

Lo lúdico y su potencialidad mediática

Una aproximación al fenómeno de los videojuegos como vehículo de comunicación social

Gran parte de este trabajo surgió de la labor llevado a cabo en la investigación “*Comunicación social de la ciencia, retos y perspectivas en la convergencia de lenguajes*” el proyecto está conformado por varias líneas de investigación, de las cuales una de ellas se centra en una indagación de la relación que se establece entre la comunicación social de la ciencia, o un de las formas de vehiculizar contenido científico, y las actividades lúdicas propuestas por los videojuegos. Uno de los pilares e impulsores de este trabajo son las reflexiones que se encuentran en el célebre libro de Johan Huizinga, *Homo Ludens*, donde el autor se explaya acerca del cruce entre el juego y la cultura, y destaca allí el poder significativo de toda práctica lúdica reflejándolo en una pasaje del libro: “*El juego, en cuanto a tal, traspasa los límites de la ocupación puramente biológica o física. Es una función llena de sentido. Todo juego significa algo*” (Huizinga, 1972) El camino recorrido a lo largo de la investigación, las reflexiones en torno al surgimiento de los Nuevos Medios tal como los plantea Lev Manovich, y la idea de juego significativo que plantea Huizinga, fueron los grandes impulsores de un trabajo centrado en la relación del videojuego, el proceso de mediatización, y el discurso científico.

El primer objetivo del trabajo es arribar, a partir de reflexiones, lecturas y experiencias, a una primera idea de la complejidad del juego y del lugar que ocupa dentro de diferentes las esferas de la vida social que antes tenía vedadas, ya sea por su origen analógico y no ligado a los grandes medios y a Internet, o ya sea por su concepción de ellos como lo no serio, como actividades puramente de ocio y entretenimiento.

“El juego es una lucha por algo o una representación de algo” (op cit, Huizinga, 1972) es la idea de Huizinga que está presente en gran parte del libro, con la cual que toda actividad lúdica es también una actividad simbólica que moviliza muchos significados y que construye una realidad diferente a partir del juego. El autor reconoce cómo lo lúdico siempre ha formado parte de la cultura de manera visible o imperceptible. Él afirma que los rituales culturales, en sus orígenes han tenido el formato del juego, y de allí deriva su definición del juego como algo muy ligado a la experimentación, a la sensación de formar parte uno de una comunidad, con el objetivo de alcanzar ciertas metas y logros.

“El juego es una acción o una actividad voluntaria, realizada en ciertos límites fijos de tiempo y lugar, según una regla libremente consentida pero absolutamente imperiosa, provista de un fin en sí, acompañada de una sensación de tensión y de júbilo, y de la conciencia de ser otro modo que en la vida real”. Esta es la definición que ofrece el autor, delineando facetas del juego que son identificables y se repiten en toda actividad consideremos como un juego. La última sección de la definición de Huizinga, donde indica la capacidad de ser de otro modo que en la vida real, es la que indirectamente se relaciona con la “simulación” que ofrecen los videojuegos, y de la que nos vamos a ocupar a continuación.

“Porque no se trata, para mí, del lugar que al juego corresponda entre las demás manifestaciones de la cultura, sino en qué grado la cultura misma ofrece un carácter de juego.”

En este trabajo el punto estará puesto en analizar una posible transformación de lo lúdico a través del proceso de mediatización, proceso que nos remitiría a la escritura como primera manifestación de transformaciones de gran magnitud en la comunicación humana, pero de la cual nos centraremos en los últimos 50 o 60 años.

El proceso de mediatización es complejo y tiene una extensa historia, ha forjado una estrecha relación con los avances tecnológicos, con el surgimiento de los nuevos medios, e implica una transformación en los procesos de producción y recepción, además de un cambio en la producción de sentidos y en la relación entre esferas sociales públicas y privadas; comprende también la redificación de la sociedad, la proxemia mundial a partir de medios o meta medios que han acortado distancias espacio-temporales como Internet. El proceso de mediatización es demasiado extenso, pero podemos limitarnos a los últimos 50 o 60 años en donde comienza un proceso de digitalización y comunicación mediadas por Internet. Es en este contexto de experimentación informática que encuentran sus orígenes los videojuegos.

El germen de los videojuegos se caracteriza por un comienzo experimental y una juventud en donde la dimensión lúdica y el afán de entretenimiento fueron sus principales aspectos característicos. En la década de los 60 surgió un mayor interés en esta sub rama de la informática, por llamarla de alguna manera, antes aún de la creación de Internet, que sería uno de los meta medios que aportaría a su masividad, difusión y transformación.

Cuando empezó a madurar el mercado, el videojuego se perfiló como una alternativa económicamente rentable pero también un espacio interesante para el desarrollo y la investigación. Cuando sus temáticas se multiplicaron y complejizaron, y por ende se amplió el público que los consumía, varias miradas fueron puestas sobre estas producciones de entretenimientos. Es interesante y no debe obviarse que este fenómeno ha indagado y experimentado no sólo en nuevos lenguajes y formas narrativas, sino que se filtró en diferentes esferas de la sociedad al abordar temáticas claves. La política, el arte, la cultura, la economía, lo público y lo privado, lo dicho y lo no dicho, fueron saqueados por lo lúdico a través de las pantallas.

El juego rompió sus límites lúdicos y de entretenimiento, y los sigue rompiendo desde hace tiempo, o quizás nunca los termine de romper, porque el sesgo lúdico es inmanente a él y es lo que lo define como “juego”, sin embargo se ha ido generando y construyendo una perspectiva o una nueva faceta que permite relegar a segundo plano ese componente lúdico para llenarlo y rellenarlo de otras facetas y dimensiones que toman (o intentan tomar) un rol protagónico.

El juego, tal como lo plantea Huizinga, ya está en el entramado de las esferas sociales, porque lo conceptualiza como algo que es inherente al hombre. Los videojuegos son una extensión del juego, no pueden concebirse como algo ajeno ya que desde él surgen y por él se mantienen, y el juego mediado por la pantalla no tardó demasiado en enredarse con esas esferas. En el marco del proyecto de investigación “Comunicación social de la ciencia. Retos y perspectivas en la convergencia de lenguajes” se analiza cómo los videojuegos pueden insertarse en la esfera pública, en la comunicación de la ciencia, dentro de esa forma de comunicación horizontal y redificada para transformarse en algo que supera la reductibilidad lúdica. Lo que se quiere explicar es que los juegos aunque siempre son juegos, pueden también significar y movilizar otras cuestiones.

Pensar el juego como algo que traspasa los límites del puro entretenimiento o el ocio, también implica repensar al jugador, así como el cambio de los dispositivos y los formatos exige reflexionar sobre un cambio en el lecto-espectador. Desde la narrativa transmediática, que implica un relato segmentado, hasta los libros digitales, que implican una nueva experiencia de lectura, se tratan de cambios que tienen su germen en la mediatización de las sociedades. Y en consecuencia, así como éste proceso de mediatización forjó un quiebre en los medios cotidianos, en la forma del periodismo, de las

emisiones de radio, con el desembarco de internet en la sociedad, así también los videojuegos sufrieron una fuerte tensión y a su vez movilizan un fuerte cambio.

Aunque es difícil pensar un juego donde el entretenimiento no sea el protagonista, es parte de un prejuicio o un presupuesto relacionar automáticamente un juego con lo “no serio”, con una actividad que se realiza en tiempos de ocio. Sin embargo hoy se los tiene que pensar, de acuerdo a la complejidad que han ido ganando, como piezas comunicacionales que se filtran en esferas que antes no contemplaban. De los juegos en pocos bits de las primeras consolas a los primeros juegos de computadora, podía identificarse el entretenimiento como el principal factor que se buscaba explotar. Pero llegó un momento en que si bien el entretenimiento seguía siendo importante, el contenido y algunos mensajes específicos ganaron un lugar más importante. La complejidad de las tramas implicó un aumento de la información contextualizable sobre los diferentes objetos que entraban en interacción en el juego. Así se profundizó en la complejidad de los personajes, las relaciones entre ellos, sus biografías, la geografía y economía de las distintas regiones, las creencias y religiones dentro del juego, la traición, la maldad, la solidaridad, y un infinito etcétera.

Pensemos en un juego analógico en general, el ajedrez, y en una partida en particular, la que se pactó entre Kasparov y la computadora Deep Blue; sin dejar de ser un simple juego más, el protagonista no fue el entretenimiento sino la partida, o mejor dicho el duelo, entre un humano y una máquina. Este ejemplo es paradigmático, porque en un espacio lúdico se puso en juego la superioridad humana o la maquínica. Pero no es el único ejemplo de juegos que van más allá del ‘jugar’, incluso hoy, como señala Huizinga, muchas actividades de nuestra sociedad adquieren forma de juego, un juicio por ejemplo, o una clase, son actividades que comparten muchas características de los juegos: una serie reglas,

objetivos que deben alcanzarse, escenarios o campos de juegos, participantes o jugadores, estrategias, atajos, recursos, etcétera. Lo que plantea el autor es que el juego superarían las barreras de lo fisiológico, lo etnográfico, y lo simplemente ocioso, para constituirse en una parte muy importante de la cultura y la vida de cada persona.

Además de pensar la complejidad de los videojuegos constituyéndose como piezas muy ricas en la convergencia de lenguajes, en la construcción de signos y en la representación de mundos, hay que pensar a los juegos como nuevos medios que están transformando las formas de comunicar. El proceso de transformación de los medios que siempre está desplegándose, nos abre el campo para preguntarnos el lugar de los juegos en la esfera mediática.

Los juegos noticiosos o *newsgames*, el género de los serious games y los persuasive games, son novedosas formas que adoptan los videojuegos con el objetivo de crear una pieza que mantenga un balance entre un mensaje que quiere darse y comunicarse (desde una opinión, el abordaje de un tema, una estrategia de activismo, etcétera), una infaltable dimensión lúdica, y la construcción de sentidos por parte de los jugadores. Ya están entre nosotros las noticias y las notas de opinión que se ‘leen’ a partir de la acción de presionar botones y tomar decisiones en un juego.

¿Puede un juego reemplazar una editorial en un diario digital?

Un juego que tome una temática novedosa y la transforme en una experiencia jugable y de la que el jugador puede construir diferentes ideas y opiniones, o tomar conciencia de ciertos hechos, según las decisiones que toma dentro de ese videojuego, son un horizonte que está muy cercano, que nos rodea constantemente. El desarrollador de

serious games, Ian Bogost, resalta una de las características de los videojuegos para crear argumentos e invitar a los jugadores a participar de ellos, influenciándolos o liberándolos a un mensaje polisémico del cual pueden sacar sus propias conclusiones. Entre los ejemplos de estos videojuegos se puede citar una web que funciona como repositorio de juegos serios, que más que una web de entretenimiento podríamos considerarla un **diario de noticias jugables**. Molleindustria ofrece juegos que van desde temáticas como los traumas psicológicos de los soldados norteamericanos en Irak, pasando por el calentamiento global y la explotación infantil, hasta los conflictos entre religiones y el abuso sexual por parte de curas, entre otros.

Todo el tiempo que estamos frente a una pantalla probando estos ‘juegos serios’ vamos a estar jugando, pero hay algo más ocurre en esa experiencia, porque encarnamos personajes y elegimos vivir situaciones que quizás requieran hacer cosas que van en contra nuestros preceptos éticos y morales para poder llegar a una meta. Por ejemplo, uno de los juegos de Molleindustria se llama **Oiligarchy**, y nos posiciona como magnates de una empresa petrolera cuyos objetivos, a parte de instalar sus maquinarias por todo el mundo, es encontrar políticos corruptos que financien y respalden nuestras decisiones, frenar el avance de las energías alternativas, aumentar la necesidad y demanda de petróleo y combustibles fósiles.

Si se quiere ganar, necesariamente se deberá contaminar el planeta, sofocar con masacres las manifestaciones de pueblos asiáticos y africanos, aniquilar la fauna y flora de los distintos lugares donde se perfora la tierra para extraer petróleo, organizar invasiones a países para evadir las leyes que impiden la extracción de petróleo o para expropiar sus recursos.

El juego comienza su historia en 1946, en plena posguerra, y a medida que pasan los años nos enfrentamos con situaciones reales que fueron sucediendo en esos años: la competencia entre el capitalismo y el socialismo, la derogación de ciertas leyes, guerras, conflictos sociales, y una larga serie de eventos que influyen en alguna medida en nuestro juego, pero que también nos comunica e informa de una fragmento de la historia.



Es innegable el carácter de editorial que se vehiculiza a partir del juego, que a u vez nos sitúa en un papel reflexivo, nos acerca a un contexto histórico real donde simulamos revivirlo desde una faceta específica, la guerra del petróleo. El componente lúdico existe y lo percibimos todo el tiempo, pero hay un relato que se está contando todo el tiempo y del que formamos parte. ¿El juego es para entretenerse o el juego es para reflexionar? ¿Qué cambió en la producción y la recepción de los juegos?

De este recorrido del juego y su transformación en los procesos de producción y recepción, construcción de sentidos, convergencia de narrativas informativas, y la concepción de un jugador ya no pasivo o limitado a una trama, sino activo y generando ideas y sentidos, se arriba a lo que se investiga en el proyecto “*Comunicación social de la ciencia, retos y perspectivas en la convergencia de lenguajes*”. En este proyecto se trabaja

sobre la concepción de ciencia que se vehiculiza en una serie de juegos seleccionados para la investigación, y además, sobre aquellos juegos que proponen un mensaje científico como la verdadera atracción del juego. La incógnita que emerge es si: **a)** comunican contenido científico según el modelo que propone un comunicación horizontal entre la esfera científica y sociedad, proponen la apropiación de la ciencia por parte de los ciudadanos/jugadores, problematizan la temática científica, y dan cuenta de los diferentes intereses, verdades y vicisitudes que existen en todo proceso de investigación; **b)** o si por el contrario sólo divulgan contenido científico mediante un mensaje vertical, reduciéndose a la traducción del lenguaje científico a un lenguaje más coloquial, donde la sociedad es considerada un receptor pasivo de los resultados de la ciencia.

Uno de los casos más interesantes de videojuegos que se complementan con la ciencia es *Fold.it* que con el subtítulo “*resolviendo rompecabezas para la ciencia*”, pone en relación directa al jugador y a los científicos. El proyecto de este juego tiene como objetivo visualizar el diseño y entender las estructuras bioquímicas de las proteínas, además de la facilitar la comprensión de cómo los seres humanos y las computadoras puedan trabajar mejor juntos para alcanzar ciertos objetivos.

Jugadores 'online' descubren uno de los enigmas del virus del sida

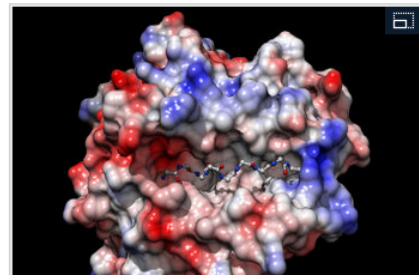
A través del videojuego Foldit han logrado en tres semanas descifrar la estructura completa de una enzima que pertenece al virus del sida

Ciencia | 20/09/2011 - 08:42h

32 44331 visitas Notificar error Tengo más información

Seguir Tweet 279 Me gusta 669 Menéalo 0 +1 39 Share

París (AFP). - Más impresionante que Second Life y que el Cubo de Rubik's juntos: los adeptos de un **videojuego en internet** han conseguido en tres semanas descifrar la **estructura** completa de una **enzima** que pertenece al **virus del sida**, un enigma que durante los últimos diez años los científicos no han logrado descifrar.



Modelo tridimensional de la proteína HLA-B creado por los investigadores de Harvard. La forma exacta de la proteína varía de unas personas a otras y condiciona que uno sea más o menos vulnerable al virus del sida Paul de Bakker / Escuela de Medicina de Harvard

El juego se trata de una serie de rompecabezas tridimensionales que deben resolverse garantizando la construcción de proteínas que pueden evitar ciertas afecciones o virus. Con el acto de jugar, los usuarios también ayudan a comprender las estructuras bioquímicas y las estructuras proteicas, y los resultados a los que arriban esos jugadores son considerados como material de investigación para proyectos que se centran en el estudio de enfermedades y que se llevan a cabo en la Universidad de Washington. Además, la plataforma web del juego ofrece charlas con científicos vía chat, una sala de conversación global para compartir experiencias, y conversaciones vía Twitter. El jugador puede apropiarse del conocimiento científico, ser parte de él, trabajar mancomunadamente con la ciencia a partir de una experiencia que no deja de ser lúdica. Este juego permitió descubrir uno de los enigmas del Sida al descifrar la estructura de una enzima del virus y además se constituyó como un claro ejemplo de la ciencia como bien social y público que es apropiable por parte de la sociedad.

Esta es la faceta actual de los videojuegos, relatos que comprometen al espectador, que generan espacios de reflexión a partir del juego y la experiencia, y en conclusión es lo que se quiere dejar en claro cuando hablamos de la potencialidad de lo lúdico en tanto medio de comunicación que está ganando terreno en el contexto actual, transformándose en una herramienta mediática, en un espacio de construcción de sentido a partir de una activa participación del jugador en esa construcción.

Bibliografía.

BOGOST, I. (2010). *Newsgames, Journalism at play*. Londres. The MIT Press

BOGOST, I. (2007). *Persuasive Games, the expressive power of videogames*. Londres. The MIT Press

FRASCA, Gonzalo. “Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción”. *Comunicación*, N°7, Vol. 1, año 2009, pp. 37-44. ISSN 1989-600x

JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.

MANOVICH, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios*. Buenos Aires: Paidós.

RUIZ COLLANTES, Xavier. “Marcos jurídicos de mundos lúdicos. Tipologías de reglas en juegos y videojuegos”. *Comunicación*, N°7, Vol. 1, año 2009, pp. 16-36. ISSN 1989-600x