en estos elementos (ver figura 1) puede generar videojuegos con perspectiva lúdica sin ánimo persuasivo (como *The Sims*, por muy sintetizado que esté su mundo de referencia) o bien videojuegos persuasivos con perspectiva lúdica variable. Mientras que los juegos exclusivamente lúdicos acaparan todo el espectro de diseño, la perspectiva persuasiva requiere una modificación ideológica del mundo de referencia que la hace difícilmente compatible con los juegos de tendencia mimética. Sus principales armas son la *retórica visual*, de «baja intensidad» y que determina el componente estético, y la *retórica procedimental*, de «alta intensidad» y canalizada a través del diseño de las reglas de juego. En videojuegos esencialmente persuasivos el uso de ambas técnicas de retórica genera una *retórica combinada*.

Así, los videojuegos, a través de distintas combinaciones de marcos y de opciones ideológicas pueden llegar a mostrar una verdadera potencialidad expresiva y abrir un nuevo camino de estudio en la relación entre el «jugar», «pensar» y «convencer».

### 3. Bibliografía

- BOGOST, I. (2007). *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*. Cambridge: MIT Press.
- CALLOIS, R. (1991). *Les jeux et les hommes*. París: Gallimard.
- EGENFELDT NIELSEN, S.; HEIDE SMITH, J.; PAJARES TOSCA, S. (2008). *Understanding video games. The essential introduction*. Nueva York: Routledge.
- FRASCA, G. (2001). «The Sims: Grandmothers are cooler than trolls» [artículo en línea]. En: *Game Studies*. [Fecha de la consulta: 09/04/09] <<http://www.gamestudies.org/0101/frasca/>>
- GREIMAS, A. J. (1970). *Du sens: essais semiótiques*. París: Seuil.
- GREIMAS, A. J. (1982). *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- GREIMAS, A. J. (1987). *Semántica estructural: investigación metodológica*. Madrid: Gredos.
- HUIZINGA, J. (1987). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- JUUL, J. (2005). *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge: The MIT Press.
- LAKOFF, G. (2002). *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. Chicago: University of Chicago Press.
- LAKOFF, G. (2004). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- RUIZ COLLANTES, X. (2008). «Juegos y videojuegos. Formas de vivencias narrativas». En: C. A. Scolari (ed.). *L'homo videoludens. Videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Vic: Eumo. Pág. 15-52.

- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. (2003). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge: The MIT Press.
- SALEN, K. (ED.). (2008). *The ecology of games: connecting youth, games and learning*. Cambridge: The MIT Press.
- WOLF, M.; PERRON, B. (eds.) (2003). *The Video Game Theory Reader*. Nueva York: Routledge.

#### 4. Ludografía

- Bush vs Kerry Boxing*. Sorrent, 2004.
- Casino Royale Poker*. Sony, 2006.
- Civilization IV*. Firaxis Games, 2005.
- F1: Championship Edition*. Sony Studio Liverpool/Sony España, 2007.
- Fifa 09*. EA Sports, 2008.
- Fox Sports Boxing*. Sorrent, 2003.
- Minute Maid Mab Jongg*. Skyworks, 2008.
- McDonald's Video Game*. Molleindustria, 2006.
- Raid Gaza!*. Newgrounds, 2008.
- Silent hill*. Konami, 1999.
- September 12<sup>th</sup>*. Newsgaming, 2003.
- The Sims*. Maxis/Electronic Arts, 2003.
- Theme Hospital*. Bullfrog/Electronic Arts, 1997.

---

**Antonio José Planells de la Maza** es licenciado en Derecho y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid. Becario de «La Caixa» para másteres oficiales en España en el programa del máster oficial de Estudios Avanzados en Comunicación Social, Universidad Pompeu Fabra. Actualmente es becario de posgrado de la Universidad Carlos III de Madrid y alumno del máster oficial de Investigación Aplicada a Medios de Comunicación.

---