

LUDORAMA

— Ciencia del juego —



HAY UN IMPOSTOR ENTRE NOSOTROS

Política y videojuegos

ALQUIMÉTRICOS

La democratización del juguete

EL JUEGO DE LA MODA

De niños a fashionistas

LA FANTÁSTICA FAUNA DE SUBNAUTICA

Criptozoología

INSTRUCCIONES PARA PADRES

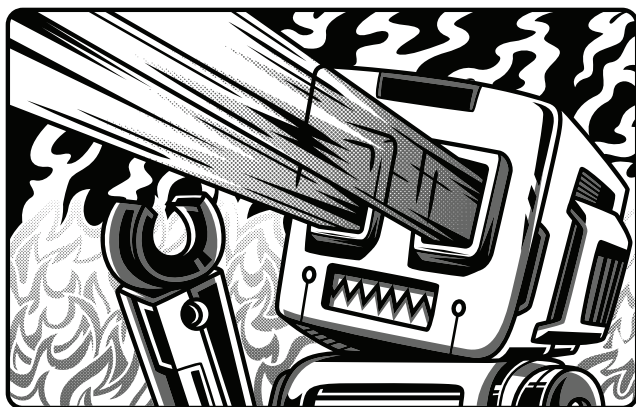
Survival Horror

MAGOS & TABERNAS

Lucha por la cerveza

LUDO RAMA

— Ciencia del juego —





VIER



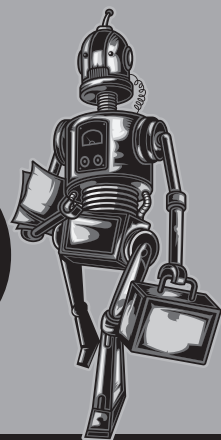


N I V E L 0 1



01. **Instrucciones para padres**, por José García 12
02. **La democratización del juguete**, por Fernando Daguanno 18
03. **SEGA, Nintendo y las Console Wars**, por Hernán Panessi 24
04. **Hay un impostor entre nosotros**, por Emanuel D. Berdichevsky 28
05. **Silencio en la música**, por Sebastián Maurel 35
06. **Una historia independiente**, por Fernando Coun 37
07. **Cómo un inesperado deceso puede revivir un viejo trauma**, por Ramón Masovetzky 40
08. **El ciber del fin del mundo**, por Juan M. Bentolila 43
09. **Soliloquio en cuarentena**, por M. Luján Oulton 50
10. **La cultura nacional de lo retro**, por Florencia Brusatori 57
11. **Caminando al futuro conservando el pasado**, por Alejandro D. Pérez 62
12. **Jugué una partida de «Fórnai» con niños**, por Juan M. Bentolila 66

ario



VERANO 2021

13. **Los MMORPG crecieron (y nosotros con ellos)**, por Nicolás Cadel 72
14. **Se acabó el tiempo**, por Leonardo E. Etchegoyen 77



N I V E L 0 2

15. **Aprender fotografía en entornos virtuales**, por Lucas D. Manchini 84
16. **El juego de la moda**, por Cecilia Barat 92
17. **Rubik**, por Durgan A. Nallar 99
18. **A qué jugamos quienes no jugamos**, por Sofía Alamo 108
19. **¡Dejemos de temer al aburrimiento!**, por Germán Dartsch 114
20. **Jugar a perder**, por Federico Ruera 120
21. **Vamos a ponernos Jungianxs**, por Julieta Braslavsky 124
22. **La fantástica fauna de Subnautica**, por Daniel Contarelli 128
23. **Grandes espacios abiertos**, por Federico Ruera 133
24. **Gamificar el aula: 3 ideas para comenzar**, por Laura Maza Bakovic 139



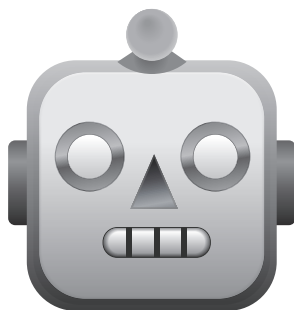
N I V E L 0 3

25. **Cómo NO hacer un videojuego**, por Nicolás M. Crescenzi..... **146**
26. **Localización de videojuegos**, por Matías E. Desalvo..... **150**
27. **El diseño narrativo**
¿Nueva moda o vieja práctica?, por Jacobo Feijóo..... **156**
28. **Inteligencia artificial,**
inmersión y videojuegos, por Jorge Morán Andrade..... **162**
29. **El vil juego**, por Gonzalo Borzino..... **168**
30. **Te prometo felicidad**, por Javier Semeñenko..... **173**



B O N U S

31. **Magos y Tabernas. Creación, frustración y magia**, por Adrián Novell..... **180**
32. **Animar un robot**, por Gastón Caminiti..... **192**
33. **Correo de lectores**..... **194**



Editorial

1.

En 1787, dos años antes de la Revolución Francesa, el pintor inglés Robert Baker inventaba un tipo de pintura mural que rodeaba al espectador (inmersiva, dirían hoy los gurús de los *new media*), creando una sensación de inmensidad y mirada ilimitada que fue un éxito de exhibición durante todo el siglo XIX. Su primer intento fue una vista de Edimburgo desde una colina cercana. A Baker le parecía insuficiente, porque no era una vista de 360 grados, sino semicircular. Plasmó su ambición en 1790, con un círculo completo de 56 metros de largo (unos ocho metros de diámetro) que mostraba una vista de Londres, y que montó en un local comprado especialmente para ese fin en Leicester Square. Llamó a su invento *panorama*, del griego «pano» (todo) y «horama» (vista).

2.

La *Cyclopaedia* de Ephraim Chambers, aparecida en 1728, inspiró sin lugar a dudas el gran proyecto de Diderot y d'Alembert, al que llamaron *Enciclopedia* o *Diccionario razonado de las ciencias, las artes y los oficios*, publicado entre 1751 y 1772. La *Enciclopedia* consistió de todos los saberes de la época con un sesgo netamente secular y prescindiendo de las que hasta entonces habían sido las fuentes del conocimiento: la religión y la magia. El proyecto tenía un doble propósito: hacer públicos los conocimientos técnicos que hasta ese momento se conservaban escondidos dentro de las reglas de secreto profesional de los distintos gremios, para que cualquier persona pudiera aprovecharlos, y provocar una reacción política que iba a desembocar en la famosa revolución de 1789. La palabra *enciclopedia* tiene también origen griego, y significa, aproximadamente, «instrucción circular», en el sentido de completa, total.

Diderot y d'Alembert obtuvieron muchos de los conocimientos vol-



cados en la *Enciclopedia* frecuentando los salones de conversación organizados por las damas de la sociedad y que reunían personajes notables de disciplinas de lo más diversas. No eran muy diferentes a una tertulia contemporánea en un bar cualquiera.

3.

Seguimos hablando de revolución en el sentido de un movimiento social que intenta renovar las estructuras de poder e implantar nuevos usos y costumbres, más modernas, más adecuadas a la época, mejores. En un sentido más modesto, usamos el mismo término para designar cualquier cosa que suponga un cambio sustancial en algún sentido, casi siempre positivo. La palabra *revolución* viene del latín, y significa simplemente «una vuelta». Podría decirse que para poder apreciar los panoramas de Robert Baker necesitamos una revolución en el sentido más estricto, acción que nos daría una visión completa de los elementos que nos quiera enseñar el pintor. Como una enciclopedia. Como una vuelta de la Tierra alrededor del Sol.

4.

A mediados del siglo XX se puso de moda usar la partícula «-orama» para designar infinidad de elementos y marcas comerciales que se pretendían amplias y abarcativas. Totales. Entre tantas cosas, el sistema Cinerama (inventado por Fred Waller en 1952, y estrenado con una película demostrativa con el cándido nombre *This is Cinerama*) intentaba competir contra la televisión y hacer al cine más atractivo. El sistema consistía en una pantalla curva muy ancha sobre la que se proyectaban las imágenes provenientes de tres proyectores sincronizados. Tuvo una vida efímera, solo se usó en una decena de películas. Fue superado por otros sistemas menos costosos y complicados, como el exitoso Cinemascope, pero su nombre perduró mucho más allá de su existencia.

5.

Me gusta pensar que el sistema Cinerama necesitaba tres proyectores para construir la imagen completa, y por lo tanto tres cámaras que tomaran distintas porciones de realidad para tener una vista total. Tres puntos de vista diferentes. Como los autores de la *Enciclopedia*.

6.

This is Cinerama se promocionaba con varios eslóganes, como «Put YOU in the picture!» (¡Te pone a VOS en la película!), bastante llamativo. Pero el que más me gusta es «The Attraction that Revolutionized the Entertainment World» (La atracción que revolucionó el mundo del entretenimiento).

7.

Me gustaría tener la contundencia épica de los lemas promocionales del Cinerama para presentar este segundo número de nuestra revista, recolectando las observaciones algo digresivas que acabo de hacer, pero creo que es un buen ejercicio lúdico que ustedes, lectores, encuentren las relaciones. Buena lectura. 🍷

—Daniel Contarelli

Febrero de 2021



LIFE IS STRANGE>

Un huracán destruirá todo un pueblo. Una escuela privada con gente dañina. Bullying y acoso. Una chica desaparece. Una amistad del pasado... Una adolescente descubriendo el superpoder de volver unos segundos de existencia hacia el pasado. Life is Strange nos sumerge en un mundo particular. El jugador deberá tomar decisiones que modificarán drásticamente el curso de la historia. Sin duda una gran compañía para un domingo solitario.

CELESTE>

¿Te gustan las plataformas? ¿Tenés problemas de ansiedad? Entonces, ¡este videojuego es para ti!

Tenemos que escalar una montaña con Celeste, una chica que sufre ataques de ansiedad y le hace frente a sus miedos. Es difícil si queremos hacernos de todos los ítems que encontramos en el camino y buscamos platinar el juego. Si no, podemos disfrutar la escalada con un plataformero clásico con muchos colores, caídas, habilidades y diálogos entrañables. Un gran desafío.

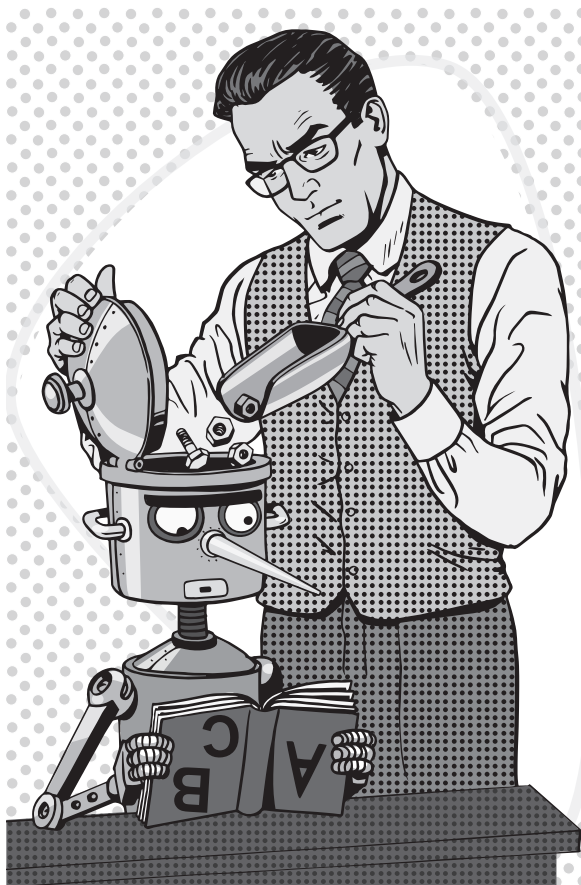
Instrucciones para padres

■ **Por JOSÉ CARCIA.** Ingeniero, Product Owner, Dungeon Master y Game Designer. Amante de los Datos, juegos de mesa y en alguna vida, gamer hardcore. [Twitter](#) [Instagram](#) @jacarcia

No es extraño que un jugador de *Dota*, *League of Legends* o *Counter-Strike* invierta entre cuatro y seis horas diarias en partidas en línea. Lo mismo aplica para aficionados de cualquier género. Hoy en día es común para un entusiasta de los videojuegos dedicar decenas de horas a la semana al hobby.

Durante la adolescencia y temprana adultez esta situación era completamente normal para mí. Pasar frente al monitor tardes y noches, disfrutando de la experiencia lúdica de turno, en un más que merecido tiempo libre luego de estudiar o trabajar. Todo esto cambió con la paternidad, donde se pasa de cambiar talentos y equipo en juegos de rol a cambiar pañales.

Paso a dejarles cómo fue mi experiencia de los primeros años como gamer y padre primerizo.



Nivel 1-1: Primer trimestre

Los primeros tres meses de paternidad pueden llegar a ser una experiencia dura, en especial cuando se trata del primer hijo. Son tiempos llenos de cambios, nuevas preocupaciones, más responsabilidades y, sobre todo, tu tiempo libre ya no es prioridad. Esta etapa no es igual para todo el mundo, ya que cada infante es diferente y tiene su propio ritmo. Pero es muy común para los padres que disminuyan considerablemente la cantidad y calidad de sus horas de sueño.

Con tres horas de sueño por noche, interrumpido por cambios de pañales y frenesí alimenticio, lo único para lo que da la cabeza es para cosas básicas y dedicar tiempo a dormir siempre que se pueda. A medida que el cuerpo se acostumbra a dormir menos, es posible tener algunos momentos de lucidez en los que se puede aprovechar tiempos muertos, como las siestas, para jugar. Debido a lo incierto del tiempo, debería ser preferiblemente algo que requiera poca atención y sea pausable. Es decir, pueda dejarse a un lado para retomar después.

Durante este período aprendí a apreciar los juegos «mobile», que no requieren mucha atención o compromiso de tiempo y permiten quemar algunos minutos jugando un juego de cartas o de estrategia simple. Cumplieron el propósito de sacarme esa espinita de las ganas de jugar, sin consumir tiempo libre que no tenía o las pocas neuronas despiertas que me quedaban. No suele haber energías para ponerse exigente.

Parte importante del aprendizaje de esta etapa es que a partir de ahora se hace muy cuesta arriba mantenerse al día con los lanzamientos recientes, y la lista de cosas por jugar se alargará al infinito. Hay que ser muy selectivo, porque el día solo tiene 24 horas.

Nivel 1-2: Primer año

Luego del primer trimestre siguen los cambios —nunca paran, de hecho— pero se asientan ciertas rutinas del día a día, aunado a la costumbre de operar con menos horas de sueño encima. Se podría decir que se va sumando experiencia y van mejorando las habilidades parentales, lo cual disminuye de a poco el desgaste físico y mental de las primeras semanas. Esto permite agregar algún tiempo de juego a la semana a expensas de sacrificar horas de sueño. No es recomendable, pero ¡el gamer necesita jugar!

Esta vuelta de las sesiones de juego presenta bastantes cambios, ya que el ambiente doméstico es otro. Lo más importante: no hacer ruido. Esta escapada sigilosa para meter una breve ronda de *Overwatch* o una partida de *FIFA* o *PES* puede terminar de inmediato si despertamos a la criatura durmiente, lo cual puede alterar también el estado emocional de la otra unidad parental, haciendo que todo termine en desastre, incluida la sesión de juego contrabandeada. Así que, ¡a tragarse las maldiciones a los contrincantes y las gloriosas celebraciones de victoria a todo pulmón!

Independientemente del ruido, es posible que el sueño del infante se vea interrumpido aleatoriamente, por lo que la segunda cosa aprendida es: *jugar algo que sea pausable*, es decir, de preferencia escoger juegos que se puedan detener por algunos minutos (en el mejor de los casos) para continuar luego. En vista de esto, lo mejor es evitar juegos multijugador, sobre todo si son en equipo, ya que así no seremos el canalla que se va AFK¹ y pone a los compañeros en una precaria desventaja. No seamos ese miembro del equipo. Posiblemente lo mejor sea apegarse a las partidas de un solo jugador.

Muy relacionado con el punto anterior, estas sesiones *no deberían ser demasiado largas*, puesto que tampoco abundan las energías. Entre 90 minutos y una hora es una duración apropiada para una sesión en esta etapa, entendiendo que los primeros meses va a haber interrupciones, lo que favorece escoger títulos de niveles cortos o con gran énfasis en la jugabilidad y que no requieran una gran concentración.

Cabe acotar que siempre está la posibilidad de que haya que salir corriendo a buscar un pediatra a las tres de la mañana porque al pequeñín le subió la temperatura o empezó a estornudar. Es inevitable. En estos casos aplican los mismos consejos: pausar y seguir otro día.

Etapa difícil, pero la cosa mejora. Es necesario adaptarse a una nueva realidad, buscar juegos que puedan ser disfrutados a la par de la experiencia parental y abordar el hobby como un receso, no tanto como un estilo de vida. Se empieza a ver algo de luz al final del túnel. Lo más importante es disfrutar el tiempo de juego. Para pasarla mal, es mejor acostarse a dormir.

¹ La abreviatura de «Away from Keyboard» en inglés, se refiere a dejar el juego unos minutos mientras se hace otra cosa.

Nivel 2-1: Deambulando (2 a 4 años)

Pasaron dos años, ya no hay tantas sorpresas y rompemos récords de tiempo al cambiar pañales y preparar mamaderas. Ya dormimos de cuatro a seis horas corridas, así que estamos menos cansados y queda energía para invertir en actividades lúdicas.

Los retos de la fase anterior persisten: aún hay que procurar no hacer mucho ruido, somos propensos a tener que interrumpir la partida en cualquier momento y tampoco se puede meterle seis horas corridas a *Baldur's Gate* sin convertirse en un padre ausente.

Pero no todo es pesimismo. Ya no estamos limitados a jugar en ratos escondidos a la noche, sacrificando horas de sueño. Ahora nuestra prole es un poco más independiente y se mueve por todos lados, explorando y absorbiendo lo que ve, incluso tiene períodos de concentración relativamente cortos, de hasta unos 30 minutos más o menos, cuando es posible aprovechar para meter alguna partida durante el día.

En este punto, la curiosidad de los pequeños aumenta un montón, por lo que empiezan las preguntas y los famosos ¿por qué? Esto hace que, si nos ven jugando, obviamente les llame la atención y, siendo las pequeñas esponjas que son, van a retener mucho de lo que vean, en especial cosas gráficas. Por esto, si queremos ser padres responsables, es importante moderar lo que juguemos en horario supervisado. Es preferible evitar violencia muy gráfica, juegos con contenido y diálogos adultos porque, como lo ve, lo va a repetir y con seguridad frente a terceros en el jardín de niños o la guardería. Lo que menos queremos ahora es un llamado de atención de las maestras porque papá o mamá estaban decapitando demonios en *Doom* a las dos de la tarde. 🤖



Más allá de esto, es gratificante verlo embelesarse cuando uno pasa un nivel de *Sonic* a toda velocidad o hace maromas y piruetas con *Mario*, o acercarse por las tardes para pedir que uno se siente a jugar *Megaman* para él, viéndonos perder y volver a intentar ese nivel de hielo una vez más.

Falta menos para que empiece la mejor parte.

Nivel 2-2. La iniciación (5 años o más)

Llegaron los cinco años, todos dormimos toda la noche y la rutina diaria está aceitada. Es ahora cuando tomamos a nuestros *padawan* y los convertimos en gamers, presentándoles la experiencia de juego y acompañando en el camino. Es una sensación increíble actuar como guía y curador de la experiencia de juego de tu hijo o hija, escogiendo con qué título inaugurarlos en algún género y mirar su reacción a medida que descubre sus propios gustos. Está de más decir que no les vamos a dar el joystick para que jueguen al último *Mortal Kombat* o *Grand Theft Auto*, pero que la selección de títulos esté limitada no quiere decir que no haya cosas lindas para ellos.

En mi experiencia personal, opté por *Mario Kart*, una combinación altamente efectiva: Mario y carreras. Los personajes de Nintendo suelen ser aptos para todo público y familiarmente agradables. La mecánica del juego de carreras es muy simple de entender: ir rápido y evitar llegar de último, algo que llevamos programado en los genes. Sumado a eso, las carreras son suficientemente cortas como para que su atención se mantenga en el juego antes de que se distraiga. Un éxito rotundo.

Más adelante, comenzamos a jugar *The Legend of Zelda: Breath of the Wild*, una hermosa aventura a la que le dedicamos juntos unas 250 horas de juego. Qué gusto poder explorar esos paisajes y guiarlo por la historia, enseñarle la lógica de los acertijos y, aprovechando la potente simulación física del juego, explicar algunos conceptos de acción, reacción y lógica.

Con otros juegos enseñamos otros valores, como la competencia, disfrutar de participar y que no siempre se puede ganar. Aunque eso no es fácil y vemos de vez en cuando alguna pataleta. También damos lecciones de perseverancia y de no rendirse tras un solo intento, que sin importar que el reto sea difícil la práctica hace al maestro. No importa

que tenga ganas de tirar el joystick por la ventana cuando me ve perder contra un jefe final quince veces en *Dark Souls III*.

Fue impresionante ver el aprendizaje del pequeño mientras se divertía y se involucraba en lo que pasaba. Algo novedoso, pues su límite de atención rondaba los 20 o 30 minutos. Al principio lo fui acompañando en las sesiones de juego, pero poco a poco se fue soltando y logrando un gran nivel de independencia, hasta que finalmente dejamos que incorporara una hora de juegos de video por las tardes en su rutina, siempre y cuando hiciera méritos para ganársela.

Así que ahora, como padre, las horas de juego, al igual que las horas de televisión, son compartidas. Durante el día se consume contenido apto para todo público, hay que buscarle el lado divertido a la experiencia de juego con los niños y a los títulos que ellos disfruten, mientras guardamos un poco de energía para una selección más adulta una vez llegada la hora de dormir.

Hoy en día, cuando veo reviews de juegos, no solo miro aquellos que creo que me gustarían, sino también los que creo que me gustaría compartir con mi hijo. No espero que esto vaya a cambiar pronto, la verdad, pero no veo la hora de que podamos sentarnos a jugar *co-op* (juego cooperativo).

Nivel 3-? El futuro

Con la guía y acompañamiento apropiados, los juegos serán una gran oportunidad para enseñar más lecciones de vida, que otros medios posiblemente ya no tengan la capacidad de hacer con las generaciones más jóvenes. Tomemos de la mano a estos pequeños y ayudemos a que desarrollen su potencial, haciéndolos mejores seres humanos y que en el futuro en vez de guerras resuelvan los conflictos con partidas de *Counter-Strike*.

No sé cómo será la experiencia más adelante, pero me arriesgo a suponer lo siguiente: hijo de gamer, seguramente siga siendo gamer. Tendrá sus propios gustos, refinará sus preferencias, pero el día de mañana seguiremos jugando juntos, quizá podamos terminar *Super Contra* y estoy seguro de que va a terminar ganándome en *Street Fighter*. Pero no se la pienso dejar fácil. 🎮



La democratización del juguete

■ **Por FERNANDO DAGUANNO.** *Maker, diseñador autodidacta, facilitador tecnológico y artista visual.*
Fundador de Alquimétricos, juguetes ecotecnológicos STEAM, DIY y open-source. [🐦](#) [@alquimetricos](#)

Las últimas semanas tuve la fortuna de participar de Juguetería, un hackatón online organizado por el Medialab Prado. La diferencia horaria me obliga a entrar al Zoom en una parte de la mañana fuera de mi jurisdicción, pero el contenido vale muchísimo la pena. Nunca me pierdo un hackatón maker y siempre se puede hacer una siesta antes del almuerzo para recuperar.

El Medialab Prado es una mezcla de centro cultural y FabLab¹ emplazado en pleno corazón madrileño y en frente al Museo Nacional del Prado, uno de los centros de referencia del arte europeo y mundial. Por el MLP pasan, y desde allí surgen, un sinfín de convocatorias que vinculan el arte, la tecnología, las ciencias, el diseño abierto, la participación ciudadana y la cultura libre. Juguetería tiene un poco de todo eso.

¹ Un FabLab (*Fabrication Laboratory*) es un taller de fabricación digital de uso personal, es decir, un espacio de producción de objetos físicos a escala personal o local que agrupa máquinas controladas por computadoras. Su particularidad reside en su tamaño y en su fuerte vinculación con la sociedad más que con la industria.

La iniciativa se define como una factoría de juguetes, un espacio para aprender, compartir, hackear, diseñar y, obviamente, jugar. La coordinadora y curadora principal del certamen es Sara San Gregorio, arquitecta, diseñadora, maker y fundadora de Ludolocum, (mucho más que) un estudio de diseño de juguetes para construir y explorar con los sentidos.

La primera fase tuvo un espíritu más retrospectivo: conocer un poco más sobre la historia de los juguetes (especialmente los de construcción), la teoría y filosofía del juego y los juguetes, el principio de piezas sueltas, el juego en la adultez, y también revisar experiencias de diseño y fabricación de juguetes constructivos.

En esta segunda mitad del proceso estamos produciendo contenido original. La mayoría de los participantes tenemos nuestro proyecto de diseño de juguetes didácticos más o menos desarrollado y estamos aprovechando el hackatón para profundizar algún aspecto, como diseño del producto, documentación o contenido didáctico, entre otros.

E.T., teréforo, mi FabLab

El distanciamiento social obligó a que este evento le abriera la puerta a la colaboración remota, así que probablemente debo agradecer al Covid-19 por esta oportunidad de participar de un hackatón en Madrid mientras estoy confinado en Buenos Aires.

Como fanático de los hackatones debo decir que el único defecto que le encuentro a este formato de participación remota (como al de cualquier otro evento con temática maker y modalidad online) es que te quedás con el sinsabor de la virtualidad: extraño horrores tocar los materiales, quedarme al lado de la máquina esperando que salga el prototipo humeando, probarlo, ver lo que no funciona, editarlo en el momento y volver a la máquina a cortar. O sea, el tan mentado prototipado rápido que podemos conseguir con las máquinas de fabricación digital.

Más allá de esto, la experiencia de compartir con profesionales y entusiastas los conocimientos y experiencias sobre juguetes, juego, infancia, pedagogía, materiales, diseño y producción es un lujo y una oportunidad para formar parte de una comunidad global de makers de juguetes libres.

Descubrir Juguetoría fue como encontrar una mina de oro. Un parque

de diversiones idílico poblado por unicornios de similar pedigrí: juguetes, makers, arquitectes, diseñadores, educadores, artistas, investigadores, especialistas y generalistas con una misma pasión (¿obsesión?) en común: los juguetes para armar, el diseño abierto, jugar, jugar y jugar.

Hay algo de este evento que lo hace, a título personal, mucho más relevante que la mayoría de los eventos en los que participé en los últimos tiempos. Primero porque los hackatones maker son una minoría respecto de los de desarrollo de software, ideatones para emprendimientos y tal. Segundo, porque nunca había participado de uno orientado al desarrollo de juguetes y muchísimo menos tan enfocado en los juguetes didácticos constructivos. O sea, exactamente eso que mi comunidad hace.

Les unicornies sean unides

En 2015, fundé el proyecto Alquimétricos, un colectivo abierto de diseño, divulgación y producción de juguetes didácticos open-source, con la premisa de que tengan la menor barrera de entrada posible.

La idea brotó en Buenos Aires, pero inmediatamente me tomé un año sabático y me fui a vivir a Río de Janeiro. Allí tomó forma de proyecto, y comenzó a crecer, a ganar algunos premios y a pasear por el mundo. Hasta ahora hemos dado unos 150 talleres, formado cerca de mil docentes y jugado con más o menos 13 000 niños. Viajamos por más de 50 ciudades de Brasil, Argentina, EEUU, Canadá, Portugal, España, Marruecos y China. Nos nombró *fellow* el MIT Media Lab, nos unimos a Creative Commons y nos incubaron y aceleraron un par de ONGs en Brasil.

Nos valemos de tecnologías de fabricación digital, especialmente cortadora láser, aunque no le hacemos asco al router CNC o al plotter de recorte (todo bien contigo, impresora 3D, pero eres lenta, cara y padeces de demasiado marketing. ¡Había que decirlo!). Todos nuestros diseños de producto y materiales didácticos asociados son publicados bajo licencia Creative Commons de atribución - CC BY 4.0. Esto permite que cualquier persona pueda bajarse los planos y cortar las piezas desde cualquier lugar del mundo si cuenta con los materiales, el conocimiento y el equipamiento necesarios. Pero, quien no tiene acceso a esa infraestructura tipo FabLab, ¿se queda afuera?

No tan rápido, cerebritito

Paralelamente a la línea de fabricación digital hemos desarrollado técnicas para producir los Alquimétricos de forma manual —usando herramientas muy simples y materiales reciclados—, para que tener el kit propio de juguetes no solo sea más accesible, sino una experiencia educativa en sí misma. De hecho, publicamos un curso online gratuito dedicado a explicar detalladamente este procedimiento, especialmente en este contexto pandémico. Con unos envases de tetrabrick y palitos de brochette, unas tijeras, un par de alicates y una pinza sacabocados (una de esas para hacerle un agujero adicional al cinturón de cuero, que tal vez duerme en la caja de herramientas del abuelo) es posible fabricar un kit para construir estructuras geodésicas, tal vez una de las formas de arquitectura más eficientes y evolucionadas que existen, y que vemos en todo proyecto futurista, ya sea base lunar o marciana o cabaña New Age.

Incluso hemos tenido muy buenos resultados con sistemas seriados de bajo costo como troqueles y sacabocados con balancín, la misma tecnología con la que se fabrican ojotas o rompecabezas de goma EVA, que minimizan el costo de producción y aprovechan una base tecnológica arcaica instalada en prácticamente cualquier lugar del mundo. Para hacer de esta posibilidad una opción más atractiva hemos liberado también el uso de marca: Alquimétricos es un experimento de *open-brand* y un modelo de negocio abierto. Quien quiera ponerse a fabricar y vender nuestros productos no necesita pagar *royalties*, sino que cuenta con nuestro apoyo en la transferencia tecnológica y la gestión del proyecto.

Entonces sólo te faltan el trineo y los renos

Creemos profundamente en que el acceso a recursos educativos de calidad contribuye a la construcción de la cosmovisión de cada uno de nosotros, la reafirmación del «yo creador», en la identificación con eso que llamamos «vocación» y que, en buen castizo, los juguetes a los que tenemos acceso en la infancia definen en buena parte quiénes somos en la vida. Yo no sería el mismo sin los *Rasti* que heredé de mis tíos y probablemente muchos arquitectes e ingenieros descubrieron que tenían facilidad o placer en hacer lo que hacen mientras jugaban con *Legos*, *Tente*, *KNex*, *Meccano*, *Mis ladrillos* o el kit de construcción que hayan tenido la suerte de recibir. Esto es claro: el contexto social y poder

económico con el que crecemos contribuye a determinar les adules en que nos convertiremos y las oportunidades de desarrollo personal, académico y profesional con las que contemos en el futuro. No estoy diciendo que el niño sin juguetes para armar no puede ser arquitecto, pero probablemente la niña que es estimulada solo con muñecas y cocinitas no tenga tantas motivaciones para profundizar en el universo técnico y científico como aquella que tiene la oportunidad de jugar con un kit de robótica o un microscopio desde temprana edad.

Como el escultor, coleccionista y especialista en historia de los juguetes Juan Bordes explica en el encuentro inaugural de Juguetoría, es notorio cómo los artistas de las vanguardias —como los creadores del movimiento cubista— estaban profundamente influenciados por (adivinaron, sí) los juguetes geométricos modulares como el tangram o *Cube Amusement* que se viralizaron durante el siglo XIX y con los que jugaron en su infancia.

Pensar local, soñar global

En estos cinco años hemos tenido no pocas aventuras y probablemente eso se deba a la forma de pensar Alquímicos como un proyecto con un potencial de alcance local y escalabilidad mundial. La gran mayoría del Sur global comparte problemáticas semejantes: gran desigualdad social, Estados que invierten cada vez menos en infraestructura de educación pública y desvían fondos a la educación privada, primarización de la economía, penetración de los grandes conglomerados internacionales en la agenda pública y una severa pérdida de los recursos ambientales. Al mismo tiempo, la tendencia del siglo XXI es la desaparición de puestos de trabajo. Dicen que en los próximos veinte años no van a existir la mitad de los empleos que conocemos hoy por culpa de robots y algoritmos angurrientos. En ese contexto, ¿cuál es la perspectiva de desarrollo profesional de millones de niñas y jóvenes que no pasaron por un proceso formativo acorde con las circunstancias y que entrarán en diez o quince años en un mercado laboral que demanda cada vez más «skills» para no caerse del sistema?

Probablemente ni nuestros juguetes ni nada resuelvan de fondo esa situación, pero nos basta con invitar al público a reflexionar sobre el derecho a jugar y a educarse, y sobre las grandes diferencias de acceso

a los recursos educativos que tienen que ver con las capacidades que el futuro inmediato exige y de lo raro que se va a poner todo si no hacemos entre todos algo al respecto.

Intentamos reducir estas barreras democratizando el acceso a la información, construyendo redes de docentes formados en la «alquimetría», el conjunto de conceptos y métodos que posibilitan la autoproducción —aún con bajos recursos— de materiales de alto impacto didáctico. Con todas estas personas y otros participantes y entusiastas conformamos una comunidad internacional de colaboradores que ayuda a divulgar la iniciativa, crear nuevos productos y contenidos, implementar diferentes estrategias de viralización y mantener el proyecto en expansión.

Jardín de infantes para toda la vida

Como gamers viejes, sabemos hoy que jugar ya no es solo cosa de niños y vemos cómo la industria ve a jóvenes y adultos como público objetivo para sus productos de software o hardware. Tal vez sea uno de nuestros mayores orgullos haber sido seleccionados como *fellows* del MIT Media Lab Lifelong Kindergarten. La cuna del lenguaje Logo, de los Lego Mindstorms y el Scratch es también el lugar donde nació el Aprendizaje Creativo, una estrategia pedagógica basada en los principios de los trabajos por proyectos, la coparticipación entre pares, la inmersión apasionada y el juego. Estos fundamentos pedagógicos, compartidos con varias otras corrientes contemporáneas, ven al juego como estrategia central, no solo del aprendizaje infantil sino de la formación profesional.

A propósito de esto, y en línea con una tendencia que cada vez cobra más potencia, hemos lanzado una línea específica de juguetes, juegos y dinámicas de grupo orientadas al entorno profesional. Un set de kits enfocados en el desarrollo de habilidades personales e interpersonales para facilitar procesos de formación, selección de personal, resolución de conflictos, construcción de equipo y demás demandas de una industria que ya no puede resolver sus necesidades a fuerza de Post-its. 🧑🏻‍💻

SEGA, Nintendo y la CONSOLE WARS

■ **Por HERNÁN PANESSI.** Periodista especializado en cultura joven. Conductor de FAN el Programa y editor de El Planteo. Juega bien al Age of Empires 2 y bastante mejor al Mortal Kombat 3. 🐦 @hernanpanessi

La historia es conocida, pero, como esas fábulas que mejoran con el tiempo, aquí va una vez más: durante la década del 90, las compañías SEGA y Nintendo batallaron encarnizadamente por el dominio del planeta. Y, lejos de provocar aridez, sequía y destrucción, semejante tensión generó prosperidad, evolución y, posiblemente, el escenario adecuado para que se desarrollara la *golden age* de los videojuegos.

La era de los 16 bits y la disputa por el trono fue narrada minuciosamente por el escritor y guionista norteamericano Blake J. Harris en *Console Wars*, que primero se materializó en un libro de culto y, más tarde, en un documental de distribución mainstream.

En su etapa inicial, Blake investigó durante tres años los pasos de SEGA y Nintendo en la conquista de un público ávido de novedades. «Los primeros dos años fueron mayormente dedicados a entrevistar gente y a realizar la investigación. El año final fue casi todo dedicado a la escritura», cuenta el autor.

Cuando niño, Blake sintió en carne propia esa rivalidad entre las dos compañías y, en parte, como les sucedió a muchas personas criadas en esa época, terminó definiendo su infancia. Lo cuenta: «Esas consolas tempranas eran como magia para mí y para mis amigos. Y la rivalidad entre las compañías, y por ver quién tenía el mejor sistema de juegos y

los mejores juegos, forjó mi identidad a una edad temprana».

Fanático de SEGA desde siempre, Blake miraba de reojo la «guerra de consolas» mientras disfrutaba de videojuegos deportivos (su favorito: *NHL '94*), de *Sonic* (al que pone por encima de *Mario*) y de, según afirma, «una mejor versión de *Mortal Kombat*». Pero ya habrá tiempo para identificar polémicas y dimensionar los cambios culturales.

Antes de empezar con el proceso de escritura, Blake quería leer un libro con las características de *Console Wars*. Sin embargo, ninguna investigación se encargaba de contar en profundidad la historia del negocio de los videojuegos. «La razón de este interés es muy simple: mis tipos favoritos de libros para leer son historias que cuentan los detrás de escena. Así que yo sólo quería saber más. Y luego, cuando empecé a investigar, conocí a los hombres y mujeres que habían trabajado en SEGA y Nintendo y terminé enamorándome profundamente de todo esto».

Mientras escribía *Console Wars*, se desempeñaba como guionista y, además, cambiaba *commodities* (azúcar, café y granos de soja) para clientes brasileños. «Mi sueño era convertirme en un escritor profesional, pero no parecía probable», reconoce. De repente, la publicación del libro le cambió la vida. «Incluso al comienzo de este proyecto, recuerdo pensar que, aunque probablemente nunca hiciera dinero con él, era increíblemente importante para mí; además, su historia y sus protagonistas me parecían muy fascinantes».

Los pasillos, las reuniones, los entretelones, las mentalidades, la guerra: tanto el libro, de 2014, como el documental, de 2020, entronizan las emociones que definieron a una generación. Y, a ojos de hoy, el testimonio toma vuelo por la perspectiva histórica y, también, por el peso de la nostalgia. «En mi opinión, lo más interesante de esa batalla es que los “verdaderos ganadores” éramos nosotros... ¡los gamers! Como resultado de esta rivalidad, terminamos obteniendo mejores juegos y productos más innovadores a precios cada vez más accesibles», revuelve Harris.

A la sazón, *Console Wars* se ensancha en el pico máximo de esa rivalidad cuando hace un *close-up* en el lanzamiento de *Mortal Kombat*. Durante agosto de 1992, SEGA y Nintendo terminaron de perfilar sus públicos, de alinear sus pretensiones y de radicalizar sus abordajes. «El juego fue lanzado en ambas consolas el mismo día, así que no era solo una “prueba” de quién era el ganador en ese momento, sino que la de-

cisión de Nintendo de censurar la sangre del juego también personificó las diferencias filosóficas que había entre las dos compañías», identifica Blake.

De esta manera, con la «sangre roja» que brotaba exultante de los cuerpos de los personajes de *Mortal Kombat*, SEGA quedaba del lado de la vanguardia, de la juventud y del desparpajo. Por otro lado, con el recorte de violencia explícita, Nintendo seguía asegurándose su lugar como la consola apta para toda la familia. De algo chiquito, algo grandote: este fue el punto de disputa más evidente en la «guerra de las consolas».

Además, el trabajo identifica momentos históricos que por poco mueven el destino de los acontecimientos, como cuando SEGA tuvo la oportunidad de unirse con Sony y con Silicon Graphics. «Después, esas dos compañías terminaron desarrollando las consolas que derrotaron al sistema de la siguiente generación de SEGA, que fue la Saturn».

Con testimonios vivos, *Console Wars* revive aquella efervescencia de la mano de sus protagonistas. Y ni el tiempo ni las obras subsiguientes lograron disipar la emoción de aquellos años dorados. «Al principio, me preocupaba que la gente que había formado parte de SEGA y Nintendo pensara que ese tiempo en la compañía había sido *solo un trabajo*. Para mi sorpresa, la mayoría de la gente con la que hablé recordaba ese período como el más grandioso de su vida, lo que hizo que narrar esta historia fuera todavía más divertido».

El documental cuenta con producción del comediante Seth Rogen y del director Evan Goldberg, ambos fanáticos de los videojuegos. Entretanto, fue el manager literario Julian Rosenberg quien les acercó la versión preliminar del libro de *Console Wars*. Y tanto Seth como Evan quedaron alucinados. «No tenía ninguna expectativa de que saliera algo de eso, pero pensé: ¿por qué no? Y de repente: ¡Wou! A Seth y a Evan les gustó lo que leyeron y querían reunirse conmigo. Esa reunión cambió mi vida. ¡De verdad! Hasta recuerdo la fecha exacta: 6 de enero de 2012».

De esa yunta, entonces, el documental. Pero, antes de antes, también, una bendición: el libro estuvo prologado por Rogen y Goldberg, lo que le dio una potencia y una visibilidad casi inmediata. «Trabajar con ellos ha sido algo increíble y estoy muy agradecido de que se hayan arriesgado por un tipo como yo», cuenta Blake visiblemente emocionado.

Por estos días, cada noche antes de ir a dormir, Blake sigue jugando videojuegos. Y lejos de fascinarse con las nuevas generaciones de consolas (en su universo no hay Sony, ni Microsoft), sigue viciando con su vieja Nintendo, sorprendiéndose con la Super Nintendo y devolviéndole amor a su querida SEGA Genesis. ¿El último fichín que jugó? *Super Mario Bros. 35*, el battle royale de Mario. «Y estoy muy orgulloso de decir que terminé en el primer lugar unas 46 veces», desliza.

Así las cosas, debido al imán de la nostalgia o, simplemente, porque ahí late algo intransferible, la obsesión por los videojuegos retro crece cada día. ¿Por qué seguimos interesados en esas historias? Blake lo sabe bien: «Porque había algo especial en los juegos de esa era. Por muchas razones, fue una época dorada. Quizás estoy siendo subjetivo en mi forma de pensar, pero la verdad es que no lo creo. Después de todo, mucha gente que no creció durante esa época sigue disfrutando al jugar esos juegos retro. Especialmente porque, al contrario de muchos de los juegos de la actualidad, los videojuegos retro son bastante fáciles de agarrar y jugar. Oh, y son muy, muy, muy divertidos», concluye. 🎮



Hay un impostor entre nosotros

- **Por EMANUEL DAMIÁN BERDICHEVSKY.** 50% Project Manager, 50% Edutainer, 100% Padre. Amante incondicional de lo nerd y lo bizarro. Los videojuegos son su pasión, el XCOM su perdición. Alter ego de Berdy.  @berdyx

—Hola, ¿alguien se prende a jugar *Among Us* por Twitch?
(curiosidad, murmullos entre el público)

—Ahora, jugando *Among Us* con tus ídolos de Twitch e Ilhan.
(sorpresa, signos de admiración llenan el chat)

—Primera vez que juego, rol de impostora... ¿seré buena?
(entusiasmo, el chat repleto de mayúsculas y OMG)

—Miren, ¡primera vez que juego y gané!
(felicidad, llueven emojis, en el chat)

—De chica jugaba *LoL*; miren la PC gamer de mi amiga Ilhan.
(éxtasis, ellas son las nuevas reinas de Twitch)

Lo que acaban de leer sucedió el año pasado en Estados Unidos durante la campaña electoral.

¿Las protagonistas? Alexandria Ocasio-Cortez (AOC) e Ilhan Omar. Ambas diputadas del Partido Demócrata, ambas representantes de grupos minoritarios e, importante, ambas jugadoras de videojuegos¹.

La cita ocurrió en Twitch —la plataforma más usada en la transmisión de partidas de videojuegos—, en donde AOC, Ilhan y un grupo de streamers famosos compartieron varias rondas del juego social del momento: *Among Us* (Innersloth, 2018). No fue casualidad la elección del juego. En *Among Us*, un jugador toma el rol de «impostor» y para ganar debe ir eliminando uno a uno al resto de los jugadores. Tiene que lograr pasar por inocente. Para eso se camufla y señala a un jugador para que los demás voten a otro como culpable del crimen: una clara referencia al presidente saliente y su práctica de hallar chivos expiatorios para polarizar el debate público y justificar su accionar político.

AOC abrió la tertulia con un discurso en el que llamaba a votar a la población, además de enseñarles cómo hacerlo en épocas de pandemia². El evento generó un boom de aceptación por parte de la comunidad gamer —un segmento mayormente joven—, quien acompañó esta transmisión con un pico de más de 400.000 visualizaciones, convirtiéndose en una de las transmisiones más vistas para un debut.

La política partidaria en un videojuego podría ser anecdótica, si no fuese que hasta el año 2019 (tan lejano parece) los videojuegos eran considerados violentos y causales de enfermedades mentales. ¿Cómo se logró este cambio de paradigma? Para responder a esa pregunta, les propongo un viaje para entender cómo fue evolucionando esta complicada relación entre los videojuegos y la política.

¹ Alexandria Ocasio-Cortez (conocida como AOC) nació en el Bronx en 1989 dentro de una familia obrera de ascendencia puertorriqueña. Desde 2019 es diputada por el Partido Demócrata. Es la mujer más joven en llegar al Congreso de los Estados Unidos con 29 años. Ilhan Omar nació en Mogadiscio, Somalia en 1982. Desde 2016, es diputada por Minnesota en el Congreso de los Estados Unidos. Es la primera persona de origen somalí y la primera mujer musulmana que logra un escaño en esa Cámara.

² El sistema electoral estadounidense admite la emisión de voto por correo, además de presencial. El voto no es obligatorio por lo que hay que registrarse en los padrones para participar de la elección.

Uno, dos, ultraviolento

En los dorados ochenta, cuando jugábamos teníamos que defender una ciudad de un ataque de misiles o lidiar con fantasmas y plomeros. Los videojuegos eran cosa de niños. Siempre y cuando no se transgredieran ciertos límites que la sociedad consideraba adecuados, el show podía continuar.

La historia cambia en los noventa, cuando ocurren dos hechos que atrajeron la atención de los medios de comunicación, del público general y, en consecuencia, de las instituciones republicanas. *Mortal Kombat* (Midway Games, 1992) y *Night Trap* (Digital Pictures, 1992) fueron llevados al Congreso de Estados Unidos en 1993 para debatir la violencia en los videojuegos, en lo que fue la primera discusión política abierta sobre el tema. El primero era explícitamente violento pero irreal, con sus finalizaciones extravagantes llamadas *fatalities*. El segundo, más mundano, pero mucho menos violento, era una película interactiva de muy bajo presupuesto con temática similar a las películas de terror adolescentes, pero sin el exceso de sangre. El resultado fue no solo la instalación de una polémica que sigue hasta hoy —¿son violentos los videojuegos?—, sino también la creación del sistema de calificación ESRB, que permite rotular al juego por público objetivo según su contenido, para tranquilidad de los padres, madres o familiares responsables de regalarlos para Navidad.

Más seria fue la masacre de Columbine en 1999, cuando dos adolescentes armados asesinaron a sangre fría a trece compañeros del colegio para luego suicidarse.

¿Cuál es la relación entre este hecho y los videojuegos? Que ambos asesinos jugaban al clásico *Doom* (id Software, 1993), donde debemos matar a seres infernales con armas improbables en un universo imposible. No fue el juego en sí el problema, sino haber encontrado en las notas de los asesinos referencias sobre disparar a la gente como si fuesen enemigos de *Doom*, o afirmaciones acerca de que habían recreado un escenario parecido al secundario Columbine con el editor de niveles de *Doom*. Nuevamente el foco del Congreso de EEUU estuvo puesto en la violencia en los videojuegos, pero esta vez sin resolución alguna.

Volviendo un ratito al presente, tal vez la violencia considerada en aquel entonces parece hoy inocente. Pero ese momento fue la primera

vez que un Estado se asomó al mundo de los videojuegos para responder a una demanda social, con relación a situaciones de violencia.

Y como la lectura, la radio, la música, la TV, internet y cada nuevo medio que fue apareciendo en nuestras vidas, los videojuegos fueron vistos inicialmente como ámbitos violentos que inducen al peor comportamiento humano. Esto no acabaría ahí.

Una partida más

No siendo suficiente el mote de violentos, los videojuegos también fueron catalogados como generadores de adicción y consecuentes trastornos asociados. Partiendo de una preocupación social, masificada por los medios, esta vez fueron las instituciones globales quienes tomaron cartas en el asunto. En junio de 2019, la Organización Mundial de la Salud publicó en su boletín mensual un artículo basado en estudios realizados en Japón, Suiza, Alemania y EEUU. Allí se evalúa la adicción a los videojuegos, que son potenciales generadores de comportamientos ludópatas (apuestas) o antisociales (juegos multijugador online). Si bien el artículo afirma que aún se desconoce mucho sobre la naturaleza del comportamiento, confirma que existe un problema que puede ser clasificado como enfermedad.

En ciertos juegos existe una práctica que refuerza el comportamiento ludópata mencionado: la compra de *loot boxes*. Estas son cajas virtuales con recompensas aleatorias, en las que se apuesta dinero real para obtener recompensas virtuales. Esta práctica es cada vez más repudiada por la comunidad de videojugadores por lo que, en el afán de no perder potenciales clientes, algunas compañías grandes de videojuegos (por ejemplo, Microsoft) se han propuesto revisar sus contenidos.

A la par con el artículo, también en 2019 la OMS agregó a su Clasificación Internacional de Enfermedades (ICD-11) la adicción por videojuegos, con fecha de aplicación en 2022. Esto implica que los gobiernos del mundo tenían tres años para comenzar a adecuar sus procesos y recursos para tratar esta enfermedad.

Los videojuegos entraron a las políticas estatales, puntualmente en el ámbito de la salud pública. Y hasta aquí llegaron las malas noticias. Es hora de recorrer el camino de la redención.

Bajada de línea

De repente, los términos «muerte» y «enfermedad», asociados a los videojuegos, aparecieron en las noticias. Los titulares de este cariz tienen un efecto secundario: atraen interés. Los videojuegos dejaron de ser potestad de los niños y niñas, para comenzar a mostrar otro tipo de contenido más maduro. Y, dentro de ese contenido, hubo quienes comenzaron a bajar línea política.

Como ejemplo de mensaje explícito, tenemos el juego *Homefront* (THQ, 2011), en donde hay que repeler una invasión norcoreana en territorio de Estados Unidos. Una tardía respuesta llegó con el norcoreano *Hunting Yankee* (2017), en donde el objetivo es matar a soldados estadounidenses asumiendo el rol de francotiradores.

Tenemos también mensajes implícitos como en la saga *Far Cry* (Ubisoft), en donde nuestro personaje tendrá que abrirse camino a los tiros. Los enemigos rotan entre piratas del Pacífico, guerrilleros africanos, tiranos del Himalaya, dictadores caribeños y grupos de extrema derecha norteamericanos. Solamente por esto último, en Estados Unidos, el juego fue tildado de tener un «mensaje político».

Finalmente, en lo que es una clara medida de apoyo hacia temáticas de contexto político y social por parte del Estado, el gobierno de Polonia decidió este año agregar el juego *This War of Mine* (11 bit studios, 2014) a su currículo escolar. El juego nos plantea la cruda realidad de la guerra, vista desde los civiles que deben sobrevivir.

Cada vez más abiertamente los videojuegos comenzaron a ser vistos como medio y soporte de ideas y mensajes y entraron en la discusión político-ideológica.

Lucha virtual

Del otro lado del mostrador, jugadores y jugadoras recogieron el guante y convirtieron a los videojuegos en verdaderas arenas de discusión pública. Veamos algunos ejemplos:

—Protesta acerca de la libertad de expresión en Hong Kong en la Blizzcon 2019, convención anual de videojuegos de la empresa Activision-Blizzard.

—Protesta del movimiento Black Lives Matter (BLM) en el videojuego online *Animal Crossing: New Horizons* (Nintendo, 2020).

—Consignas agregadas por los propios desarrolladores, como ropa virtual de protesta BLM en *NBA 2K20* (2K Games, 2019).

—Inauguración de la Biblioteca sin Censura, dentro de *Minecraft* (Mojang, 2011), con contenido censurado en la vida real por diferentes gobiernos.

Pero así como se utilizaron videojuegos existentes a modo de protesta, comenzaron a surgir espacios de creación de videojuegos directamente dedicados al activismo político, buscando generar un cambio mediante consignas, debates y propuestas. Para alimentar su curiosidad, les dejo algunas puntas:

—Game Jams (encuentros multidisciplinarios de creación de videojuegos) con temáticas políticas, de Derechos Humanos y activismo social (ej. Game Jam PANA).

—*Games and Politics* recopila juegos de diferentes partes del mundo, curados en una exhibición itinerante en donde se muestra la crudeza de la realidad que vivimos.

Hoy no hace falta movernos de nuestras casas para participar activamente en ese cambio que queremos. Nuestra creatividad y un canal omnipresente como internet nos dan las herramientas suficientes. Y de eso tomó nota la clase política.

Modo Campaña

De vuelta en el convulsionado 2020. En una tregua imprevista por la pandemia, los videojuegos pasaron de ser enemigos a aliados. Sin referencias a los estigmas de adicción y violencia, son repensados como «espacios de esparcimiento» ante el encierro forzado.

La anécdota inicial de AOC e Ilhan no es la única que sucedió en esta campaña. El Partido Demócrata estuvo presente, además, en otros juegos de convocatoria masiva: *Animal Crossing* (la isla de Biden) y *Fortnite* (los Challenges por la Democracia). Tal vez con un carácter más inoportunista, nos mostraron que ese espacio de sociabilización virtual también puede convertirse en un espacio de acción política partidaria, sobre todo teniendo en cuenta que las nuevas generaciones de votantes consumen exclusivamente contenidos por Twitch, videojuegos y YouTube.

¿Cómo repercute esto en nuestra Patria Grande?

Al menos en Argentina, son bien conocidos los Shitty Games, un gru-

po de desarrolladores medio anarcos y delirantes, que vienen trabajando en el tema hace años realizando newsgames: juegos que toman las últimas noticias de los medios de comunicación y las reelaboran en tono de parodia.

A nivel institucional, la clase política empieza a entender que los videojuegos son parte de nuestra cultura. En Argentina, la iniciativa Crear, promocionada por el gobierno nacional, está dando sus primeros pasos en la promoción de videojuegos con consignas socioculturales.

¿Veremos alguna vez a nuestros queridos políticos y políticas jugar una partida de *Among Us* para captar votos? Sería una interesante experiencia para vivir con ese sabor local que tenemos.

Mientras tanto, tal vez sea el momento de darnos ese debate: los videojuegos, además de espacios de diversión y esparcimiento, funcionan como medios de sociabilidad y comunicación. Las empresas lo saben, ahora los políticos también (en especial los que andan por debajo de los cuarenta años y se criaron con ellos).

La próxima vez que jueguen a su juego online favorito tengan los sentidos bien alertas, porque ese par con el que están compartiendo campañas épicas puede ser un impostor haciendo proselitismo. 🤖

Silencio en la música

■ **Por SEBASTIÁN MAUREL.** Compositor y arreglador de música para videojuegos, youtuber y gamer.

▶ musikpalast

La música es un ida y vuelta constante entre tensión y reposo. Me gustaría referirme a una de las herramientas menos discutidas para generarla: el silencio.

El silencio siempre se consideró secundario en la música, por detrás de las melodías. Constantemente dejado de lado como recurso compositivo, a pesar de que, a veces, la ausencia de sonido es tan fundamental como su presencia.

El silencio absoluto ha sido utilizado en videojuegos de manera muy efectiva dentro del género de terror. Todos conocemos ese sentimiento de vacío al ver al personaje principal solo, sin ningún sonido a su alrededor. ¡No sabemos qué va a suceder! Nuestra visión solo puede brindarnos seguridad de lo que sucede delante nuestro y es ahí donde entra la audición como herramienta clave para entender nuestros alrededores. Es por eso que la falta de sonido genera inquietud y tensión.

En 1952, el compositor norteamericano de música contemporánea John Cage presentó en el Maverick Concert Hall de Nueva York su famosa obra para piano *4'33"*. Consistía en 4 minutos y 33 segundos de puro silencio. La partitura da las instrucciones precisas de no tocar el instrumento durante la pieza entera. El compositor decidió también dividir la composición en tres movimientos, a pesar de que todo es absoluto silencio. La audiencia vio a David Tudor¹ sentarse en el piano, cerrar la tapa de este y esperar un tiempo hasta que la volvió a abrir, marcando el final del primer movimiento. La escena se repitió dos veces más para el segundo y tercer movimiento. Luego de 4 minutos 33 segundos, Tudor se levantó y se fue. La obra fue muy criticada.

Sin embargo, John Cage demostró que el silencio absoluto en nuestro mundo no existe; que, durante esos 4 minutos y 33 segundos, el público se convirtió en parte de la obra, los susurros entre las personas confun-

¹ David Eugene Tudor (1926–1996), compositor norteamericano y uno de los principales intérpretes de la música de vanguardia para piano.

didas, quejas y gritos se convirtieron en parte de la obra. 4'33" fue un antes y un después en el mundo de la música, nos abrió la cabeza al concepto del silencio como herramienta compositiva.

En 1990, una organización llamada Miracle-Ear, que se dedica a la salud auditiva y a brindar información sobre el cuidado de los oídos, realizó un estudio llamado «Un día sin sonido». Los participantes afirmaron lo difícil que es la vida cotidiana sin audición, debido a lo estresante que resulta y lo indefenso que uno llega a sentirse.

Estas sensaciones muchas veces son buscadas entre los desarrolladores de videojuegos, con el objetivo de potenciar la inmersión del jugador. Aunque este recurso sea más frecuente dentro del género de terror, también lo podemos hallar en otros tipos de juego, como en *Shadow of the Colossus* (Team ICO, 2005) o *Undertale* (Toby Fox, 2015).

Shadow of the Colossus es un juego en tercera persona donde nuestro protagonista está en la búsqueda de dieciséis colosos que se encuentran desparramados por el mundo. Debe derrotarlos para poder revivir a una muchacha. En esta tarea se encuentra completamente solo. En este caso, el silencio representa la soledad del personaje en esa tierra desconocida y, aunque por momentos se utilicen atmósferas como lluvia o viento, la parcial ausencia de música le brinda un gran peso emocional a la banda sonora.

El compositor y creador de *Undertale*, Toby Fox, emplea el silencio en varias ocasiones y de distintas maneras. Una de ellas, la más interesante, sirve para dar más peso e importancia a un diálogo o escena que acaba de suceder, como si fuese una especie de reflexión de lo sucedido o como puntapié para una nueva escena. Toby Fox también decide usar el silencio como «calma antes de la tormenta» de caos a punto de empezar. Lo interesante es que, a pesar de la dualidad de desarrollo narrativo que tiene el juego, tanto yendo por el final pacifista como por el final genocida, el silencio cumple roles dentro de la banda sonora tales como tensión, misterio y hasta cierta paz brindada por el contraste del silencio frente al caos.

Todavía hay mucho para explorar dentro del silencio en videojuegos. El silencio como herramienta compositiva es un concepto muy joven aún y tengo la esperanza de que se desarrolle mucho más en el futuro.

El silencio será de pocas palabras, pero tiene mucho para decir. 🎧

Una historia independiente



■ **Por FERNANDO COUN** Desarrollador Oracle y redactor en las revistas Xtreme PC e [IRROMPIBLES].
Fanático de fichines de autos, aventuras gráficas e indies. [🐦 @ferCoun](#)

“Yo [...] en el estudio soy el diseñador, el programador, el contador, el abogado, el gerente de marketing, el de recursos humanos, el de prensa y el de negocios...”¹, nos dijo Daniel Benmergui a [IRROMPIBLES] y play-NOmore cuando ambos medios lo entrevistamos durante la EVA 2017. ¿Qué mejor definición para entender lo que implica el desarrollo independiente que la dada por un referente local?

El término en inglés *indie*, aplicado a los videojuegos, recién comenzó a utilizarse en el presente siglo. Pero esta práctica de desarrollo, que se caracteriza por equipos mínimos, presupuestos muy limitados —sin respaldo financiero externo— y un afán por la experimentación, existe desde el principio de los tiempos.

Proto indies

No es la intención de este artículo discutir cuál fue el primer fichín. Tanto *OXO* (Alexander S. Douglas, 1952) y *Tennis for Two* (William Higinbotham, 1958) como *Spacewar!* (Steve Russell, 1962) tenían algo en común: pocas personas, nada de dinero y todo por inventar. Sin embargo, pasó más de una década hasta que los videojuegos dejaron los laboratorios de universidades y los simples mortales pudimos ponerle nuestras garras en algún pub.

La naciente industria del entretenimiento electrónico se encargó de reclutar ingenieros para diseñar el hardware —las «máquinas»— y también a programadores para generar contenido —los «jueguitos»—. Así despertaron empresas que se convirtieron en gigantes y sinónimo de fi-

¹ Coun, Fernando: «Daniel Benmergui: Charla en la EVA 2017», en [IRROMPIBLES], Noviembre 2017. Disponible en irrompibles.net

chines: Nintendo (1889), Coleco (1932-1989), Midway (1958), SEGA (1960) y Atari (1972-1992), entre otras.

A diferencia de los primeros videojuegos, en que se conocía el nombre y apellido de quienes los hacían, en esta etapa inicial de la industria los equipos de desarrollo estaban formados por simples números de legajos, con objetivos de productividad que cumplir. No figuraban en los créditos hasta que Warren Robinett incluyó un *easter egg* con su nombre en *Adventure* (Atari, 1979). Esto, junto al trato injusto en Atari para con sus creativos y creativas, llevó a que cuatro de sus ex empleados fundaran Activision en 1979.

Apenas los videojuegos pasaron de los bares al living del hogar en forma de consolas y *home computers* (HC), se despertó no solo la pasión por jugarlos, sino por desarrollarlos. Casos como los de Roberta Williams —*Mystery House* (1980), *King's Quest* (1987)—, Jordan Mechner —*Karateka* (1984), *Prince of Persia* (1989)— o id Software —*Wolfenstein 3D* (1992)— son fieles exponentes de su generación, y de lo que más tarde llamaremos desarrollo indie.

Casi indies

Sin embargo, estas experiencias individuales devinieron en nuevas empresas como Sierra Entertainment (1979-2008), de Roberta y Ken Williams, en colaboraciones con otras compañías como Jordan Mechner y Brøderbund Software (1980-1998) o terminaron como gigantes con títulos AAA, como id Software, subsidiaria de ZeniMax Media.

Este vuelco hacia lo empresarial por lo general atentó —y atenta— contra la innovación y la experimentación, claves en el mundo indie. Un mayor presupuesto implica mayores riesgos y compromisos, por lo que se suele apostar a lo seguro: secuelas.

Así pasaron los años 90, llenos de grandes sagas que apostaron a lo seguro o, por lo menos, a lo que las grandes empresas inversoras consideraban seguro. Eso no quiere decir que no haya habido grandes títulos ni grandes adelantos, sino que algunas de las ideas más revolucionarias —por temática, arte o mecánicas— fueron, posiblemente, archivadas en un cajón.

Pero, afortunadamente, hacia principios del 2000 surgió, según dice Maximiliano Ferzzola en **Ludorama Nro 1**, un «...caos creativo sin res-

tricción alguna, en un entorno libre y relajado, lleno de personas que hacían los juegos que querían simplemente porque querían hacerlos...»². Sí, había explotado Flash y un sistema de monetización sustentable. No voy a repetir lo que dijo Max en su artículo, así que vayan y léanlo, si es que no lo hicieron, que merece la pena.

Indies

El documental *Indie Game: The Movie* (2012) abrió los ojos del gran público a lo que era un secreto a voces en el mundo gamer: una forma diferente y arriesgada de crear fichines.

Obsesivos y jugados al todo por el todo con tal de cumplir sus sueños, fuimos testigos de tres procesos clave de comienzos del siglo XXI: *Braid* (Number None, 2008), *Super Meat Boy* (Team Meat, 2010) y *Fez* (Polytron Corporation, 2012). Publicados primero por Microsoft para su consola Xbox 360, lograron un éxito de crítica y ventas a la par de los más importantes lanzamientos AAA.

Por su parte, Valve también estaba moviendo los hilos indie en el mundo de las PCs al lanzar en 2012 Steam Greenlight, una plataforma donde jugadores y jugadoras del mundo podían apoyar sus proyectos preferidos.

En cuanto a la financiación, sitios como Kickstarter (2009) jugaron un rol clave —y lo siguen haciendo—, disminuyendo la distancia entre el consumo y la producción de contenido, y no solo de videojuegos.

Las cartas estaban echadas y la globalización de los servicios también posibilitó el surgimiento de referentes indie en nuestro país, con alcance mundial. Basta ver algunos ejemplos como *Okblos* (Coffee Powered Machine, 2016) o *Fidel Dungeon Rescue* (Daniel Benmergui, Jeremías Babini y Hernán Rozenwasser, 2017) y sus repercusiones para hacernos una idea del desafiante futuro que nos espera. 🍷

² Ferzzola, Maximiliano: «La influencia de los juegos Flash online en la industria», en *Revista Ludorama*, Nro. 1, pp. 151-160, Octubre 2020.

Cómo un inesperado deceso puede revivir un viejo trauma

■ **Por RAMÓN MASOVETZKY.** Aficionado a la historia antigua y los mitos, aventurero gráfico y asiduo llegador tardío de todas las experiencias de la vida. Sus escritos raramente expresan la bola de emociones en su cabeza y su poco vocabulario tampoco lo ayuda mucho, pero lo intenta.

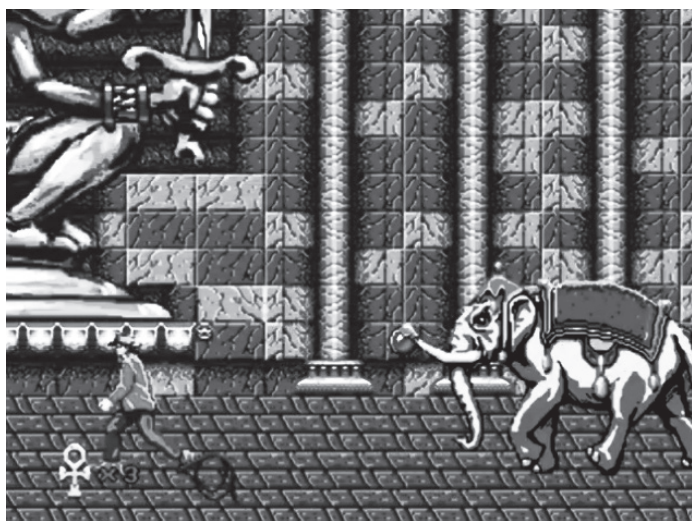
Sean Connery está muerto. A los noventa años el padre de Indiana Jones finalmente murió. Ni los nazis pudieron contra él. Solo el tiempo, que todo lo abate, lo logró. Y eso que pensamos que luego de beber del cáliz sagrado no moriría jamás.

Me enteré el mismo día que murió. No soy un gran cinéfilo, así que lo primero que pensé fue en *Indiana Jones*. En ese instante, como buen nostálgico que soy, un oscuro fantasma del pasado volvió a mí: un fantasma llamado *Instruments of Chaos starring Young Indiana Jones*, de Sega (¿1994?).

Burbujitas de recuerdo

Fue en 1997 cuando con mi hermano pusimos ese cartucho por primera vez en el Sega Genesis. Tenía estampadas las caras de Harrison Ford y Sean Connery, como padre e hijo. Nada podía salir mal, Indiana Jones siempre nos había gustado.

El juego arrancó y ni novedad de Ford o Connery. Pero un globo terráqueo girando en «3D falso» prometía una superproducción, aparte de que el mundo de Indy siempre traía misterios infinitos y grandes aventuras. Estábamos fascinados, teníamos nueve y diez años.



Arrancaba con el joven Indy en un bazar en ¿la India? Había que ir ¿a dónde? Teníamos diez años, sabíamos poco y nada. Había que avanzar y matar todo lo que se moviera. Al instante, aparecían faquires arrojando cuchillos. [N. del E.: ¡entonces, era en la India!] Tardamos en darnos cuenta, pero podían estar tres horas arrojando cuchillos que no nos iba a pasar nada.

La musiquita era agradable, pero lo mejor de todo era el látigo. Con las direccionales se podían hacer movimientos giratorios de muchas maneras distintas o extenderlo más y menos. Uno podía presumir que, más adelante, iba a poder usarlo para colgarse de peñascos.

Luego del bazar se llegaba a un templo con una imponente estatua de múltiples brazos y un elefante que recorría de punta a punta el nivel.

Después de un largo rato dejamos el juego, ya no sabíamos qué hacer. La musiquita pasó de divertida a infernalmente molesta. Mi hermano lo vetó de por vida, aunque yo le di varias oportunidades mientras especulaba: «¿y si nos falta un objeto del primer nivel?» «¿Y si hay un botón secreto?» «¿Y si tenés que subir al elefante y dejar que te lleve hasta el

final del nivel para pasar al siguiente?» Buenas teorías, pero ninguna era correcta. Todavía recuerdo la del elefante, «para algo tenía que estar» —me decía a mí mismo mientras ponía el cartucho por vigésima séptima vez—.

Tiempo después, en pleno auge de los cartuchos de Sega (en una escuela del Conurbano en 1998 no existía la Play), mi hermano me cuenta en el recreo que uno de su grado lo había pasado y le había contado la posta. Mariano, el compañerito, situándose a la derecha de la estatua, en el escalón más alto, saltaba a la vez que usaba el látigo. Según él, Indy se colgaría de «algo» y saldría por arriba hacia el siguiente nivel. ¡¿Cómo había descubierto eso?!

Volvimos a casa y mi hermano puso el cartucho, previo soplado de polvillo. Expectante, lo vi llegar hasta el bendito escalón. Era el momento de la verdad. Empezó a agitar el látigo y saltó como Mariano había dicho. Cayó sobre el escalón. Nada. Qué raro, pensamos, capaz no lo hicimos correctamente. Nada otra vez. Tal vez era como en *La Última Cruzada*: un salto de fe hacia la estatua mientras revoleabas el látigo. Tampoco. Nada. Angustia. Decepción. Al cajón nuevamente.

Solo el hombre penitente pasará.

Años después, usando internet para resolver mis traumas infantiles, investigué sobre *Instruments of Chaos starring Young Indiana Jones* para ver cómo se hacía «la Gran Mariano», comprender en qué habíamos fallado. Mi sorpresa fue grande al saber la verdad.

Esa parte era imposible de pasar, no había solución, ni siquiera había nivel 3. ¿Por qué? Porque era una beta, una demo, algo horrible e incompleto que alguien, que nunca sabremos quién fue, robó de algún lado y lo vendió como si fuera el juego completo. Dentro de mí algo descansó en paz. Llamé a mi hermano y le conté todo.

Esto me vino a la mente con la noticia de la muerte de Sean Connery, el eterno padre de Indiana Jones. Noventa años, todo un legado. Será recordado como uno de los más grandes actores, por sus papeles en *El nombre de la rosa* y como el también inmortal James Bond.

¿Y Mariano? Mariano era un forro. 🤖

El ciber del fin del mundo

■ **Por JUAN MARTÍN BENTOLILA.** Profesor en Artes con orientación al Teatro, game designer, guionista y copywriter (esto no significa que haga algo bien). Síguenlo en @juancito_martin (no nos hacemos responsables en este número tampoco).

Esta entrevista me toca de cerca, porque el entrevistado es un gran amigo mío. No solo eso, sino que es el primer amigo que me hice cuando vine a vivir a la ciudad de Buenos Aires. Nos conocimos en escuela nueva, ambos repitentes. Lo primero que hicimos fue sentarnos juntos y hablar de fichines: revistas, Game Boy Color, yo Play 2, él Xbox, los juegos flash para móviles, los nuevos móviles, cómo pensábamos el futuro de la industria (de estudiar ni hablar). Y con todo ese hype nos hicimos inseparables.

Marcos Emanuel Carrizo, alias «El chino», es un emprendedor. Nacido en Tucumán, pero criado en muchos lados. Ni bien terminó la escuela intentó seguir el mandato familiar y ser oficial de Marina como su padre y su hermano mayor, pero no es lo suyo. Se fue a vivir a Ushuaia en 2013. Casi toda la familia se había mudado dos años antes porque su padre fue trasladado a «hacer base allá». Quería estar cerca de ellos y huir de la jungla de cemento para nunca más volver.

Y vaya que cumplió.

Comenzó a trabajar en el tren del Fin del Mundo y a estudiar Contabilidad. Abandonó ambas cosas. Logró entrar en la Academia de Policía. Luego de cuatro meses de un entrenamiento exhaustivo se convirtió en suboficial de la policía provincial de Tierra del Fuego y comenzó a ejercer en la parte administrativa. Ahorró cada centavo, primero para edificar su casa en el terreno de sus padres y convivir con su pareja. Luego, invirtió todo en algo que, sin saberlo, se convertiría en su hijo, su sueño.

Básicamente, te pusiste un ciber...

Sí, pero no el ciber al que íbamos a jugar al *Counter* después de la escuela en 2006. A Goodgame me gusta más llamarlo «LAN center», que es como un ciber, pero mejor.

Mejor ¿cómo?

Le busqué la vuelta al emprendimiento de «ciber» en general. Creo que fue un rubro que explotó en su momento, pero los ciberns murieron por varios factores. Uno de ellos fue la desidia de no actualizarse. Estamos en una época en que los deportes electrónicos son la primera plana en todo el mundo.

A esto hay que sumarle la democratización de internet.

Totalmente. Todo el mundo empezó a tener internet en su casa y a poder acceder a una placa de video para videojugar. Con ese panorama, a los ciber no les quedó otra que invertir, pero nadie lo hizo. Así que desaparecieron.

Se fueron al cementerio de las canchas de paddle y los videoclubes.

¡Era lo esperable! ¿Vos te acordás de las sillas de los ciber a los que íbamos? El mobiliario siempre dejaba mucho que desear. Los hardware eran peceras. Al final en tu casa tenías lo mismo que en un ciber, dejaron de ser una necesidad. Y acá logré generar una propuesta más atractiva. Máquinas especializadas, buenas sillas, lindo ambiente, *headsets*, comida, bebidas...

¿Conociste los lugares así que había en CABA?

Sí, pero las habitaciones comerciales para computadoras y expendio de alcohol, sumado el abrir hasta cualquier hora... es medio polémico. Además, los chicos menores de edad directamente se quedan afuera de esa propuesta.

Y vos apuntaste a otro rango etario.

Correcto.

¿A cuál?

Entre los 7 y 35 años, pero la mitad de la clientela debe andar entre los 16 y los 30. Vi como una oportunidad el hecho de apuntar a un rango tan amplio. En un principio, mi expectativa era diversificar la clientela, al margen que los que más iban a venir eran los niños.

¿Y cómo se te ocurrió la idea de poner un ciber?

Quería jugármela por mi hobby. No tenía ninguna certeza de que me fuera a ir bien. Sí supuse que mi mayor fuente de ingresos iba a ser el alquiler de las máquinas por hora. Pero imagínate, pude lograr que un hobby mío genere dinero y a la vez ofrezca a las personas un servicio que no existía hasta ese entonces, al menos en Tierra del Fuego. A eso sumale el generar un lugar de pertenencia y sentir que somos un club, una comunidad en la que podés conocer personas con tus mismos intereses. No tiene precio.

Arrancaste con kiosco y todo.

Sí, sí, con todo. Quise centralizarme en diversificar mis servicios. Tener un kiosco medianamente equipado con panchos, pebetes, gaseosas y golosinas. Las máquinas dan un dinero limitado por día. Entonces el kiosco es un plus sin límite.

El emprendimiento de Marcos vio la luz en junio de 2018 con solo diez máquinas. El primer local de Goodgame había nacido. Aun trabajando para la policía provincial, en sus tiempos libres se dedicaba de lleno a su inversión hasta que un hielو resbaladizo le jugó una mala pasada en un operativo y una hernia de disco galopante había aparecido. Cirugía, licencia, bloqueo, burocracia, traslado a Buenos Aires. Ansiedad mediante, decidió darse de baja.

¿Cómo fue tener dos trabajos a la vez?

Demandante y estresante. Al principio tenía mi trabajo en la policía y la idea era que el local sea mi segundo ingreso de dinero. Pero como funcionó tan bien y yo justo tenía la lesión (muy dolorosa, por cierto) decidí dedicarme de lleno. Puedo vivir de esto y cuidar el negocio más tranquilo.

Y claramente te fue bien porque abriste un segundo local.

Sí. En agosto de 2019, con un inversionista amigo, pude abrir una segunda sucursal.

¿Cuántas máquinas suman en total?

Ahora con las consolas (PlayStation 4 y Xbox One, se alquilan por hora y al mismo precio) estamos en las treinta.

¿Cómo fue armar una movida así en el fin del mundo?

Hay mucho prejuicio con lo que es Ushuaia. Acá hace frío, mucho, pero también hay una cantidad enorme de jugadores. Mucha gente se queda adentro gran parte del año por las bajas temperaturas. Pero una vez que nos establecimos y nos generamos un nombre en la comunidad en relación a los videojuegos, fue viento en popa. Casi siempre tengo lista de espera.

¿Hay clientela femenina? ¿Juegan videojuegos?

Sí. Y muy bien. No tiene sentido seguir pensando que jugar videojuegos es cosa de chicos nada más. Las mujeres juegan y rankean. Podría decir que casi el 30% de mi clientela son mujeres.

¿El Estado se interesó por este tipo de movidas de esports?

Sí. Presenté un proyecto en la provincia en la línea de ciencia y tecnología para fomentar los deportes electrónicos, ya que generan mucho interés en los jóvenes y, hoy por hoy, están teniendo más o igual público que los deportes tradicionales. Entonces les presentamos la idea de armar una liga interprovincial presencial con participación gubernamental en la parte de organización y premios, y con difusión en la televisión abierta de acá.

¿Y cómo les fue?

Ese proyecto funcionó muy bien. Generamos un torneo de *League of Legends (LoL)*, que hoy es el videojuego número uno de los esports. Sumamos 25 equipos en total. Vos pensá que son cinco jugadores más un suplente.

¿Abí aparece la Liga de Fuego?

Así es. La creamos nosotros.

¿Todo el torneo fue en línea?

No. Las etapas finales y semifinales fueron en el local. Y de paso, dejame agradecer al gobierno fueguino porque cumplieron y entregaron kits gamer para todos los ganadores, además de trofeos, medallas y difusión en TV, diarios y redes sociales.

Tengo entendido que armaste tu propio equipo de LoL.

Fue un gusto que me di en vida. Al tener el espacio y los horarios no pico, y en base al rendimiento que tuvieron en el torneo, visualicé el talento en general, que es mucho. Juntamos a los chicos que tenían ganas y tiempo y les dimos un espacio para profesionalizarse. Yo me transformé en manager del equipo. Teníamos pactados horarios fijos de entrenamiento, combates de prácticas, repaso de estrategias, etc. Participamos en varios torneos nacionales y latinoamericanos. También participamos junto con el gobierno de Santa Cruz en una liga interprovincial donde estaban invitados tres equipos de Chile de primer nivel, a un paso de ser profesionales. Fue una buena experiencia. Al margen de que era mi primera vez y de ser tan solo un autodidacta que me fui informando sobre la marcha de manera improvisada, más allá de todo, considero que obtuvimos muy buenos resultados. Estoy súper agradecido y muy orgulloso de los chicos. La verdad es que en seis meses fueron muchos torneos y llegar a cuartos y a semis fue un logro enorme, considerando que fue nuestra primera experiencia y viendo el altísimo nivel que hay en Latinoamérica. No puedo creer todo lo que logramos como equipo... Lástima que no lo pudimos mantener en el tiempo.

¿Cómo fue eso?

Y vos pensá en la disponibilidad. Yo acá abría para que entrenaran en horarios no pico, pero ellos también tienen escuela, sus cosas, su vida. Eran seis chicos entre 16 y 25 años más el coach (un cliente que se animó a ser DT) y yo. No era fácil de coordinar.

¿Y qué pasó?

Veníamos muy bien, eso pasó. Rachas de victorias, carreos impresionantes, palizas... ¿Sabés lo que es ganar diez batallas consecutivas en torneos? ¡Una proeza! Una fiesta, la verdad. Estábamos en la cresta de la ola... hasta que perdimos. Y ahí me siento responsable. Fue una equivocación mía no saber qué hacer con la derrota. No los pude preparar.

¿No hubo tolerancia a perder una partida?

No. Mucha frustración. No pudimos aprender de la derrota y crecer. Se dividió el grupo y empezó a irse la motivación. Yo soy un particular, no tengo los medios para pagar sueldos como hacen los pros y tener 100% a los chicos dedicándose de lleno.

Y fuiste viendo el desgaste de manera paulatina.

Sí. Decidí cortarlo de lleno y disolver el equipo antes de que pudra más el asunto. Al final, el ambiente era muy tóxico. No me gustó. Yo no quería que se pelearan entre ellos por algo que en sí era un divertimento para nosotros. No quería eso, sobre todo para el ambiente que quiero generar en Goodgame.

¿Y el ego?

Ufff. Aparecieron unos cuantos de esos. El *LoL* es un juego en equipo más allá de las individualidades, y si no cedés en tus equivocaciones porque tu ego no te permite ver más allá, estás perdido. Echarse culpas si no podés ver tus propios errores no resuelve nada.

¿Pero fueron palizas las que sufrieron o derrotas dignas?

¡Derrotas dignas! Pero todas en partidas en las que ellos eran los favoritos. Nunca se había dado en la liga que apareciera favoritismo en el público, más aún porque éramos un equipo retador, dispuestos a ganar y llevarnos el mundo por delante. Y entre una y dos derrotas se generó un quiebre en el grupo.

No puedo no tocar el contexto actual que nos toca vivir como humanidad...

Tóquelo nomás, que a mí me toqueteó bastante (risas).

¿Cómo atravesaste la pandemia?

Fue todo muy angustioso. Me surgieron un par de problemas de salud, subida de peso, y vos sabés que por mi espalda no puedo permitirme eso. Mucha ansiedad, mucho miedo a cerrar la persiana para siempre. El coronavirus afectó muchísimo a la provincia. Somos dependientes del turismo. Hubo un parate en todas las actividades. Y se notó. Fueron tres meses cerrados. Fue muy cuesta arriba mantener los costos del local, pero hubo que ser pacientes: ¡sobrevivimos! Seguimos con el local abierto. Cuando hubo el protocolo mediante el COE (Centro de Operaciones de Emergencias) pudimos abrir con limitaciones de gente y de computadoras. Pero a la larga, si algo aprendí con el virus de mierda este, es que al ponerte en un contexto tan límite, la plata no deja de ser plata. Mientras puedas cubrir tus necesidades básicas, el resto es accesorio.

¿Y no volvieron a cerrar?

Sí. Con el rebrote de septiembre. Pero gracias a Dios solo dos semanas. Nos manejamos con reservas con el Instagram para evitar las colas en el local. Hicimos todo lo que se nos impuso desde arriba.

¿Proyectos a futuro?

Como emprendedor prefiero no generar ningún plan a futuro, pero a nivel rubro quiero seguir fomentando los deportes electrónicos. Hay que sacar el estigma de que es algo únicamente de entretenimiento. Hay gente que está dejando la vida en esto, otras que se la ganan, y mucha otra gente que está invirtiendo a lo pavote. No tenemos por qué invisibilizar el elefante en la habitación por un prejuicio absurdo. Por otro lado, durante todo el proceso de pandemia se puso en contacto conmigo la municipalidad de Ushuaia para un proyecto de esports del área de deportes, con torneos de mucha participación y fomentando la transmisión livestream. Se viene un 2021 muy fuerte con todo eso. 🏆

Pueden seguir a Marcos y a su ciber en Instagram y Twitch: *goodgameushuaia*

Soliloquio en cuarentena

■ **Por MARÍA LUJÁN OULTON.** Mg en Comunicación y Creación Cultural. Curadora de videojuegos. Game On! El arte en juego, GAIA, Cuadernos de GameStudies y WIGAr. Mamá de Gael y Vera. [@LuOulton](#)

En 1999, James H. Gilmore y B. Joseph Pine II publicaron *The Experience Economy*, donde plantearon que la economía estaba virando de la producción y compra de bienes y servicios al valor de la «experiencia». El libro se convirtió en best seller internacional y señaló el inicio de un nuevo patrón de comportamiento que poco a poco iría afianzándose. En el año 2011, Frank Rose publicó *The Art of Immersion*, donde describió un nuevo modo de narrativa que comenzaba a imponerse, generalmente no lineal y transmedia, nativa de internet, que convertía al espectador en «partícipe». En 2013, Eric Zimmerman publicó su *Manifesto for a Ludic Century*, donde postuló que el siglo en que vivimos es testigo de un «giro lúdico» que impregna las distintas esferas de nuestra vida. Zimmerman reflexiona sobre la importancia del juego y de pensar y actuar como diseñadores de juegos en tanto sistemas.

24 de junio de 2020, 7:00 PM Buenos Aires: Gael, mi hijo de cinco años, elige un avatar que se asemeja a un niño y comienza a correr por las salas 8-bit de la galería que creamos entre **Game On! El arte en juego** y **Women in Games Argentina** para Pase y cierre la puerta, que al igual que todos los eventos del mundo tuvo que reversionarse al ámbito virtual. Gael tipea su nombre en letras mayúsculas, llamando a sus abuelos que se están conectando desde su casa. Finalmente se encuentran y se quedan jugando en el patio pixelado, mientras yo recorro las salas chequeando que todo esté en orden e intentando encontrarme con el resto del equipo.

Recibo notificaciones por WhatsApp de amigas que llegaron y andan perdidas entre los avatares que han ido ingresando al evento y los mensajes que van sucediéndose en el monitor como una suerte de performance improvisada.

Las primeras vanguardias estéticas del siglo XX se replantearon, entre varias cuestiones, *el lugar del público* en el hecho artístico, cuestionando el consenso de objeto artístico cerrado. Los happenings, las performances y el arte de acción fueron un reclamo político y estético donde el público era invitado a participar. Sin embargo, seguía tratándose aun de acciones dirigidas, contenidas bajo las reglas de sus creadores. Un nuevo giro se dio en los noventa con la llegada de la tecnología al campo artístico bajo la forma del arte de nuevos medios, los multimedia e internet. Las primeras producciones de arte tecnológico convocaron nuevamente al cuerpo y a una reinterpretación de la noción de *interactividad* que recuperó en cierta medida el origen etimológico de la estética: *aisthesis* (sensación). Los noventa fueron también testigo del inicio de una nueva relación entre los campos del arte y los videojuegos que tuvo particular interés en indagar en las posibilidades de la interactividad y los roles de desarrolladores y jugadores.

24 de julio de 2020, 9:00 AM Buenos Aires-2:00 PM Berlín-9:00 PM Inabe-shi, Mie: En Japón anochece. Ryo Nagato se sienta, listo para manejar en forma remota con el teclado un control que jugará por él a NAVE Online, que se encuentra en el Videogamo Lab en Buenos Aires donde el sol invernal comienza a salir. La performance es parte del tour virtual de **Game on! El arte en juego**. Se transmite en vivo por Twitch dentro del espacio creado en Mozilla.Hubs. Allí unas veinte personas con sus avatares digitales realizan un tour que está siendo streamado por YouTube vía grabación de meet.google. Un público atento sigue el recorrido y conversa por el chat del canal de **A MAZE/Berlín**, festival que hostea el

evento donde la performance tiene lugar. Inception lúdico. Una suerte de mamushka de eventos virtuales e interactivos con el juego como protagonista y medio.

En 1985, la revista ELOS publicó un artículo de Jesús González Requena donde el ensayista español analizaba los modos en que el espectáculo se había ido reconfigurando a lo largo de la historia y cómo en ese momento la televisión, los espectáculos cinematográficos y los electrónicos estaban impactando en la configuración de un modelo concéntrico donde el cuerpo cedía su lugar de protagonista a un espectáculo descorporizado. Teatro, concierto, desfiles, festivales. Todas estas experiencias quedaban subsumidas a los códigos y estéticas de la pantalla. La televisión había fagocitado al resto de los espectáculos y se había convertido en fuente continua e inagotable de oferta. Ante el inminente peligro de la exclusión y anulación de estos otros modos de espectáculo, Requena propuso una salida: una fórmula mixta que denominó video-performances y video-actuaciones. Una propuesta que buscaba reintroducir al cuerpo y al espacio público poniéndolos en conversación con los medios electrónicos.

Octubre 2020, Buenos Aires: Recibo email de Jim Munroe, con quien fundamos **GAIA (Game Arts International Assembly)** un año atrás. GAIA agrupa a los productores y gestores culturales que trabajan con el videojuego como objeto cultural en la organización de eventos, festivales, exhibiciones y espectáculos. Jim me confirma que la segunda edición será digital y que está aplicando a un funding creado con motivo del Covid-19 que tiene como fin explorar los nuevos eventos digitales nacidos en contexto de pandemia. Acordamos resetear motores y ajustar objetivos. La temática del nuevo encuentro estará ahora centrada en la hibridación del mundo físico con el virtual y en los nuevos modos de espectáculo e interacción que la cuarentena ha impuesto.

Las exhibiciones, los festivales, los congresos y meet-ups se han reconfigurado. Las reglas de juego cambiaron pero los jugadores son los mismos. Necesitamos rediseñar el tablero.

En la década de 1920 y de la mano de Bertolt Brecht, nació el teatro épico. El mismo implicó una postura reflexiva y autoconsciente que rompió con la cuarta pared. El teatro salió de su caja y el público tomó un rol activo. A partir de allí, hubo diversos momentos y modos de ruptura y de involucración de la audiencia. Los géneros se hibridaron: performances, teatro, circo y espectáculo se entrecruzan y nacieron nuevas categorías. En 2011, la pieza teatral *Sleep no more* de la productora londinense Punchdrunk fue descrita por la crítica como «el mejor juego del año», poniendo nombre a un nuevo género que comenzaba a aparecer en distintos escenarios: el del teatro jugable.

Octubre 2020, Buenos Aires: Ingreso una vez más al editor Spoke de Mozilla.Hubs para hacer ajustes. Durante **Noviembre Electrónico** vamos a repetir la experiencia del tour virtual preparado para AMAZE y para ello tenemos que hacer algunos ajustes. Julieta Lombardelli estará actualizando su habitación por tercera vez. La artista e investigadora decidió recrear y reinterpretar el juego originario mapuche "Komikan", también conocido en su versión guaraní como "Yaguareté Kora" o "Chivi Kora". En cada presentación del tour la sala se modifica. Los participantes tienen la posibilidad de convertirse en protagonistas, jugadores, performers y espectadores. Julieta modela su experiencia en base a la respuesta del público. Su sala es un laboratorio de experimentación: ¿puede un juego físico trasladarse al universo virtual? ¿Cómo se modifica el tiempo de juego? ¿Siguen vigentes las reglas? ¿Qué nuevas dinámicas surgen? ¿Cómo promover la interacción entre extraños? ¿Qué jugadores

son receptivos a estas propuestas? ¿Qué contextos son los más propicios? Las preguntas se suceden. Siempre el juego como disparador y canal de vehiculización de la experiencia. Nuevamente, los géneros se hibridan: performance, happening, teatro y juego confluyen.

La historia de las artes visuales se construye a partir de rupturas. En la década del cuarenta los artistas MADI propusieron *escapar de la ventana* que aprisionaba sus creaciones. La pintura rompió el marco y se escurrió en nuevas formas y materialidades. «La obra es, no expresa. La obra es, no representa. La obra es, no significa». La afirmación resume los valores que rigen al movimiento MADI. La genealogía de los videojuegos artísticos y experimentales extiende raíces por diversos terrenos, entre ellos el de las artes visuales y, fiel a su ADN, repite una historia de rupturas y provocaciones. En este épico transitar deciden saltar de la pantalla y en ese audaz movimiento buscan escapar del monopolio de la mirada, construir nuevas estéticas y percepciones reformulando la interfaz: el juego como experiencia integral. La categoría de videojuego se redefine. La palabra «video» queda como homenaje y recuerdo de un pasado que ahora la cuarentena impone como presente obligado.

En 1936, Walter Benjamin escribió sobre la *crisis de la experiencia* ante el avance de la Modernidad, la tecnología y la nueva concepción del tiempo. Sin embargo, fue también en la tecnología donde avizoró una posible salida. Benjamin intuía una transmutación del valor de la experiencia. En plena posmodernidad somos cómplices y testigos de un nuevo giro que convierte a la experiencia en el paradigma a seguir: el público se cansó de ser espectador y son los nuevos medios quienes posibilitan el giro a una nueva sensibilidad. Predominan hoy las propuestas que implican una recepción activa y crítica, donde lo colectivo y lo individual se confunden y la distancia entre obra y observador se esfuma. El cuerpo tiene valor fundamental en esta transformación y el juego como recurso se impone.

24 de julio de 2020, 9:00 PM Buenos Aires: El reloj declara el fin de fiesta para **Pase y cierre la**

puerta. Pero en la galería pixelada los avatares siguen recorriendo las salas y celebrando reencontros a pesar de la distancia. Alguien decide entonar una nueva canción de Hamilton e inmediatamente la pantalla se puebla de extractos de las letras del musical. Son las 9:30 y quedan aún algunos rezagados en el patio y en los arcades. Ha sido un éxito.

24 de julio de 2020, 11:00 PM Buenos Aires: Realizo la última transición de sala y regreso junto a los y las artistas y nuestro público al cuarto inicial de **Game On! El arte en juego.** En las últimas dos horas recorrimos cinco salas que propusieron diversos modos de interacción y abordajes del juego. Unas veinte personas desde distintas partes del mundo se sumaron con sus avatares para recorrer la sala post-mortem de Agustín Pérez Fernández, se adentraron en el laberinto de Sebastián Blanco, fueron espectadores de la función en Twitch de Videogamo, acompañaron a Laura Palavecino en su ritual performático-poético-digital y recorrieron la sala de juegos de Julieta Lombardelli aunque no se animaron a jugar. Esta vez la actividad finaliza en horario y los avatares vuelven a su universo terrenal.

En 2020 conocimos un nuevo modo de normalidad que aún no sabemos cuánto durará ni cómo evolucionará. La artista y productora cultural Marie Claire Flanagan realizó un trabajo de investigación para relevar las herramientas virtuales que han comenzado a pulular en internet en estos meses de cuarentena. Grandes corporaciones, artistas, desarrolladores y legos coinciden en una misma búsqueda que arroja diversidad de resultados: ¿cómo vincularnos en esta nueva normalidad? Internet se vio invadida por una sobreabundancia de vivos, conversatorios, meet-ups y eventos de diverso calibre. Marie está trabajando en

un catálogo que registra las propuestas y donde llama la atención la predominancia del factor lúdico, de espacios colaborativos y de universos virtuales similares al mítico *Second Life*. Se encuentran en el listado Likelike y Mozilla.Hubs, las herramientas que elegimos desde Game On! para experimentar.

Cuando la pandemia llegó, el mundo pisó el freno abruptamente y las reglas que conocíamos no sirvieron más. El circuito de eventos culturales de videojuegos tuvo que reinventarse. Son espacios donde la comunidad es clave y centro, regidos por la interacción, el diálogo, la experimentación y el intercambio. Son eventos que exceden la pantalla. Desde Game On! elegimos explorar dos herramientas que sentimos empalmaban con nuestra identidad y se ajustaban a los perfiles y públicos de los eventos que nos estaban convocando. Pensamos ambas experiencias como espacios de experimentación, en distinto tono, donde el público tenga la posibilidad de elegir entre ser observador, participante y jugador. La llegada de los videojuegos al circuito artístico institucional invitó a pensar en nuevos modos de curaduría, en una nueva concepción del observador y de la experiencia estética. Ahora los videojuegos vuelven tras la pantalla pero mediados por otras inquietudes y discursos. 

Noviembre 2020, Buenos Aires: Gael me pide que- darse un rato jugando con **Mozilla.Hubs** para crear un nuevo escenario donde después invitará a sus abuelos para hacerles un recorrido guiado. El editor de mundos virtuales para encuentros se ha convertido en juguete.



La cultura nacional de lo retro

Una pandemia cultural ochentosa.

■ **Por FLORENCIA BRUSATORI.** Licenciada en Publicidad (UCES). Fanática del SEGA y los beat'em up.

🐦 @firewallkwithme

Manifiesto

Me parece de lo más normal tener amigos que agarran una Commodore 64 y hacen música con eso, explotando y exprimiendo cada bit de una computadora que cualquiera tiraría a la basura. Para mí es normal juntarme con ellos en una vereda a jugar con nuestros Gameboys e intercambiar cartuchos como si estuviéramos en el patio del colegio. Para mí es de lo más común agarrar mi Sega Megadrive y meterle un cartucho de Sonic 2 rogando que no se queme el transformador. Y como si eso fuera poco, juego con mi hija de cinco años y la tengo que despegar de la tele de tubo para que haga los deberes que la seño sube a la plataforma virtual del jardín de infantes. Para mí es habitual decirles a mis amigos «che, vamos al *Destello* a jugar a los fichines», que me digan «mirá que el mes que viene hay fiesta *chiptune*», o que vengan a casa a jugar con el multitap de Play 1. «¡Traigan más jueguitos que no tengo tantos de cuatro!». Me he rodeado de gente que comparte el mismo sentimiento

y amor por lo retro, como si nunca hubiera pasado el tiempo. No es algo que hacíamos hace veinte años y decimos ¿te acordás? No, es nuestra forma de vida, nuestro aquí y ahora. Corre por nuestro ADN. Supimos hacer algo con eso, aportar nuestro granito de arena para crear una cultura nacional de lo retro, del videojuego y del fichín nacional, aunque *indie*, aunque desconocida para los que solo consumen el *mainstream*.

La cultura retro en 2020

Nada ha podido parar a la generación de la nostalgia en este 2020 tan raro, lleno de incertidumbres, encierros y distanciamiento social, paranoia, miedos, ansiedad, protocolos, alcohol en gel y los más nuevos e insólitos TOCs de limpieza.

Pero ¿qué es la generación de la nostalgia? ¿Quiénes son esos locos que acumulan «teles» de tubo, monitores viejos, VHS y consolas de videojuegos vintage?

Es un grupo que tiene fascinación por lo retro, el material de archivo, las tecnologías que se consumían en los ochenta y los noventa (e incluso anteriores), porque lo que vivieron en su infancia los marcó a fuego y su influencia persiste hasta hoy. Por eso han desarrollado videojuegos inspirados en lo retro, han creado eventos que homenajean el cine de los ochenta; unos recopilan material de archivo que editan y suben a YouTube o Twitch; otros plasman en pixel art íconos de nuestra infancia que después muestran en Instagram; y hay quienes publican revistas sobre videojuegos como *Replay* en papel —no es un detalle menor, volver a sentir la textura del material, recorrer sus páginas con las manos y oler sus tintas. Acumuladores de lo retro, de lo vintage en devenir hacia lo experimental, que mezclado con tecnologías actuales hacen surgir lo nuevo.

Este grupo se ha nucleado en eventos de cine y videojuegos, música, fiestas clandestinas, chiptune, exposiciones de arte, fotografía y diseño. Su producción y actividades son autogestionadas: forman parte de la cultura indie nacional. Como consecuencia del encierro, en 2020 la creatividad creció. Cada uno conectado desde su casa ha generado nuevos proyectos.

Lo retro es tendencia hace por lo menos una década. Todo lo que hace este grupo *under* está de moda y es cool: por eso tantos jóvenes asistían a

sus eventos, y en esta nueva normalidad siguen acumulando seguidores en el espacio virtual, en cada red social donde muestran sus obras.

La locura del chiptune

No puede faltar la música y, ya que nombré al *chiptune*, debo decir que en Argentina —e incluso en una ciudad cosmopolita como Buenos Aires— sigue siendo bastante desconocido. Los artistas chiptuneros crearon instrumentos a base de computadoras y consolas de videojuegos que originalmente fueron fabricadas para jugar o para servir de computadoras y nada más. El chiptune, un subgénero de la música electrónica, tiene esa magia de transformar y mutar algo que ya existía y convertirlo en algo superior. La manija que se siente al ver y escuchar a un loco haciendo música con un Game Boy, y el ambiente que se genera alrededor de esa magia en 8 bits, hacen que la gente se vuelva loca y explote el pogo como en los recitales de rock pero con los temas de *Zelda* y *Mortal Kombat*. En pleno aislamiento pandémico, la movida se trasladó a Twitch con un ciclo que se llamó *Latin Chip* y juntó a artistas de la escena local e internacional. Fiestas que se hacían todas las semanas a pura distorsión y sonidos de jueguitos retro.

Hay dos grandes referentes en la escena local del chiptune: Toni Leys y Naku Berneri de Los Pat Moritas. Naku fue el que, de alguna manera, inauguró la movida del chiptune. Fue quien convocó a otros artistas que estaban empezando para tocar en vivo, desarrollar proyectos (como *Latin Chip*), salir de gira. En fin, ayudó a visibilizar a chicos que experimentaban desde su casa y apenas si publicaban su música en YouTube. Tal es el caso de Toni Leys —para mí el mejor chiptunero de la escena local— que no solo desborda talento sino que tiene una conexión maravillosa con su público dentro y fuera del escenario. Destaca porque tiene formación musical sólida desde pequeño y toca instrumentos tradicionales, además de hacer chiptune. Trabaja componiendo música para videojuegos, ha realizado infinidad de colaboraciones y remasterizado muchos discos. Es un músico nato.

Cada vez van apareciendo más artistas y no puedo dejar de nombrar a Gede, Pecsimax, Wini Wini, Uctumi, entre otros. Con un rebrote de contagios inminente, igual pude volver a ver en vivo hace unas semanas —con cuidados y protocolos mediante, y una capacidad limitada de

público— la locura del chiptune. Las ganas y el entusiasmo por juntarse pudieron verse por streaming, hasta que una vecina irrumpió en pleno set de Los Pat Moritas al grito de «esto no es un boliche bailable». Final épico.

El fenómeno NAVE Arcade

De la misma forma me encuentro con *NAVE*, ese fichín glorioso imposible de jugar si no lo perseguís, que nunca ha sido comercializado y que jamás ha podido descargarse desde ningún lugar. La única forma de aprender a jugar bien es acumular horas *NAVE* donde sea que lo encuentres, lo que lo convirtió en un mito de la cultura del indie videojuego. Pero en 2020, los fichines quedaron en stand by por la cuarentena y a todos nos surgió el interrogante: ¿cuándo podremos reunirnos? ¿Cuándo vamos a volver a *El Destello*? ¿Cuándo vamos a jugar a *NAVE*? Nada parecía tener consuelo ni respuesta cuando los desarrolladores de Videogamo, Inc. —Hernán Sáez y Máximo Balestrini— tuvieron la brillante y extraordinaria idea de crear Robota: un sistema para jugar remoto desde tu casa a través de tu servidor de internet. Así empezaron los testeos de *NAVE Online*.

No solo pudimos volver a jugar *NAVE* con el teclado o el joystick desde casa, sino que gente de otros países pudo experimentarlo por primera vez, desde Japón o Alemania, por nombrar algunos.

El sentimiento y la virtualidad que nos une

En este año rarísimo, en el que tuvimos que aprender y adaptarnos a la fuerza a muchas cosas, a nuevas tecnologías, a nuevas plataformas y a maneras de comunicarnos para no contagiarnos y para cuidar a los que más queremos, también surgió la creatividad. La manija de los ciclos culturales como *Bit Bang*, la *Muere Monstruo Muere* y el torneo de *NAVE* este año se ha desarrollado en la virtualidad. Al principio muchos fueron reacios al tema de asistir, por ejemplo, a una fiesta por Twitch (porque no tiene sentido estar en mi casa bailando sola como una estúpida mientras respondo el chat). Pero a la larga, nos fuimos acostumbrando y empezamos a disfrutarlo, a pasarla bien en ese chat en el que nos encontramos con amigos para hacer «pogo virtual».

Toda la comunidad que solía reunirse los fines de semana en los bares

y centros culturales pasó a reunirse en la virtualidad.

La magia que nació en los ochenta, cuando absorbimos cada partícula de cultura pop en los juguitos, en el VHS grabado de la tele de *Volver al Futuro*, en las imágenes que recortábamos de San Martín en la revista Antejito, en la PC Juegos cuando buscábamos un truco, en la experiencia de soplar el cartucho de juegos de la Family, está ahora en cada uno de nosotros.

La cultura nacional de lo retro existe, es una realidad y la visibilizamos. Engloba toda la cultura pop —cine, televisión, videojuegos, revistas, cómics, moda, juguetes, tecnología, etc.—de nuestras infancias y adolescencias en Argentina. Cada elemento de la cultura retro nacional transmite una memoria teñida de las particularidades de nuestro país, de vivencias comunes. Es cultura popular, festiva, forma parte de nuestro imaginario simbólico inmediato, comunitario y, por ende, de nuestra vida. 🎮



Caminando al futuro conservando el pasado

■ **Por ALEJANDRO DANIEL PÉREZ.** Desarrollador de profesión, pichón de arqueólogo digital, gamer de la vieja guardia. ✉ perez.alejandrodaniel@gmail.com

La generación de los ochenta —de la que formo parte— y las siguientes fueron testigos del nacimiento y desarrollo de la informática y los videojuegos, hasta que llegaron a ser las enormes industrias actuales. Como quizás nunca, los cambios se fueron sucediendo con una inusitada velocidad, adoptados rápidamente como tecnologías e invenciones que hoy ocupan un rol fundamental en nuestro día a día.

La aceleración en el desarrollo de nuevas tecnologías fue barriendo con generaciones enteras de computadoras y videojuegos, muchas veces relegando importantes hallazgos, conceptos y equipos al olvido absoluto. Esto dio lugar a la emergencia de grupos y organizaciones decididas a rescatar estos equipos y tecnologías de su oscuro destino. Recibieron los nombres *retrogaming* y *retrocomputing*, comunidades muy activas de personas apasionadas por la conservación de la historia e, incluso, de creación de nuevo software para viejas plataformas. Hablamos de retrogaming cuando la preservación está enfocada a los videojuegos, mientras que retrocomputing alcanza cualquier material informático.

Estos movimientos siguen creciendo gracias al interés de personas como puede ser este humilde servidor. Dentro de estas comunidades, existen distintos roles que podemos sintetizar de la siguiente manera:

- Comunicador
- Investigador
- Técnico
- Creador

Como en todo movimiento (o disciplina como lo denominan algunos), estos roles trabajan juntos para alcanzar objetivos inalcanzables para un solo individuo. Esta clasificación solo es una forma de organizar los conocimientos y actividades. No es algo escrito en piedra, van mutando con el pasar del tiempo y la evolución de la propia tecnología y las necesidades.

Comunicador

Son personas imprescindibles para dar a conocer los hallazgos y creaciones de los demás roles. Tienen la capacidad de dar forma al mensaje para comunicarlo de la mejor manera, ya sea un mensaje de carácter más técnico o informal.

En el número anterior de **Ludorama** salieron vivencias, experiencias, historias de vida: es una forma muy amena de dejar un legado escrito (similar a la transmisión de tradiciones orales) donde se puede tomar conocimiento del pasado de manera directa, sin intermediarios. Toda excusa es buena para revivir estos recuerdos y darles vía libre, para ser captados por aquellas personas curiosas que no los han vivido, o aquellas que sienten a un camarada en la figura del comunicador de turno¹.

Investigador

El término «investigador» puede sonar muy complejo o inalcanzable, pero no lo es tanto si se puede disponer de aquellos atributos en los que pensamos que somos más fuertes. Cada persona dentro de su especialidad puede aportar al redescubrimiento de viejas obras, encontrar su contexto dentro de un punto de la historia e identificar qué consecuencias tuvo en retrospectiva. Como buenos ejemplos tenemos a la gente de Revista Replay (revistareplay.com.ar), que supieron encontrar los orígenes de los videojuegos en Argentina y seguir el rastro a varias

¹ Recomiendo «*Modo Historia Podcast*», por Guillermo Crespi, Juan Becerril y Matías Marqués. Se escucha en Spotify.

otras historias. También tenemos libros nacionales al respecto, como *Leyendas de 8 bits en la Argentina* (2007) de Alejandro Smukler o, yendo más hacia atrás, *La informática en la Argentina 1956-1966* (1991) de Nicolás Babini. Tanto las revistas como los libros tienen un gran trabajo de investigación, pero eso no quita que las personas detrás de estas obras fundamentalmente busquen compartir, aprender y dar a conocer los primeros pasos de la informática y el gaming local.

Técnico

El técnico es el que mantiene contacto con el hardware, software y otros como puede ser bibliografía y materiales adicionales al proyecto de recuperación. Muchas veces la recuperación de viejos equipos encierra secretos que necesitan ser descifrados para poder alcanzar ciertos objetivos. Viejos protocolos ya olvidados, medios de almacenamiento extintos y chips ya borrados de la existencia son solo algunos de los puzzles y enemigos que encuentran los técnicos. Aunque pueda parecer increíble, hay demasiadas cosas que no se encuentran en internet, por lo que se tiene que recurrir a la ingeniería inversa y al trabajo del investigador para dar con la solución correcta.

Como gran exponente en el ámbito local tenemos a Roberto Fresca², que estuvo a cargo del desarrollo de varios drivers para MAME (Multiple Arcade Machine Emulator) y la recuperación de varios arcades. Otro gran trabajo de recuperación fue el realizado por el equipo del Museo de Informática de Argentina (museodeinformatica.org.ar), que pudo crear una réplica de Clementina, la primera computadora para fines científicos traída al país.

Creador

Son personas con capacidades presentes en los roles anteriores, que dan como resultado creaciones increíbles para plataformas ya extintas. Esto puede incluir nuevos repuestos, nuevos dispositivos o nuevo software. Como nuevo software, podemos encontrar en Argentina un juego que está en desarrollo para Sega Genesis, *Phantom Gear* de Mega Cat Studios; grandes melodías y juegos para Commodore 64 de

² Pueden encontrarlo dando una charla en la Ekoparty Security Conference 2018, titulada «MAME: +20 Years of Reverse-Engineering for the Sake of Emulation & Preservation».

la mano de PVM (Pungas de Villa Martelli), como el elogiado *Elige tu propio gauchoid* o, más recientemente, la demo *Cuarentenauta*.

Estos movimientos y su gente tienen más impacto en el ámbito de los videojuegos y la informática en general de lo que podemos sospechar.

Por el lado de los videojuegos, tenemos una ola reciente de miniconsolas, por citar un claro ejemplo. Esto es producto de la reacción del público frente a los emuladores en PC y el factor nostalgia, que las distintas empresas supieron capitalizar dándole entidad física y haciéndolas coleccionables. Gracias a los técnicos e investigadores del *retrogaming* y *retrocomputing* podemos seguir disfrutando y compartiendo títulos clásicos.

Por el lado de la informática, todavía tenemos una gran infraestructura funcionando en equipos del siglo pasado. Bancos, grandes empresas y organizaciones siguen operando con mainframes sin soporte oficial hace años; tomógrafos operando en hospitales con medios de almacenamiento ya extintos; cajeros automáticos corriendo con sistemas operativos ya anticuados. Muchas de estas plataformas no son cambiadas porque son soluciones probadas que funcionan como se espera, pero con el paso del tiempo fue requerida la mano de técnicos e investigadores para mantener los distintos sistemas en funcionamiento y hacer su consecuente migración sin pérdidas.

Todos estos roles, personas, proyectos, son solo una pequeña porción del movimiento que hay detrás de las plataformas de antaño. Hay muchas personas compartiendo mucho conocimiento, anécdotas, proyectos open source y buenos momentos en grupos en diversas plataformas, publicaciones nacionales e internacionales.

Detrás de ese emulador, miniconsola y cajero automático que forma parte de nuestro día a día, hay mucho más retrocomputing y retrogaming de lo que podríamos sospechar. Estamos caminando hacia el futuro, con la sabiduría de no olvidar el camino que fuimos transitando. Con sus errores y aciertos, nos abrió paso a todo lo que conocemos hoy en día. 🎮

Jugué una partida de «Fornai» con niños

■ **Por JUAN MARTÍN BENTOLILA.** Profesor en Artes con orientación al Teatro, game designer, guionista y copywriter (esto no significa que haga algo bien). Síguenlo en  @juancito_martin (no nos hacemos responsables en este número ni pensamos hacerlo en los siguientes).

Entrás a la sesión, armás grupo o te mandás solo. Te tirás de un bondi volador, caés a tierra, agarrás armas, rompés cosas para construir estructuras y empezás a los tiros. Eso es *Fortnite* en su versión más exitosa (Dios nos cría y el battle royale nos amontona).

Estamos presenciando momentos históricos, y no me refiero a la pandemia, sino al nacimiento de una nueva era de lo ludo-digital. Es la primera vez en la historia de los videojuegos que niños juegan con adultos a nivel competitivo. *Minecraft* es el gran caso de éxito, donde convergen las generaciones en un mundo particular, pero los MOBA —*League of Legends*, *Dota* y *Heroes of the Storm*— y los shooters —*PlayerUnknown's Battlegrounds* (PUBG), *Call of Duty: Mobile*, *Valorant*, *Counter-Strike: Global Offensive* u *Overwatch*— dieron en la tecla en relación con lo competitivo llevando a esta convergencia a otro nivel.

Hablamos, en su mayoría, de juegos gratuitos en los que grandes y chicos se divierten sanamente (y no tanto). Pero el rey indiscutido es *Fortnite*, un juego que entendió todo lo mainstream, tomó prestada



la forma de destrucción y construcción de *Minecraft*, copió el modo battle royale de *PUBG* y rompió con lo que había en su camino.

Pero no es solo mérito del modo de juego, ni de la tan utilizada modalidad Free-to-Play, sino que *Fortnite* —o «Fornai» como se dice en Castilla— tiene una forma de evolución y de consumo diferente que los demás juegos. Su estilo cartoon, que nos recuerda a Disney Pixar, sus modelados y los colores son atractivos para todos. Grandes y niños quedarían embobados mirando una vidriera con algún modelo de *Fortnite*. Esto atrae y es difícil ver tanto estímulo sin tener un orgasmo de dopamina. Obviamente una persona de treinta y cinco pirulos tal vez prefiera juegos donde haya sangre y destrucción. Sin embargo, el rango etario de *Fortnite* es enorme. Si bien los chicos de ocho a trece años son los que copan el juego, no podemos dejar de lado la cantidad de adultos que lo consumen en su modalidad battle royale.

Decidí jugar una partida con mi sobrino y con los hijos de un amigo (cambiaré los nombres ya que hablamos de menores de edad): Simón de ocho, Nacho de once y Tobías también de once. Fue una experiencia intensa. Griterío, excitación púber y mucho frenesí. Claramente, *Fortnite* es el battle royale más dinámico, por lejos. La cantidad de gente y los poderosos servidores de Epic hacen que estar en el suelo recolectando o disparando sea rapidísimo. Y todo el contenido del juego (que sirvió de inspiración a *COD Mobile*, *PUBG* y *PUBG Mobile* con una suerte de manotazo de ahogado) ayuda a toda esta locura.

Para los chicos, *Fortnite* no es solo un juego competitivo, sino una suerte de recreo. Resignifica al barrio, al lugar de encuentro, al descampado de la esquina.

Las aventuras se dividen en temporadas, y a su vez, cada temporada tiene capítulos. Cada capítulo incluye contenido nuevo,



o sea, el cambio es constante. No es casual que, en plena pandemia, Epic haya sacado dentro de *Fortnite* un modo que sirve para «pasar el rato» sin armas. Actividades varias, baile, retos, como si de un día de campo se tratase. Tampoco es casual que haya aparecido un «modo creativo» en el que podemos crear una isla propia bajo nuestras propias reglas. De hecho, mientras leen esto hay cumpleaños que se están festejando en *Fortnite*.

Volvamos a la partida. Nacho es mi sobrino y entro a jugar una partida con él. Los hijos de mi amigo quedan de espectadores y me guían a mí, que soy un boomer total y no juego desde la temporada 1. Me aconsejan, me explican para qué sirve cada arma y cada ítem que agarro. ¡Salimos segundos! Ahora jugamos los cuatro, pero previamente los chicos se ponen skins de Batman, Deadpool y a pavonearse frente a mí que no tengo ninguno. No se conocen de antes y Nacho se sorprende por el nivel de Tobías, que es 345. Él es 268. Me llama la atención el respeto, no hay insultos ni estrés. Tenía miedo de escuchar toxicidades entre niños y yo quedar en el fuego cruzado. Pero no sucedió: si se pierde, se pierde. Si te matan, te pueden revivir. No existe más la muerte permanente, esto me sorprendió. Con una tarjeta que larga tu cuerpo luego de ser asesinado, te acercás a una camioneta/máquina e, ingresando la tarjetita, ¡te reviven! Entonces aparecen las frases «tranqui, que ahora te revivo. En un toque mato a todo el squad y te levanto». *Fortnite* te permite ser el héroe de lo emergente, el protagonista del momento. Partidas épicas y hazañas heroicas que luego se comentarán en la escuela o en el club.

Caemos en una zona que eligen ellos. Todo es griterío. No entiendo nada. Gritan que hay un enemigo, me explican que es un bot, otro vocifera que hay un arma azul en un cofre, arriba. Matamos a un par, avanzamos y uno grita «¡uy, mirá! ¡Una Ferrari!». Simón, el más peque, aúlla desesperado «¡un taxi! ¡Soy el taxista! ¿A quién llevo? ¿A dónde vamos?» Es un niño en una partida competitiva en la que comienza un juego de rol simulando ser tachero. Quedé anonadado.

Mi sobrino encuentra unas gaseosas azules. Grita que nos juntemos los cuatro para darnos escudo. Llevó más de un minuto bajar la excitación y juntar nuestros personajes.

Dos subimos en el taxi y otros dos en la Ferrari. «Noooo, ¡esta canción es re copada!», salta Tobías. Nacho retruca: «cambiá de estación que ese

tema lo escuché mil veces». *Fortnite* agregó autos. Los autos tienen estaciones de radio. Esas estaciones de radio pasan las canciones que más suenan en Spotify. Es el monopolio mainstream contante y sonante.

Vemos dos enemigos a lo lejos subiendo por una escalera que se construye en el momento. «Noooo, ¡mirá el skin de allá!» grita Tobías. «¡Es buenardo!» «¡Ese de ahí tiene un arma legendaria! ¿Vamos a matarlos?», dice Simón, eufórico. Los convengo de que vayamos al punto. No me hacen caso y frenamos en un lugar a buscar objetos. De repente, se ponen a bailar. Me estreso y me enojo. «¡Pero si vienen por el norte nos pueden matar! ¡No se toman nada en serio! ¿Ahora se ponen a bailar? ¡NOS VA A MATAR LA ZONA!» No pretendo jugar de manera seria con unos nenes pero ¡VAYAMOS AL PUNTO DE UNA BUENA VEZ! ¡SE VIENE LA TORMENTA! ¡DEJEN DE TIRAR TIROS AL AIRE QUE VAN A SABER QUE HAY GENTE! ¡NO GRITEN! GUARDEN MATERIAL, ¡¿PARA QUÉ CONSTRUÍS AHÍ?!

Soy un boomer encabronado jugando con tres chiquitos. Ellos se ríen. Se divierten con mi enojo. Les resulta payasesco. Y TIENEN TODA LA RAZÓN. Me encuentro masticando vidrio desde mi PC. Los hermanos juegan uno desde una PlayStation 4 y el más peque desde el celular del padre. Porque ese es otro aspecto: *Fortnite* se juega desde muchos lugares. Es el famoso crossplay: el juego compensa con más balas a los que juegan en móviles y consolas: desde la PC, el sistema de puntería hace una diferencia enorme. La jerarquía de facilidad va en el siguiente orden:

PC

PlayStation 4 / Xbox One

Nintendo Switch / Android / iOS

La partida misma arma grupos de juego de modo tal que se equilibre esta jerarquía.

Pero de nuevo, lo importante no es ganar, sino usar *Fortnite* como un patio de juegos que evoluciona constantemente, ya sea con contenido nuevo, mecánicas, eventos, torneos, misiones, parches, etc. Todo el tiempo los desarrolladores están recibiendo feedback y resolviendo cuestiones. Es el único battle royale que se actualiza con tanta velocidad.

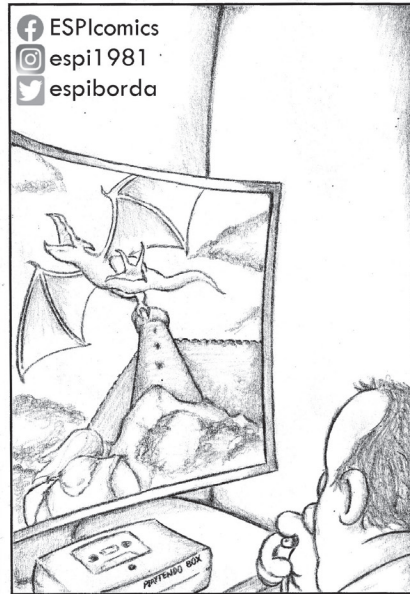
Les pregunto a los chicos qué les gusta del juego y lo que más dicen es «la variedad»: que pueden cambiar de modos de juego todo el tiempo, ir a un modo sin tiros a charlar, jugar misiones, hacer roleplay y que todo el tiempo esté cambiando.

Cada semana se incluyen nuevas armas, modos, skins. Ahora agregaron más personajes de Marvel y eso a los niños les encanta. Está claro que el marketing detrás de *Fortnite* es enorme. Se pueden permitir licencias como Batman, John Wick, Deadpool, y el consumo de lo virtual es tan grande que los niños piden de regalo skins, armas o pases de batalla. Algo impensado en nuestra generación: si nos decían que nos iban a dar de regalo algo intangible hubiésemos puesto el grito en el cielo. La crisis de las jugueterías se relaciona directamente con el avance de las apps y los móviles, con los que los bebés vienen bajo el brazo. Por eso también se intenta lograr contenido transmedia que logre fidelizar desde los juguetes al terreno virtual.

Fortnite tiene un merchandising enorme porque comprende de qué se trata el consumo. Hay que sumarle los bailes, presentes desde la primera temporada. Desarrolladores de *Fortnite* toman pasos de baile de series o películas icónicas como *Fiebre de sábado por la noche* y otros que surgieron o se viralizaron en YouTube. Tanto Nacho como Tobías como Simón los bailan en la vida real con sus amigos. Incluso han bailado para mí. Nada me da más vergüenza ajena que verlos bailar. Pero a ellos les importa un pito. Tampoco tienen problema con usar personajes que poco tienen que ver con su género.

Salimos séptimos. Nos mató un grupo que estaba campeando¹ en una construcción. Treinta segundos después empezamos otra partida en la que habría nuevas cosas que descubrir. 🏆

¹ Campear: término empleado para referirse a la práctica de esperar a que los oponentes se acerquen en lugar de ir a buscarlos.



Los MMORPG crecieron (y nosotros con ellos)

■ **Por NICOLÁS CADEL.** Gamer de nacimiento. Escritor en proceso. Amante de los RPGs. A veces la paciencia se le escapa.  @nicolas.cadel

El primer MMORPG que pasó por mis manos fue *Argentum Online* (de ahora en adelante AO) allá en 1999, cuando tenía doce años¹. El enganche central era simple: un juego hecho por argentinos que pedía pocos requisitos. Encima podías jugar con gente de todo el país desde la incomodidad de la silla de cocina que se usaba para la PC, no había sillones gamers. Mientras, peleabas con la familia para ver cuántas horas te dejaban porque la internet con módem de 56K salía cara, usabas la línea telefónica y la tía no se podía comunicar con mamá. ¡Para colmo jugabas con un lag infernal!

Tengo los recuerdos de AO a flor de piel. Pareciera que fue ayer cuando los desarrolladores implementaron una tecla —convenientemente la L— para sincronizar la posición de tu personaje con el servidor. Algo loquísimo si lo pensamos en la actualidad, pero sin esa tecla vivías en un constante limbo donde te la pasabas rebotando por la pantalla como si fuese una pesadilla sin final.

Pero AO no era el único contendiente de nuestra atención: la novedad de los MMORPG había explotado y todos querían ser parte de la nueva ola. Nosotros, como usuarios, éramos bombardeados a diario con nuevos títulos del género y todo, absolutamente todo, nos llamaba la atención.

¹ *Argentum Online* fue un MMORPG artesanal (un juego de rol en línea masivo) desarrollado y publicado en la Argentina de 1999 por Pablo Márquez, alias «Morgolock», y Fernando Testa. Tenían veintitrés y veintidós años y cero recursos. Fue un proyecto de código abierto en tiempos de conexión a internet vía módem telefónico.

Cada videojuego online tenía que pasar por nuestras manos. Y acá llegamos a la parte divertida del asunto: LA DESCARGA ETERNA. Si la persona que lee esto es un púber del milenio, no sabrá la magia de vivir una descarga a 3 KB por segundo. Podías estar días enteros, escondido de tus padres porque donde veían que estabas utilizando internet (que se pagaba por minuto y era carísimo) te comías el peor castigo del mundo (en mi caso la desconexión total por dos semanas y unos buenos bifés). Pasabas por todas las etapas de un duelo: ira, decepción, negación, frustración, aceptación, todas a la vez. Y decidías de nuevo tentar la suerte y volver al intento de descarga, teniendo más precauciones para que no te enganchen de vuelta. Cuando todos se iban a dormir, con un ojo abierto y un oído de acero, mirabas que la descarga siguiera en pie y que nadie se levantara al baño. Ni la Guardia Nocturna de Jon Snow protegió algo con tanta insistencia. ¿Todo para qué? Para jugar copias de copias de copias de algún MMORPG exitoso.

Y bueno, ya sabemos el dicho: «mejor malo conocido que bueno por conocer». Doble clic en el icono de AO y a seguir maldiciendo el lag y los gráficos hechos en Paint, pero con armadura de malla completa.

Grindeo y loop eterno

Al fin y al cabo, todos prometían lo mismo: mundos inmersivos, clases para elegir y horas de diversión, pero en realidad lo que hacíamos era jugar una simulación con colores y efectos especiales de una tabla de Excel, todos cortados con la misma tijera. Se han hecho miles de memes y webcomics burlándose de los MMORPG con la misma fórmula de «Misión 1: matá 10 cangrejos. Misión 300: matá 10 dragones». ¡Ah!, además, para terminar esos juegos tenías que pasar horas insanas cumpliendo objetivos inhumanos para conseguir objetos específicos o vencer un jefe especial, o ambas cosas a la vez ¡Qué lindo es el grindeo (*not*)! ¡Pasaste 20 horas de tu semana matando en rotación a los mismos diez bichos para conseguir las 999 pieles que necesitabas, como en el capítulo de South Park «Make Love, Not Warcraft»?

¡TE FELICITO!

Finalizaste el curso de capacitación para ser empleado de oficina y, de paso, descubriste cuál es tu umbral de resistencia a la monotonía.

¿Y cómo sigue tu viaje?

Pasaste parte de tu infancia y adolescencia ahí dentro, tuviste tiempo de sobra para que se te desdibujara la raya del traste mientras tu objetivo era tener la Espada de Angel +1. Pero ese tiempo había pasado, ya eras un adulto responsable (ponele), tenías que estudiar una carrera, trabajar, incluso ambas, y no podías competir contra adolescentes que le dedicaban ocho veces más de tiempo que vos al juego. Aunque tuvieras esas ganas de jugarlo, porque lo disfrutabas, había una gran chance de que Manolito92 fuera mucho mejor que vos y encima se riera de lo malo que eras. Adiós MMORPG, hola juegos de un jugador, donde podés manejar tus tiempos. Nadie te corre, salvo el reloj biológico.

Pero la esencia de los MMORPG y sus recuerdos seguían habitando dentro tuyo y, con un pie afuera, pero con cierto interés en el mundillo, vivías las proezas de juegos como *World of Warcraft* o *Eve Online* a través de artículos periodísticos de sitios especializados: historias de alianzas, traiciones, felicidad y tristeza. Te maravillaba cómo un videojuego lograba generar tantas historias y sensaciones.

Luego de leer esas notas me invadía el hype y las ganas de salir corriendo a comprar alguno de esos juegos y ser parte de ese mundo. Pero la realidad es que muchos de esos acontecimientos suceden en instancias del juego que requieren de un tiempo y una experiencia que no se consiguen instantáneamente. Si leyeron alguna historia sobre *Eve Online*, todas llevan meses de planeamiento y atención todos los días a todas horas ¿Iba a pagar para ni siquiera llegar a ver la cima desde el lugar más bajo?

Pero lo que sube en algún momento tiene que bajar. El mercado de MMORPG estaba saturado de ofertas, tanto pagas como gratuitas, y la disponibilidad de tiempo y la realidad económica de la base de jugadores cambiaban. Quienes no abandonan los MMORPG se mudan a opciones gratis si no podían pagar el mantenimiento de sus cuentas. Pero luego esa misma base de jugadores se iba también debido a que,

aun así, la experiencia era la misma: empezar de cero.

El barco se hunde, la burbuja explota, los jugadores abandonan, ¡ayuda!

¡Houston, tenemos un problema! Así decían las empresas publicadoras de los MMORPG mientras veían cómo los jugadores empacaban sus cosas para migrar hacia otro destino. El mismo modelo gastado de los últimos años estaba matando al género: ya no era divertido para una gran parte del público. A fin de cuentas, ¿qué ofrecían a cambio? Todos los jugadores iban a llegar a un punto donde eventualmente fueran copias carbónicas de los demás, con los mismos equipos, estadísticas y recompensas, porque no existían opciones de personalización individuales y lo único que podía diferenciarlos era el arma, aunque solo en términos de nivel o de poder, porque en lo visual eran idénticas.

La respuesta era simple: estaba faltando la parte de RPG en MMORPG. Faltaba rol. La sensación de sentirse único en un mundo grande, imprimirle personalidad a tu avatar, tener un rasgo distintivo con respecto a otros jugadores. El público estaba ávido de sentir la magia de la competición, pero también deseaba tener metas personales.

El principio de un nuevo futuro

La aparición de los MMORPG basados en historia acercó la experiencia de los juegos de un solo jugador a un público más amplio, revitalizando un género que había cerrado demasiado su nicho con una simple acción: respetar el tiempo de los jugadores.

Los dos colosos de esta nueva etapa fueron *World of Warcraft* (Blizzard Ent., 2004) y *Final Fantasy XIV* (Square Enix, 2010), y fue este último quien elevó la vara de calidad en cuanto a narrativa. Logró traccionar al resto del mercado para que mirara más allá de los modelos antiguos.

El asunto de ser el único elegido —the Chosen One— para derrotar al mal se convirtió en un modelo común:

World of Warcraft cambia la percepción del jugador a través de la historia. Se empieza como un aventurero independiente, respetando tus tiempos, para evolucionar en integrante de un clan, o soldado de una facción, y por fin convertirte en el campeón salvador del mundo junto a tus colegas.

Final Fantasy XIV te introduce al mundo como un aventurero con

objetivos propios, para luego volverte uno de los Guerreros de la Luz de la diosa en su lucha contra las fuerzas oscuras.

Si bien sabemos que no somos los únicos en el juego haciendo lo mismo, negociamos cierta complicidad con el resto, todos somos héroes, todos somos villanos. Lo que luego nos define es lo que hacemos fuera del marco prearmado, fuera de la mecánica diseñada por sus creadores. Por ejemplo, el juego te permite comprar algo, pero el jugador puede engañar a otros revendiéndolo más caro. ¿Vieron? No hacía falta mucho, solo una caja de arena más linda y más cuidada.

Y si bien en la actualidad hubo pioneros que ya no están activos, como *The Matrix Online* o *Star Wars Galaxies*, ellos ayudaron a forjar un futuro más prometedor.

Ahí es cuando comencé nuevamente a ver algunos selectos títulos del género bajo otra luz. ¿Sería posible que los tiempos hayan cambiado y se haya escuchado al público? ¿Podría yo mismo volver a la emoción de los MMORPG sin sentir que debo dejar la vida ahí dentro? 🎮

Se acabó el tiempo

■ **Por LEONARDO E. ETCHEGOYEN.** Programador, Desarrollador de Sistemas, Técnico electrónico. Fan de pelis de ciencia ficción y terror, amante de historietas y videojuegos. ✉ erneleo@gmail.com

¿Alguna vez jugaron a uno de esos videojuegos en los que pierden todo el progreso al morir?

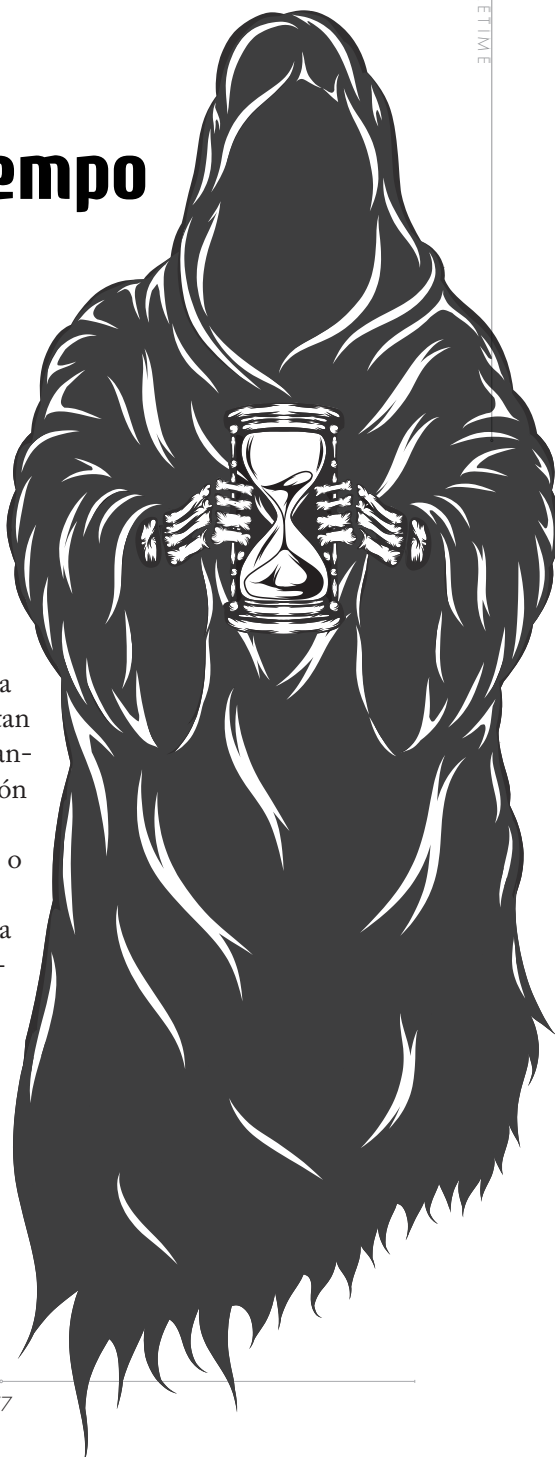
Si bien algunos títulos actuales aplican este esquema, la mayoría de los desarrolladores de hoy evitan hacerlo porque el jugador suele abandonar el juego por la gran frustración que provoca.

Pero ¿qué pasaba hace veinte o treinta años?

A los desarrolladores les importaba poco y nada hacernos jugar el mismo nivel innumerables veces, bajo la presunción de que al jugador si hay algo que le sobraba era el tiempo. Así que lo más usual era que cuando el contador de vidas llegaba a cero había que reiniciar todo.

Analicemos algunos casos actuales.

En *Minecraft* (Mojang, 2009) si



morís muy lejos de tu punto de spawn, solo perdés los objetos de tu inventario. Eso duele, pero no perdés todo. El mundo en el que vivís es persistente y todo sigue ahí.

Ark: Survival Evolved (Studio Wildcard, 2017) tiene una mecánica que se parece a *Minecraft*, pero solo se pierde el inventario si dejás pasar mucho tiempo antes de volver al juego.

En el juego indie *Don't Starve* (Klei Entertainment, 2013) morir implica perder todo el progreso —en el que puede haberse invertido horas o días de juego—. Esto sí duele mucho, tanto que en algunos blogs los jugadores se quejaron de esta característica. Los desarrolladores diligentemente respondieron que ese es el espíritu que buscan transmitir en la experiencia de juego. A pesar de esa declaración de principios, la versión de PC de *Don't Starve* permite torcer las reglas y resguardar los archivos de la partida antes de hacer algo arriesgado. Los más avezados incluso pueden tocar el código fuente de algunas criaturas del juego y obtener ventajas.

Veamos qué pasaba en la época del lanzamiento de títulos como *Xenon 2* (The Bitmap Brothers, 1989), *Prince of Persia* (Jordan Mechner, 1989), *Prehistorik* (Titus Interactive, 1991) y *Arkanoid* (Taito, 1986).

Estos juegos tenían en común que, al perder la totalidad de las vidas, alcanzar un tiempo límite o quedarse sin energía, el juego finalizaba y el jugador volvía a empezar de cero. No había archivos para resguardar ni código fuente para manosear. Si bien es cierto que en muchas plataformas, principalmente PC, existían códigos de cheat para hacer trampa, no teníamos internet para buscarlos y no los conocíamos hasta leerlos en una revista especializada en juegos.

Para la época en que fueron lanzados, ese malo que acababa de patear tu trasero y bailaba sobre tu cadáver te decía que no eras suficientemente hábil ni digno para derrotarlo. Te desafiaba a que mejorases. El jugador de ese entonces arrancaba de nuevo, con más ganas, memorizando cada obstáculo para, esa vez sí, superarlo.

El iniciar de cero es una exigencia irritante para la mentalidad de la segunda década del siglo XXI. Un obstáculo que requiere de unos cuantos reintentos para superarlo, como un salto exacto o un tiempo específico al presionar teclas —¡a veces sin sentido!—, resulta perturbador para los jugadores de esta nueva etapa del mundo.

¿Qué perdemos cuando nuestro personaje muere?

El esfuerzo: todo lo que tecleamos como locos para superar los obstáculos.

La dedicación: la atención que pusimos en esos píxeles que pasan a toda velocidad, ignorando si nos avisaron que estaba la cena, las ganas de ir al baño o la necesidad de dormir al descubrir que ya estaba amaneciendo.

El tiempo: perdemos tiempo. El tiempo se va y no vuelve más.

El problema es que crecimos —envejecimos— y el estudiante de ayer que mataba marcianos con una navecita hoy es un adulto que tiene trabajo, pareja e hijos, tal vez. El tiempo para jugar se ve restringido.

En nuestra época escolar, teníamos tiempo para dedicarle. Hablábamos con amigos de hasta dónde habíamos llegado en tal juego y las estrategias que usamos. Había muchos títulos para elegir, pero eran pocos los que destacaban: *Maniac Mansion*, *Arkanoid*, *Golden Axe*, *Street Fighter*, *Double Dragon*, *Bubble Bobble*.

Que hubiera pocos títulos fuertes permitía que tus amigos gamers reconocieran fácilmente los juegos que jugaba «la banda» y, al compartir los avances de cada uno, se realimentaban las ganas de superar cierto nivel, dándole un estatus de importancia a quien terminaba el juego de moda. Se empleaba bastante tiempo en superar por completo un juego, tiempo suficiente para que saliera otro.

No quiero decir que ahora los días vienen más cortos (aunque hay un grupo de terraplanistas que sí lo afirma) sino que las obligaciones de nuestra vida de a poco nos empiezan a exigir atención a otros asuntos.

A la par de esta evolución, las desarrolladoras se han multiplicado y las más importantes lanzan títulos de alta gama cada vez más rápido.

Para un jugador actual es habitual adquirir un juego y no terminar su campaña principal debido a que ha salido uno mucho más esperado o con un nivel de hype tan extremo que hay que jugarlo apenas se lance. Pero al gamer clásico le ocurre algo curioso. Está acostumbrado a jugar un título y terminarlo. Si un nivel se pone áspero, seguirá intentando. Si asiste al lanzamiento de un título esperado, es posible que lo consiga y lo ponga en lista de espera o juegue alternadamente a ambos. Mientras que para un gamer actual resulta natural abandonar un juego en pos de otro, el gamer clásico tenderá a acumular títulos «para después», satu-

rando el espacio de almacenamiento y llenando una invisible lista de pendientes. Cada tanto le ocurre algo interesante y doloroso: jugará un título y lo terminará solo para tacharlo de la lista.

Por supuesto, las grandes empresas saben de este comportamiento y se adaptan al público, ya que con el tiempo la industria de videojuegos se hizo enormemente lucrativa. Uno de los casos conocidos en cuanto a los millones que ganaban sus desarrolladores fue el éxito que obtuvo id Software con su revolucionario *Wolfenstein 3D* y los sucesivos *Doom* y *Quake* (1992, 1993 y 1996, respectivamente).

Ya para ese momento, y con Microsoft habiéndose metido a comer parte de la torta, la cantidad de títulos de primer nivel era notoria. Hoy la cantidad de títulos lanzados no da el tiempo suficiente a una persona para jugarlos a todos, menos si se tornan difíciles en algún punto.

Una desarrolladora piensa: si perder el avance puede hacer que abandonen mi juego, voy a hacer que esto ocurra menos, o que no ocurra. Así pueden terminar el juego que me compraron y adquirir la secuela, o este otro que es parecido pero con mejores gráficos. Y aquí el detalle, no menor: los juegos comenzaron a permitir grabar la partida. Algunos casos extremos, como el *Rise of the Triad* (Apogee Software, 1994), grababan hasta el balazo que pegaste en la pared, y si recuperabas la partida, el balazo aún estaba ahí, al igual que los muertos que habías dejado en el camino. En otros casos, el juego te daba códigos para recomenzar desde algún punto de control. Y otros, directamente, empezaron a quitar el concepto de cantidad de vidas. El *Prince of Persia* (Ubisoft, 2008) fue criticado porque no te dejaba morir, ya que contabas con una compañera —llamada Elika—que siempre te rescataba si hacías algo mal.

Para los jugadores de la generación del primer *Prince of Persia*, el hecho de que los juegos se volvieran más fáciles de terminar no pasó desapercibido.

Ahora bien, la cantidad de lanzamientos de juegos AAA sigue siendo cada vez mayor. Un juego insignia exclusivo de PlayStation como *Horizon Zero Dawn* se lanza para PC al año siguiente. Títulos como *Doom Eternal* son acompañados de cerca por *Spiderman*, *Death Stranding*, *Metro Exodus* o el discutido *The Last of Us Part II*, por mencionar solo algunos. Y ni hablar de la gran robasueños, la PlayStation 5, que trae consigo una cantidad insana de títulos de calidad.



¿Cómo afecta esto a un gamer actual? Algo que ocurre en cierta medida es que se adquieren títulos uno tras otro pero no se los termina.

¿Qué pasa con el gamer clásico, memorizador de combos para lograr la fatality de cada personaje de *Mortal Kombat*? Esa lista de pendientes pesa, agobia, genera ansiedad. Es la arista negativa que trae consigo tanta oferta videojueguil. Lo que debe provocar diversión y distensión tiene esta parte pesada, creada por nosotros mismos, los gamers que juegan títulos hasta terminarlos. Por el honor.

¿Podemos enseñarle a nuestro gamer interno que es posible limpiar la lista de pendientes, liberar esa carga? ¿Podemos atrevernos a eliminar todos los juegos descargados que sabemos que nunca jugaremos?

Es posible soltar, jugar más libres y ser más felices durante el disfrute de nuestro juego. Solo tenemos que ser conscientes de nuestro límite de tiempo. Y de mantener a raya la lista de pendientes. 🎮

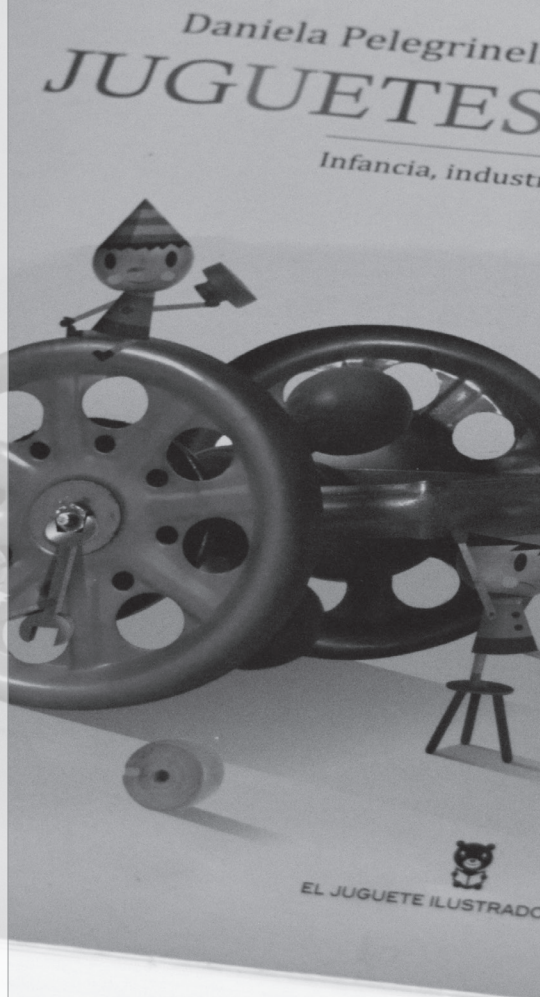
RECOMENDADOS

Me di de trompa contra el maravilloso Diccionario de Juguetes Argentinos. Infancia, industria y educación 1880-1965 cuando buscaba material para escribir un artículo. Fue hace unos años y ya estaba agotado. Rastrillé tierra y cielo hasta que lo encontré en una librería llena de viejas calesitas de juguete sobre la Avenida de Mayo. Un espacio mágico para encontrarse con este libro de Daniela Pelegrinelli, publicado en 2010 por el Juguete Ilustrado Editor. La autora es Licenciada en Ciencias de la Educación, fue Directora hasta 2015 del Museo del Juguete de San Isidro y este librazo es fruto de años de investigación minuciosa y apasionada.

Como todo diccionario, está estructurado con entradas donde podemos encontrar juguetes, fábricas, fabricantes y materiales, en orden alfabético y con el sostén de imágenes de archivo. En sus páginas se explora la relación entre la evolución de la industria del juguete en nuestro país y las infancias que crecieron junto a esos juguetes. Un itinerario que recorre desde el consumo de juguetes importados, el proceso de sustitución de importaciones en período de guerras hasta el desarrollo de una verdadera industria juguetera que tuvo su esplendor en los años sesenta, y de cuyo declive, iniciado con la apertura del mercado en 1978, nunca se recuperó.

Como se lee en sus páginas, cada juguete es un documento que porta información de la vida económica y productiva de un país, de su circulación, de los significados que evidencia y de los que esconde, de las ideas que promueve y del uso que le dan, finalmente, sus destinatarios. Los juguetes encarnan, quizás como ninguno, el clima de una época.

El Diccionario hoy se puede descargar completo en PDF del mismo blog de la autora: La Ludoteca Perfecta. Una joya para tener a mano que ojalá se reedite en papel alguna vez.



NIVEL

0

2

li / Diccionario de S ARGENTINOS

ria y educación 1880-1965



EDITOR



Aprender fotografía en entornos virtuales

■ **Por LUCAS DAVID MANCHINI.** Lic. en Ciencias de la Comunicación. Soy docente, gamer y hago streamings en mi tiempo libre. Di vuelta el Doom en los 90 y Morrowind es mi videojuego favorito.
📷 @lucas.manchini

Te invito a prender la computadora. O la PlayStation. O a dirigirte a donde sea que tengas instalados los jueguitos. De ser posible, buscá alguno de mundo abierto, de esos que te invitan a recorrer libremente grandes extensiones de una mapa o territorio. Buenos ejemplos son *Grand Theft Auto V* (GTA V a partir de ahora), *The Witcher 3* o *Horizon: Zero Dawn*. Los tres se pueden conseguir para PC pero también en consolas.

Bueno, ¿iniciaste el juego? Ok.

Primer paso: ignorar cualquier misión de historia o misión secundaria. Olvidate, no estamos acá para eso. Segundo paso: recorrer el mapa hasta encontrar algo que te llame la atención, te guste, te interese. Tercer paso: realizar una fotografía in-game.

¿Una qué?, dirás. Una fotografía dentro de un videojuego. Si no sabés de qué estoy hablando, podés leer sobre esto en el capítulo dedicado en

la **Ludorama Nro 1**¹ (si aún no la tenés en papel, desde la web la descargás gratis en digital... *guiño, guiño*).

Si lograste completar el último paso podemos empezar a pensar de manera más compleja sobre esta práctica que es cada día más popular en el mundo gamer.

Luego de finalizar mi tesina sobre fotografía in-game, comencé a preguntarme: ¿es posible aprender fotografía dentro de un espacio virtual como el de los videojuegos? Me propuse entonces, entre mayo y julio del año pasado, llevar a cabo la experiencia en carne propia: participé de un taller virtual de composición fotográfica, a distancia, donde todas las imágenes fueran capturadas dentro de un videojuego.

Comenzaré este texto contando el proceso del experimento y, luego, finalizaré con algunas reflexiones sobre esta posibilidad de aprendizaje y, por qué no también, de enseñanza.

I.

El taller de composición fotográfica (en formato virtual y a distancia) me propuso semana a semana una serie de clases en las que analizábamos las obras de un pequeño grupo de artistas seleccionados. Entre ellos, Sara Facio, Adriana Lestido, Vivian Maier y Aldo Sessa; cada uno con un estilo propio y diferentes propuestas fotográficas. Sin embargo, en la primera clase del curso, el profesor hizo hincapié en desarrollar las principales leyes de la fotografía. Estas leyes nos ayudan a pensar y componer de mejor manera los objetos que mostramos en la imagen que queremos capturar, para así lograr una fotografía de mayor calidad. De este primer encuentro surgió la pregunta que guió toda mi experiencia en el taller:

¿Es posible componer una imagen siguiendo las leyes de la fotografía, pero dentro de un videojuego?

A lo largo de mi aprendizaje en las clases siguientes, mi tarea autoimpuesta fue recorrer una serie de juegos como si estuviera caminando realmente

¹ Manchini, Lucas: Fotografía in-game en *Ludorama* Nro 1, Buenos Aires, septiembre 2020.



Imagen 1: Assassin's Creed Unity (*elaboración propia*)

por esos mundos virtuales, observarlos de manera que pueda encontrar algo que me llame la atención y realizar una captura respetando las leyes de la fotografía. Los juegos que mejor se adaptaron a esta necesidad fueron los de mundo abierto, como *The Witcher 3*, *GTA V*, *Red Dead Redemption 2* o *Horizon: Zero Dawn*, que poseen un territorio inmenso para recorrer con libertad con nuestro personaje. Explorar completamente estas ciudades o territorios virtuales nos puede llevar cientos de horas dentro del juego. Esto habilita más posibilidades para la búsqueda creativa de planos, encuadres y secuencias interesantes para fotografiar. Además, algunos de ellos incluso poseen un «modo foto» que nos permite capturar de manera sencilla las imágenes.

Comencé, entonces, intentando aplicar alguna de las leyes que el profesor me proponía. Tener en cuenta las «leyes de los tercios» me obligó a pensar cómo ubicar a los personajes y objetos en mi encuadre, la «ley del horizonte» implica pensar una línea que divide la imagen en dos espacios o, también, utilizar las líneas diagonales que pueden formarse, prestar atención a la mirada de los personajes para dirigir la mirada del espectador, o hacer uso de las figuras geométricas de la composición. Todas estas herramientas me permitieron mejorar la calidad de mis capturas. Otra recomendación es la elección de los planos: un «plano abierto» ayuda a capturar la belleza de un paisaje y un «primerísimo primer plano» permite capturar la expresión peculiar de un personaje.

De la gran cantidad de imágenes que tomé, algunas me dejaron más satisfecho que otras. Sin embargo, no dejé de probar hasta que di lugar a algunas escenas que llamaron especialmente mi atención.

La Imagen 1 la realicé en *Assassin's Creed Unity* (Ubisoft, 2014). El escenario donde transcurre la historia es la ciudad de París en los años inmediatos a la Revolución Francesa (desde 1789 hasta 1794). Caminamos por una recreación ficticia, pero basada en hechos reales, de una ciudad en plena revuelta y con muchísima gente en la calle realizando diferentes tipos de actividades. En este caso en particular, luego de cruzar un puente y alejarme del centro parisino, me encontré con estos dos NPC (personajes no jugadores). Debido a que el juego no posee un modo foto nativo que me permitiera detener el tiempo, tenía unos breves instantes antes de que la secuencia programada del juego terminara (y quién sabe cuánto tiempo tendría que esperar para que se repitiera de

nuevo). Por suerte, en dos minutos logré realizar varias capturas, desde distintos ángulos, hasta que di con esta en particular. Si observamos detenidamente, vemos que se aplica la ley del horizonte que atraviesa toda la imagen, dividiendo lo que están haciendo los personajes por delante y la ciudad con su característica arquitectura detrás. Además, es posible pensar en la fuerte línea diagonal desde el vértice superior izquierdo al inferior derecho que atraviesa el rostro del hombre sentado, las botas y al personaje que las limpia. Esta diagonal nos invita a interpretar la imagen, a recorrerla y a pensar en lo que está sucediendo, porque atraviesa toda la actividad que se ve en ella.

Otro de los métodos importantes en fotografía es pensar en las cuatro intersecciones de las líneas que dividen en tercios (Imagen 2), que llamamos puntos áureos. Son, para la percepción, los lugares más importantes de nuestra imagen, y refuerzan los elementos que se encuentren en ellos. En nuestro caso, el rostro del personaje sentado está ubicado justo en uno de los puntos áureos, y las manos del personaje agachado, en otro.

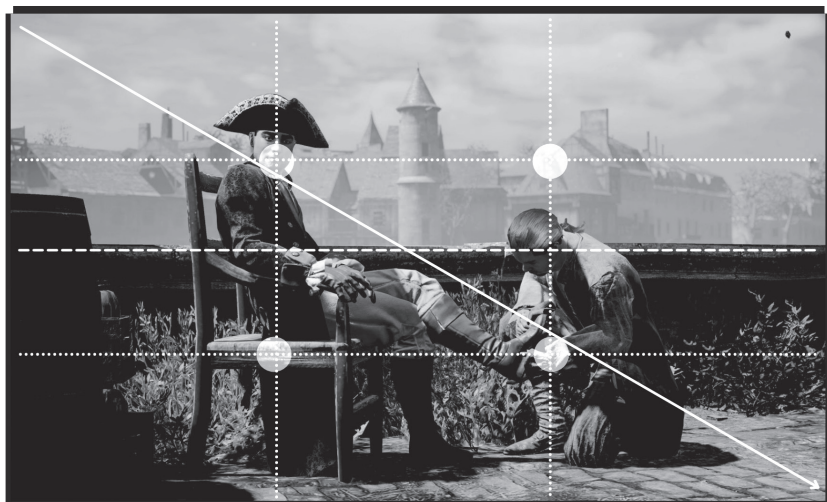


Imagen 2: Tercios, puntos áureos, diagonales y horizonte.



Imagen 3: Red Dead Redemption 2 (*elaboración propia*)

Estas leyes, que son más bien guías, convenciones y herramientas, significan una parte muy importante en el proceso de la toma fotográfica, ya sea que lo realicemos con una cámara réflex en nuestras vidas cotidianas o, como pude experimentar yo, dentro de un videojuego.

Con el correr de las clases pude realizar retratos o capturas de diferentes NPC en su hábitat natural. La Imagen 3, capturada en el western *Red Dead Redemption 2* (Rockstar, 2019), muestra en primer plano a un trabajador en su momento de descanso mientras otro detrás realiza una



Imagen 4: Grand Theft Auto V (*elaboración propia*)

tarea de fuerza. En la Imagen 4, podemos ver sentados de espaldas a dos amigos que conversan en uno de los barrios bajos de Los Santos del juego *GTA V* (Rockstar, 2013). Todas estas imágenes son el resultado de una búsqueda fotográfica. Algunas veces ha sido sencillo, pero otras veces ha llevado horas de vagabundeo por las calles y caminos de estos mundos virtuales.

II.

La experiencia que les presento fue, a mi entender, muy enriquecedora para mi conocimiento sobre fotografía en general y sobre el funcionamiento de los videojuegos como espacios virtuales. Además, puedo afirmar ahora que es posible realizar un aprendizaje pertinente de ciertos conceptos y herramientas de la composición fotográfica en un espacio virtual como el de un videojuego. Sobre todo si por algún motivo particular (¡pandemia, a vos me refiero!) nos encontramos con menos posibilidades de salir a la calle y probar con una cámara digital o con nuestro smartphone.

Volviendo a la pregunta del principio: *¿es posible componer una imagen siguiendo las leyes de la fotografía pero dentro de un videojuego?* No solo la respuesta es un rotundo sí, sino que creo también que la práctica de la fotografía in-game presenta aquí una gran posibilidad para pensar estrategias de enseñanza a distancia o en espacios educativos con aulas digitales como acercamiento a estos conceptos. Si bien no aprendí a manejar una cámara réflex profesional, sí pude poner en juego y ejercitar algo que es fundamental para todo aquel que quiera dedicarse a la fotografía: el ojo observador.

Finalmente, en un contexto donde los videojuegos están más presentes que nunca en nuestras casas, en nuestras consolas, notebooks o teléfonos celulares y donde, además, se han convertido en un objeto cultural complejo, de mayor consumo incluso que el cine o la música, es importante entender que es posible pensar dinámicas y didácticas que incorporen de manera creativa a los videojuegos. Sobre todo, a juegos de gran calibre y difusión como los que mencioné, que no fueron creados para fines educativos.

Es muy pronto aún, pero creo que debemos comenzar a pensar en el término *photógrafo de mundos virtuales* como algo cada día más posible de delimitar y definir, puesto que día a día aumenta la cantidad de usuarios/jugadores que dedican su tiempo a fotografiar estos espacios virtuales en lugar de salvar a la princesa Zelda de las manos del malvado Ganon. 🎮



El juego de la moda

■ **Por CECILIA BARAT.** Vice-Chair de IEEE Argentina Games Technical Committee, directora de Escuela de Game Design LA, creadora de contenidos en Level Up! Transmedia. Secretaria de Redacción de Ludorama. En su próxima reencarnación se dedicará a la danza contemporánea. [🐦 @La_Barát](#)

Quiero decir que para mí la moda es cosa seria. Su reinado sobre lo efímero no la convierte en algo fútil. La moda es juego, es performance, es rol para quienes hacemos uso de ella. Del otro lado, es otra forma de creación cultural. Su importancia radica en el grado de penetración en la vida cotidiana. Nadie escapa a la moda. Tengamos mayor o menor receptividad hacia ella, lo cierto es que moldea nuestra sensibilidad y perfila el gusto. Habitamos en su lógica: el cambio continuo.

Pero ¿qué cosa es la moda? Casi automáticamente se nos viene a la cabeza una imagen con mannequins pasando ropa absurda en una Fashion Week del primer mundo, marcas de accesorios, maquillajes y perfumes, diseñadores, celebrities y esnobismo. Algunas películas y reality shows han reforzado esa imagen estereotipada. Y si bien lo anterior es parte del «sistema de la moda», no se acaba en ello.

Moda occidental y cristiana

Los estudios del tema coinciden en que la moda como fenómeno no es tan viejo como el mundo. Tuvo un momento y un lugar de aparición, que fue la Europa de fines del medioevo. Hacia el siglo XIV —de a poco pero sin pausa— se desarrolla una nueva sensibilidad que va a plasmarse en una transformación radical del vestido. Durante siglos, la estructura del vestido se había mantenido estable. Tanto mujeres como varones usaban una pieza larga que entraba por la cabeza y cuyos arreglos y accesorios eran escasos pero suficientes para marcar el estatus social. Lo mismo ocurría en otras culturas, anteriores y contemporáneas. La indumentaria registraba mínimas variaciones a través del tiempo.

Es en esa época en que se introduce el traje corto masculino, los hombres empiezan a mostrar las piernas y sus atributos, mientras que el traje femenino sigue la misma estructura anterior, pero realzando cintura, caderas, pecho. Cambian las estrategias de la seducción, se señala con énfasis la diferencia entre los sexos. Sin embargo, los hombres llevarán la delantera en cuanto a sofisticación y ornato.

Muchas son las teorías respecto del porqué de este cambio de mentalidad. En favor de la síntesis nos mantendremos alejados de los detalles, pero sí diremos que este hecho inaugura un nuevo ciclo en la historia humana que está signado por la dinámica del cambio. Las personas buscan activamente y se deleitan con lo nuevo, se alejan de la tradición, reclaman su derecho al buen aspecto y a la frivolidad. Lo nuevo no representa una amenaza sino la posibilidad de introducir rasgos individuales que las diferencien de las demás, el permiso de jugar con la fantasía y el capricho.

La moda va a ir acelerando su ritmo de a poco y en ese movimiento irá permeando hacia las capas sociales más bajas. La moda instituye un ritmo de cambio. Es la síntesis de dos fuerzas opuestas: la norma que impone al conjunto social y el espacio que deja al gusto personal y el desarrollo de la individualidad.

Para el siglo XIX, aristocracias, burguesías, sectores medios y obreros habían incorporado el concepto moda, a través de publicaciones especializadas, ropa seriada de fabricación industrial a bajo precio y modistos de alta costura para la élite. También el siglo XIX es la época de la «gran renuncia» de los varones a la moda (se impone la sobriedad del

traje oscuro falto de adornos) y la entronización de la mujer como principal destinataria de todo el artificio del vestido.

Siglo XX: moda para las masas

Se dice que el nuevo siglo comienza en 1914 con la Primera Guerra. Los conflictos sociales y políticos derivados de la guerra reubican el lugar de la mujer. La moda, ese animal maleable, se acomoda a ella y la acompaña. Las faldas y el pelo se acortan, se introduce el pantalón y la ropa deportiva. Coco Chanel sabe leer su tiempo y desde la Alta Costura impone la figura de la mujer práctica, libre y elegante.

Siguiendo el compás de los tiempos, la moda entra en una fase de transformaciones drásticas, y así como el fin de la Segunda Guerra supuso una breve vuelta al pasado con la figura femenina «encorsetada» del *New Look* de la Casa Dior, los años sesenta ponen fin al dictado implacable de los grandes modistos de Alta Costura. El *pret-à-porter* revoluciona la escena y termina de democratizar el acceso a una gran variedad de productos de moda, fabricados en serie, con calidad de factura y buenos precios. Se abandona a la modista y al sastre de barrio y surgen las marcas de ropa. Bajo esas circunstancias nos criamos.

Le dernier cri

El triunfo del cine como forma de entretenimiento masivo introduce un nuevo modelo de referencia. Desde los años 20 del siglo pasado, las estrellas de cine desplazan a las señoras y señores de la aristocracia, y se convierten en musas y musos de grandes modistos, dan una impronta personal a su vestuario dentro y fuera de la pantalla, crean un estilo propio replicado por millones de personas. Como ya vimos la moda también es imitación.

Más acá en el tiempo, se suman a las actrices y actores de cine, estrellas de televisión, popstars e influencers varios que cumplen la misma función de «árbitros de la elegancia» en tándem con los diseñadores. El caso paradigmático de los 90 es el de Madonna y su icónico corset rosado de Jean Paul Gaultier. Pero también están Bowie, Björk, los outfits de Jennifer Aniston en *Friends* y Kim Kardashian; ejemplos sobran.

El problema que me planteo es que, en este siglo, el XXI, estas industrias —cine, televisión y música— han sido desplazadas por los video-

juegos en las preferencias de consumo. Esto se refleja en los ingresos de cada sector. Mi pregunta es cómo incide y cómo se articula la moda con los nuevos consumos culturales.

Modelos intangibles

Hay varios aspectos que rompen con la tradición anterior. En los videojuegos no existe un *star system* consolidado. La celebridad centrada en los artistas se diluye. Con la salvedad de los deportes electrónicos, donde cada jugador y jugadora es una potencial estrella. La gigantesca capacidad de convocatoria de los esports lo ungen como el espacio preferido por marcas de primera línea para acercarse a nuevos públicos.

Pero, ¿qué novedad traen los videojuegos? Los personajes con quienes jugamos y nos identificamos durante horas son completamente simulados. A diferencia del cine, del teatro, del cantante pop, no hay nadie que se saque la máscara, se limpie el maquillaje acabado el juego. No hay persona humana hacia donde trasladar nuestra identificación con los personajes. En realidad, sí la hay, ¡somos nosotros mismos! Esto debería modificar por completo nuestra relación respecto del culto a la celebridad. O bien, un sentimiento de orfandad nos llevará a resolver ese vacío de otra forma.

¿Estaremos preparándonos para entronizar como modelos a personajes realizados con CGI? En ese sentido, Japón está a la vanguardia desde hace años con ídolos virtuales, como la famosa cantante-holograma Hatsune Miku. En ese país, las casas Prada y Louis Vuitton realizaron campañas promocionales con videos e imágenes protagonizadas por la digital Lightning, personaje de *Final Fantasy XIII* (Square Enix, 2010).

De una manera más tangencial, el cosplay —el arte de interpretar a través del vestuario personajes favoritos de manga, anime, comics, videojuegos— viene a suplir a través de un juego de roles el deseo de *ser como*, de identificarse y consustanciarse con personajes tan distantes por su irrealidad como fascinantes. Tal vez por lo mismo, el consumo de pequeños objetos-figura de colección, que terminan poblando las estanterías de nuestros hogares, es una manera de traer a los personajes-ídolo a la realidad.

De ñoños a fashionistas

La imagen del gamer infantilizado en su universo de juego, caracterizado por sus bajas habilidades sociales y alejado de la moda por lo mismo, mutó. Y mutó porque los videojuegos accedieron a un estatus aceptable, aceptado y abrazado con pasión. Pasaron de ser un entretenimiento lateral para el segmento juvenil, en cuanto a ingresos, a comprometer ingentes sumas en el desarrollo de productos; en la industria de videojuegos, dos grandes áreas de innovación trabajan mancomunadamente: software y hardware.

Desde hace cuatro décadas los videojuegos vienen aportando un frondoso catálogo de imágenes y narrativas que exceden el ámbito del juego y se transforman en parte de la cultura pop: diseños, logos, personajes, música, dispositivos tecnológicos, jerga y demás, que impactan en otras áreas de consumo.

El recambio cíclico y el diseño de consolas y periféricos crean preferencias entre los usuarios y actúan como elemento diferenciador. Nintendo concibió desde un inicio sus plataformas de juego como verdaderos objetos de deseo.

El procedimiento de asimilación a nivel masivo supera el mero merchandising de producto. Elementos gráficos de videojuegos circulan a través de ropa y accesorios de uso común. Son prendas vestidas por consumidores que pueden estar o no identificados como fans, puesto que son imágenes integradas a nuestra cotidianeidad. Con esa lógica, la casa Moschino presentó la colección cápsula *Super Moschino*, con piezas donde juega con varios elementos de la insignia de Nintendo, *Super Mario*. Uniqlo, aprovechando las masivas audiencias, lanzó una colección inspirada en *Fortnite*. Algunas casas, como la alemana Musterbrand, intentado ir más allá de la eterna reproducción de imágenes, comenzó a confeccionar —adaptada— la ropa que visten ciertos personajes de los videojuegos.

Todos sabemos de la importancia que tiene en nuestra psique algo en apariencia intrascendente como la personalización de personajes y avatares. Darles nuestro «toque» nos los hace sentir más cercanos y creamos lazos más fuertes con ellos. Trabajando sobre ese concepto, los videojuegos de simulación social, como *The Sims 2, 3 y 4* (Electronic Arts) o *Animal Crossing: New Horizons* (Nintendo, 2020), por nombrar

algunos, se han convertido en verdaderas pasarelas de moda. La práctica de vestir es tan vieja como las fashion dolls (las antiguas *Pandora*¹, las muñecas de porcelana, o la más cercana *Barbie*) pero los videojuegos multiplican las opciones de ropa y accesorios. Al ver el potencial, las empresas desarrolladoras no tardaron en asociarse con firmas tanto de ropa de calle como de Alta Costura —H&M, Lazy Oaf, Diesel, Chanel, Vivienne Westwood, Valentino y un extenso etcétera— para proveer variedad de diseños que permitan a los jugadores elaborar con mayor detalle los looks de sus personajes. Esta práctica se transformó en un verdadero fenómeno creativo que los usuarios difunden en redes sociales y que las casas de moda saben aprovechar comercialmente.

Los videojuegos, en tanto entornos de socialización, recrean y posibilitan, cada vez con más precisión, espacios, formatos y modos de nuestra sociabilidad real. Es por eso que la ropa deja de ser un añadido, un plus de personalización del avatar, convirtiéndose en un componente fundamental a la hora de concebir un videojuego. Cada vez se comprende más la conexión entre los jugadores, la moda y el juego. Pasamos mucho tiempo dentro de ellos como para ignorarla. Algunos tienen narrativas muy complejas y los personajes alcanzan un nivel de profundidad que requieren del mismo tratamiento que en el cine; la forma de vestir *habla*, comunica, completa al personaje. En otros, el nivel de exigencia y competición con jugadores rivales activan el deseo narcisista de la diferenciación.

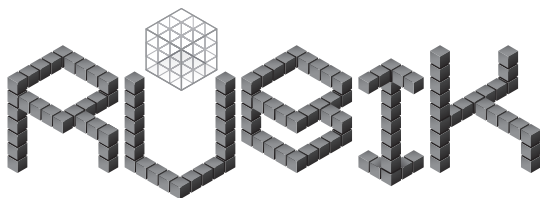
El tan esperado *Cyberpunk 2077* (CD Projekt RED, 2020), en sintonía con esta nueva sensibilidad, hizo muchísimo énfasis en el aspecto estético y elaboró corrientes de estilo que distinguen a los distintos grupos de personajes que, a su vez, encarnan los distintos estratos sociales de Night City. En este caso, el diseño de la moda y el peinado, objetos y vehículos forman parte del relato, lo profundizan, le aportan una capa de sentido extra.

Aún la moda, la más fantasiosa, permanece centrada en el universo de lo femenino. Acaso la masificación del consumo de videojuegos, con mayor incorporación de mujeres, esté empujando a los desarrolladores

¹ Las *Pandora* fueron unas muñecas de papel maché que representaban a una mujer joven con traje de corte y vestidos de día, que durante los siglos XVII y XVIII sirvieron para promocionar la moda francesa en todo el mundo.

a incluir más elementos sartoriales en los juegos. Quién sabe. La moda masculina sigue en la inercia de las incorporaciones lentas, con la salvedad de unos pocos grupos minoritarios. Pero también podríamos pensar que los varones son más afines a la moda y lo serán aún más en el futuro. La fuerte aparición en escena de identidades no binarias y LGBTQ le da un renovado impulso a la lúdica de la moda y las apariencias.

Los videojuegos tienen la capacidad de marcar tendencias porque son usinas de innovación. Al mismo tiempo, como entornos virtuales de socialización son sensibles receptores de novedades exógenas. Lo cierto es que todavía están construyendo el lugar adecuado desde el cual integrarse al complejo ecosistema de la moda. 🎮



■ **Por DURGAN A. NALLAR.** Co-fundador de World of Gamers y Escuela de Game Design LA. Vice-Chair de IEEE Argentina Games Technical Committee. Tauren druida. Director de Ludorama. 🐦 @durgan

*En uno u otro momento, todos juegan:
el pintor con sus colores, el poeta con sus palabras,
y el resto de nosotros en el teatro de la vida.*
—Ernő Rubik

«ES EL JUGUETE MÁS VENDIDO DEL MUNDO», dicen los que prefieren ignorar aquel otro que nos acompaña de toda la vida, la pelota: objeto esférico, de todos los tamaños, materiales y colores, que cualquiera puede fabricar con un trapo o un poco de barro sin que pierda su aura sagrada. A veces nos olvidamos de que la pelota es el mejor y más vendido juguete humano. Sin embargo, el Cubo de Rubik tiene algo especial. Su perfecta geometría y la manera en que se mueven las piezas son únicas, pero la razón por la que amamos este deslumbrante poliedro, símbolo global de los juegos de ingenio, es el reto que impone. Y, quizás, su intrigante personalidad.

Uno puede ver al Cubo como un juguete, una pieza de arte o un acertijo matemático. Cada persona lo incorpora a su vida de la manera que la interpela mejor. Muchos lo aman, y no falta quienes le tienen bronca porque nos hace conscientes de nuestra limitación sensorial; nunca podemos ver —sin ayuda de un espejo— la otra mitad del Cubo. Movemos lo que tenemos enfrente, tres caras si uno mira por un vértice, sabiendo que detrás se manifiesta un caos indescifrable. Entendemos, con esfuerzo, cómo girar los lados para llevar un cubito de color a su lugar, aunque será imposible abarcar con la mente el movimiento simultáneo de los seis planos. Muevo aquí, se desarma allá. Lo rearmo allá, rompo

aquí. Basta un giro mal pensado, un descuido mínimo, para que regrese a su habitual caos multicolor.

El Cubo es un rompecabezas mecánico tridimensional, pero también un fenómeno de la cultura con cientos de millones de jugadores. Símbolo de inteligencia y buen gusto. Queda bien en los accesorios de moda, en el escritorio y a la vista en una videoconferencia, puesto como sin querer en alguna estantería. Si usted tiene un Cubo, debe ser un buen tipo (o tipa), alguien en quien confiar. Si lo exhibe armado, da señal de eficiencia, seriedad y disciplina. Desarmado denota que lo suyo va por el lado de la creatividad y las grandes preguntas trascendentales. Según como muestre el Cubo, será identificado por sus pares y recibirá la admiración y las sospechas del resto, que podrán susurrar, sin más dilaciones, que usted es un pedante.

El Cubo es invento de Ernő Rubik, arquitecto húngaro que también es profesor de la Escuela de Artes Comerciales de Budapest y que, como él mismo explica, se siente a la vez inventor, diseñador, escultor, editor, hombre de negocios, esposo, padre y abuelo. Lo que no se siente es escritor. A pesar de ello, en su libro *Cubed: The Puzzle of Us All*, publicado en 2020, este muchacho que ya pisa los 76 años cuenta con buen ritmo cómo fue que se le ocurrió crear uno de los juguetes más famosos del mundo. El libro, de unas 200 páginas —no publicado en nuestro idioma por el momento—, es un viaje al corazón del Cubo, o casi lo mismo, al corazón del hombre que lo descubrió. Porque fue descubierta, no inventado, y Rubik explica por qué lo dice. Se cumplieron ya 40 años desde su lanzamiento en el mercado estadounidense, lapso en el que el Cubo vivió una explosión de fama seguida del típico período de derrumbe y una extraordinaria (necesaria) resurrección, esta vez para siempre.

La historia del Cubo es muy jugosa. Comienza con un problema que Rubik quiere resolver para una de sus clases de arquitectura. ¿Es posible una estructura sólida conformada por partes móviles? Corre el año 1973 y todavía vive, con casi treinta inviernos, con su madre y su padre en un apartamento de Budapest. (N. de Ed.: este detalle debería darles ánimos a varios por aquí). Fue siempre un apasionado por los rompecabezas, en especial los del tipo mecánico. Mientras relata en su libro el proceso de creación del juguete, comenta que ya de pequeño su cuarto era un entrevero de maderas, cintas, pegamento, pa-

pel, marcadores y, por supuesto, cubos y otras formas geométricas. La influencia de su padre, un diseñador aeronáutico medio secote obsesionado por construir el planeador perfecto, fue determinante para que un tímido Ernő pasara todo el tiempo libre abocado a sus inventos. Su madre, en cambio, lo había parido bajo el bombardeo de los alemanes en 1944, y era quien sabía transmitirle una gran fuerza de voluntad, un optimismo constante y, sobre todo, el gusto por lo artístico. «Uno de mis quehaceres favoritos —cuenta— era inventar estrategias que condujeran a soluciones nuevas y más eficientes. Me gustaban diferentes puzzles por diferentes razones y por sus diferentes posibilidades. Me gustaban algunos debido a su flexibilidad y capacidad de cambio. Otros me gustaban por la manera de expresar sus ideas con tanta simplicidad. Y me gustaban además porque proporcionaban un espacio para improvisar. Me gustaban los rompecabezas difíciles más que los fáciles. Recuerdo la curiosidad, el enfocarme, los períodos de desorientación y frustración, y luego la excitación al hacer las conexiones cruciales seguida del sentimiento de victoria cuando se llega a la solución». Rubik dice que jugar con puzzles cuando era un niño entrenó su mente. A los cinco o seis años, recibió un rompecabezas de esos que tienen quince cuadrados de madera numerados dentro de un marco y el objetivo es ordenarlos arrastrando las piezas por el cuadrado vacío. A ese pequeño juego que le habían regalado para amortizar el viaje en tren entre Budapest y el lago Balaton, donde su padre construía una cabina, siguieron varios más. En particular, Rubik recuerda el *Pentominó*, creado en 1953 por el matemático e ingeniero estadounidense Solomon W. Golomb. Un pentominó es un tipo de figura formada por cinco cuadrados unidos por los lados. Existen doce pentominós posibles, representados por las letras del abecedario, que recuerdan a las formas

**“Los rompecabezas
sacan a relucir
cualidades
importantes en cada
uno de nosotros:
*concentración,
curiosidad, sentido
del juego, el afán
por descubrir una
solución.*”**

de las piezas de *Tetris* (ver «Alekséi Pázhitnov» en *Ludorama* Nro 1). Por ejemplo, una es una L, otra una T. El clásico videojuego de 1984 se inspiró en el *Pentominó*, de acuerdo a su creador, que también pasaba las gélidas tardes soviéticas acomodando maderitas. Por lo visto, estaba entre los juguetes populares de la época, y entonces es sensato decir que le debemos esos dos súper clásicos.

El objetivo del *Pentominó* consiste en encastrar todas las piezas dentro de un marco rectangular. Como pueden ser rotadas e invertidas, el juego tiene múltiples soluciones. Está indicado para seis años en adelante y permite aprender conceptos básicos de geometría, el manejo del volumen y el reconocimiento de las áreas. Si las piezas están coloreadas sirve para ejercitar la memoria —se usa con personas de edad avanzada con ese problema— o bien, si va de color uniforme, apunta al razonamiento lógico. «El *Pentominó* también ofrece posibilidades más amplias: se puede hacer una versión tridimensional usando cubos en lugar de cuadrados. En ese caso, a las piezas se las llama *pentacubos* y revelan cómo podemos usar cubos como bloques de construcción de estructuras y diseños más complejos». ¡Y acá entendemos que gracias al *Pentominó* también existe *Minecraft*! Es obvio que los seres humanos sentimos un amor especial por los cubitos, y por transición —o quizás al revés— por los píxeles, pues si uno se pone los chicatos podrá verlos en su real dimensión: son cuadraditos de colores. ¿Valdrá la pena filosofar en términos de cubitos, cuadrados y píxeles? ¿Los tableros de damas y ajedrez acaso tendrán algo de ese magnetismo? ¿Sería buena idea vender pizzas cuadradas? ¿El universo no estará hecho de cubitos? Al final, un cubo es un píxel tridimensional. Surgen preguntas extraordinarias, aunque ninguna de estas se las hace Rubik (que, si se fija usted, suena a *Ubik*, pero ya sería ir demasiado lejos).

Cubed: The Puzzle of Us All revela el proceso de creación del Cubo a través de varias semanas. Empezó como un problema de ingeniería mecánica. Había que formar un objeto sólido, con piezas capaces de moverse de alguna forma sin que se rompiera su integridad. Rubik construyó un prototipo de madera en forma de cubo, siguiendo sus ejercicios infantiles que, en verdad, nunca había abandonado. Tras devanarse los sesos un buen tiempo, viendo cómo cuatro filas de pequeños cubitos apretados con cintas y banditas elásticas brincaban en todas direcciones al tratar

de moverlos, dedujo que el objeto debía tener un centro estático y solo tres filas de cubitos pequeños para formar cada una de las caras del Cubo. Es interesante pensar que, en ese momento, Rubik no pensaba en construir un juguete. Trabajaba bajo el principio de incertidumbre para resolver la pregunta que se había hecho con sus estudiantes. La idea de patentarlo y venderlo como juguete llegaría más tarde, sobre todo debido a que recordaba los esfuerzos del padre por registrar sus diseños aeronáuticos. En esos años, Hungría estaba tras la Cortina de Hierro y no era fácil patentar un invento que no estuviera relacionado a la ingeniería, la física o alguna otra ciencia considerada útil.

El prototipo final consistía en una cruz tridimensional fija —algo pesada para que el objeto entero se sintiera sólido—, con un cuadrado en cada extremo, capaz de sostener con guías caladas a los pequeños cubitos alrededor. Estos solo semejabán tener esa forma. En verdad, los vértices del Cubo estaban formados por piezas de tres caras visibles al exterior, y las piezas laterales por dos. La estructura podía desplazarse con facilidad al tiempo que el objeto completo se mantenía íntegro. Los cubitos ya no saltaban por los aires. Rubik estaba satisfecho. Mientras probaba maneras de que su idea funcionara, tenía siempre en mente, como buen ingeniero, la forma de fabricación. Su invención debía ser replicable con facilidad y barata de producir. Esto es interesante porque en diseño siempre vamos a tener presente esta clase de detalles, como la velocidad o facilidad de fabricación, el costo de los materiales y el modelo de ingresos de la cosa, ya que afectan lo que se puede diseñar. Solemos llamarlas *constraints*. Nunca hemos de diseñar por fuera de estas restricciones.

A continuación, pasó lo inevitable. El feliz Ernő giró los laterales del Cubo, que eran todos de un mismo color plano, notando que faltaba alguna forma de saber si aquello conducía a otra idea o posibilidad fuera

“Muy a menudo los adultos tendemos a creer que jugar es sólo diversión, u otra forma de competir fuera del espacio de trabajo. Pero jugar es una de las cosas más serias en el mundo.”

de su imaginación. Rubik sostiene que no era consciente de que estaba creando un juguete, sólo permanecía concentrado en resolver el problema mecánico del cubo. Sin embargo, este cronista supone que en el interior de su cabeza había monitos que todavía jugaban con los viejos juguetes como el *Pentominó*. Recordemos que el pequeño húngaro vivía rodeado de inventos y cubos de toda clase. Hay cosas para las que nacemos predestinados. Un asunto llevó a otro, y Rubik hizo lo que cualquiera hubiese hecho: pintó las caras del Cubo y, cuando pegó el cuarto giro de los laterales, ya no pudo volver a la posición original. Estaba frente a un caos de colores, y se preguntó si podría volver a colocar cada cubito en su lugar para que las caras recuperaran su color uniforme. Varias vueltas más tarde, había entrado en pánico. ¿Era posible rearmarlo?

El nuevo problema le tomó un mes entero y, para cuando sintió el primer golpe de alegría por haberlo «armado», ya comprendía que acababa de inventar un rompecabezas único en su tipo.

Rubik pensó entonces que podría ser un acertijo interesante para sus amigos matemáticos, pero no para el común de las personas. Parecía muy difícil de resolver, y ni siquiera podía calcularse cuántas combinaciones podría tener el Cubo. Notó además que, cuando lo tuvo armado, fue irresistible el deseo de volver a desarmarlo. Quería repetir el trabajo, entender si existía un patrón de movimiento. Había algo excitante en ese objeto colorido y repleto de posibilidades. (¿Quizás al Cubo de Rubik también le debemos aquella vieja novela de Clive Barker, la de los pelados con clavos en la testa!)

Para comprobar su teoría, buscó un experto en inyección de plástico, hizo el molde y consiguió fabricar varios prototipos que distribuyó entre amigos, conocidos y colegas de la universidad. A todos les fascinó. Y todos concluyeron que no hacía falta ser un matemático para obsesionarse. Rubik hizo el papeleo de rigor y pidió ayuda al mayorista más grande del país. Así nació el *Cubo Mágico*, su nombre original. Budapest era un lugar lo bastante pequeño como para que las jugueterías aceptaran venderlo con relativa facilidad. «En 1978, un año después de que el Cubo apareciera en las jugueterías de mi ciudad natal», dice Rubik, «llevé a mi hija recién nacida al parque. ¡Y allí estaba mi Cubo! ¡De hecho, había dos Cubos en el parque, y dos tipos muy diferentes de personas jugando con ellos! El primero era un pequeño niño que tenía alrededor de ocho

años. Muy contento y extremadamente sucio, sentado en el suelo, jugando con el Cubo —un pequeño Oliver Twist retorciéndolo. El segundo Cubo emergió de la elegante cartera de una joven madre en sus treinta que acabaría de llegar del salón de belleza. Estaba sentada en un banco y sólo miraba ocasionalmente a su bebé en su cochecito, de tan inmersa que estaba en el Cubo. Fue asombroso ver en los rostros de estas personas completamente opuestas la misma expresión».

En efecto, aunque inicialmente se habían fabricado quinientos Cubos —en Hungría se consideraba un éxito vender de diez a quince mil unidades—, para fines de 1979 se habían vendido trescientos mil Cubos en Hungría y cincuenta mil en otros países, estos últimos expatriados por los turistas. El Cubo se había forjado una suerte de vida independiente. Viajaba en los maletines de los ejecutivos y aparecía en los congresos científicos junto a los ponentes. Había ganado un premio en la Feria Internacional de Budapest de 1978 y se lo promovía desde el Ministerio de Cultura. Aquel fue el primero de innumerables premios y reconocimientos procedentes de todo el mundo.

“Me gustaría involucrarme más en educación. ¡En deportes, mi objetivo son las Olimpiadas! Y pienso que sería lindo tener una galería de arte. Ya soy una estrella de cine. A menudo he sido un actor de reparto, pero estoy buscando un papel principal. Hay monumentos en mi honor, aunque todavía estoy vivo. Pero no quiero hablar de un canal de televisión por cable porque, como ya saben, soy muy modesto.”

—El Cubo.

Los años pasarían con un Rubik siempre incrédulo, que ahora contaba con un pasaporte verde para salir de la Cortina de Hierro. Viajaba a diversos países presentando su juguete en ferias y ante los ojos de posibles interesados en la licencia. En esas reuniones debía desarmar y rearmar el Cubo para comprobar que era posible resolverlo, cosa que al tímido Rubik le tomaba alrededor de un minuto. El Cubo cambió de nombre cuando hizo su llegada a los Estados Unidos en 1980, porque ya existían demasiados juguetes «mágicos». Allí fue rebautizado Cubo de Rubik, para aprovechar lo bien que suena el apellido de su inventor. Entre 1980 y 1982 el mundo estuvo obsesionado por el juguete.

Cien millones de Cubos vendidos después, cuando aquello parecía imparable, al punto de que se habían publicado libros sobre el fenómeno que aparecían en las listas de Best Sellers y se organizaban torneos de armado veloz —lo que hoy conocemos como *speedcubing*—, pasó lo de siempre. Surgieron decenas de imitaciones de dudosa calidad. Rubik supervisaba en persona el acabado de las matrices y la calidad del plástico y resto de los materiales, incluyendo la cajita original. Su atención al detalle era algo que había cultivado desde la infancia. Vio con mucha pena cómo por culpa de las imitaciones su juguete recibía críticas injustas y las ventas se reducían prácticamente a cero. El furor por el Cubo había desaparecido.

Rubik retornó casi aliviado a su vida en Budapest, siguió con sus clases, creó una fundación para ayudar a nuevos diseñadores e inventó otros juguetes —*Snake*, una serpiente de madera para formar figuras, y *Rubik's Tangle*, algo parecido—, también apreciados en el mundo, pero no tan disruptivos como el Cubo. Rubik se define a sí mismo como un eterno amateur, nunca un profesional, alguien que crea por el placer de descubrir y no por el dinero, al que considera un obstáculo para la creatividad.

Esta historia tiene un gran final que ya todos conocemos. El Cubo retornó a escena de repente —quizás empujado por los youtubers fanáticos de los juguetes— para encontrar nuevos amigos. Regresó más sabio, más sereno, un cubo ya cuarentón y seguro de sí mismo. Volvió para nunca irse otra vez, porque ya es un clásico. Rubik no pudo escapar del pedido de sus socios: escribir sus memorias. Contar la historia por dentro.

Ya se han vendido unos *quinientos millones* de Cubos. ¡Estamos con-

tando solo los originales! Sabemos que tiene alrededor de cuarenta y tres quintillones de combinaciones posibles, y que el mínimo teórico de giros para armarlo desde cualquier configuración es veinte (aunque los profesionales tardan cincuenta en promedio). Resucitaron los torneos de velocidad, con récords que rozan los cuatro segundos, y robots que tardan medio segundo en armarlo. Los *cubers* profesionales lo hacen a ciegas, con una sola mano, con los pies, de espaldas, de cabeza, bajo el agua, tres a la vez haciendo malabares. Los usan para adornar casas y para crear retratos usando cientos y miles de Cubos. Cada día aparecen nuevas propuestas para lo que ya es, en esencia, un acto performático.

El Cubo es arte. Está en todas partes, en todo momento. Hoy el modelo oficial está licenciado por Hasbro, y existen cientos de variantes, con más o menos caras, de formas increíbles y de todos los tamaños. La gente los colecciona. Hemos de imaginar que muchos le hablan y que en algún lugar puede estar gestándose una religión.

—¿Cómo se sienten ustedes luego de todo esto? —pregunta el entrevistador en el capítulo final de *Cubed: The Puzzle of Us All*.

(*Al unísono*)

—¡Entusiasmado! ¡Más vivo! ¡Curioso! —responde el Cubo—. ¡Juguetón! Quiero comenzar todo de nuevo.

—Exhausto —dice Rubik—. Muriendo. Aburrido. Ahora en serio, siento que hice algo que sé que no terminé todavía, porque ahora empiezo el trabajo duro. Como usted sabe, soy arquitecto; de modo que, para mí, el libro que está sosteniendo es solamente un borrador. Ahora es tiempo de que la gente lo lea, y eso significa trabajo en equipo y compartir opiniones. Desafortunadamente, las correcciones tendrán que esperar.

—Ustedes dos son muy diferentes. ¿Cómo describirían los contrastes y contradicciones entre ambos?

—Eso es fácil —responde Rubik—, usted puede verlo en esta conversación. A mí no me gusta hablar sobre mí mismo y el Cubo adora ser el centro de atención. De hecho, le encanta que estemos hablando de él. 



A qué jugamos quienes no jugamos

■ **Por SOFÍA ALAMO.** Es consultora edTech y docente de Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA), Tecnología Multimedial (UMAI) y Negocios Digitales (DH-UdeSA). Whovian. Jugadora casual. 🐦 @sophiealamo

A mis siete años descubrí algo terrible. Era malísima para los videojuegos. Mientras mis primas Mariana y Silvana eran unas cracks totales, y eso sin dudas no ayudaba a mi autopercepción, yo no podía pasar el nivel 2 de *Mario*. El perrito de *Duck Hunt* se reía de mí todas las veces. En PC jamás pude pasar el nivel del centauro de *Hércules*, que quienes vieron la película sabrán que se trata de la primerísima misión.

Quizás ser hija única no me dio las herramientas para seguir intentando. Quizás al ser mujer no encontré suficientes referentas para ganar mayor confianza. Pero esta vez no le puedo echar la culpa 100% al patriarcado. Soy mala y punto. Una auténtica loser.

Y no está tan mal. Asumirlo no me alejó de los juegos. En mi infancia fui poseedora de alguna versión «todo por dos pesos» de un *Tamagotchi*. Tuve varias consolas portátiles del tipo «9999 juegos en 1». En PC jugué al *Solitario*, al *Buscaminas*, al *Pool*, al *Pinball*; alguna vez me fasciné con *Carmen San Diego*. Me emocioné jugando a «Música del Mundo» de la Enciclopedia Encarta. En cuanto tuve un celular jugué a la viborita y más tarde, a *Pou* (Zakeh, 2012) y a *Preguntados* (Etermax, 2013). Cuando Facebook se volvió vital para nuestras vidas, también jugué *Farmville*

(Zynga, 2009). Y hoy, siempre que me dé la tarjeta de memoria, tengo algún videojuego en el celular para pasar mis ratos libres.

A pesar de no haber dejado de jugar, está claro que no soy *gamer*. Hace unos años descubrí que lo que me pasa tiene nombre: soy jugadora casual.

Una identidad por oposición

¿Qué es ser jugador casual? Una forma de definirlo es decir que es toda persona que no juega tanto, que juega a veces, que cree no darles tanta importancia a los videojuegos, que muchas veces para pasar desapercibida en alguna conversación pueda llegar a decir «yo no juego», y que por esa aparente indiferencia no sepa la cantidad de horas que sí pasa jugando.

Hace ya más de una década que el término «casual» en videojuegos se viene discutiendo¹. En ocasiones se lo utiliza de manera indistinguible para referirse tanto al tipo de juego como al tipo de jugador. Sin embargo, en este sentido también podemos encontrar ciertas discrepancias: no siempre es posible diferenciar entre si se trata de quienes juegan videojuegos casuales, es decir, un género específico; o si se refiere a quienes juegan de manera casual, es decir, esporádicamente, sin una conducta demasiado comprometida ante la aventura que implica sumarse a una partida.

Los videojuegos casuales en tanto género han sido descriptos como aquellos que involucran una complejidad menor, ya sea en términos de experiencia de juego, *gameplay*, o porque lleven una menor inversión de esfuerzo y tiempo para la persona frente a la pantalla. Son juegos que se desarrollan para una gran masa de consumidores que no se consideran a sí mismos *gamers*. Podríamos decir, entonces, que son jugados por todo tipo de público: desde niños hasta adultos mayores, trabajadores, desempleados, jubilados, padres, madres, abuelos y un largo etcétera. Y son producidos para todo tipo de dispositivo: PC, tablets, celulares y portales web, para nombrar algunos².

¹ Jussi Kuittinen, Annakaisa Kultima, Johannes Niemelä, y Janne Paavilainen, «Casual games discussion», en *Future Play '07: Proceedings of the 2007 conference on Future Play, Association for Computing Machinery*, Nueva York, 2007, pp. 105–112. DOI: doi.org/10.1145/1328202.1328221

² Juul, Jesper, *A casual revolution. Reinventing video games and their players*, MIT Press, Londres, 2010.

Paradójicamente, los juegos casuales son los más vendidos por nuestros estudios de videojuegos. Según el informe 2020 de ADVA (Asociación de Videojuegos de Argentina)³, el 45% de los juegos hechos en el país son justamente de este género. Sucede que, por su corta duración, sus mecánicas simples y su target amplísimo, tienen muchas posibilidades de encontrar su lugar en el mercado y ser creados por estudios independientes.

Incluso tienen un modelo de negocios que les permite que su venta se vuelva escalable y sostenible en el tiempo. En su gran mayoría, entran en la categoría de freemium, que implica que le usuarie no paga por descargarlos, pero a cambio debe ver publicidad antes o durante el juego, y hacer alguna compra interna, de manera opcional, para obtener algún beneficio extra como vidas, monedas, un ítem promocional o un cambio de atuendo para su avatar, entre otros.

Pero más que el género, en este ensayo nos interesa comprender un poco más la práctica del jugadore casual. ¿Qué características tenemos en común quienes «no jugamos»? Sabemos que ser gamer implica una construcción identitaria determinada⁴, y en muchas ocasiones, conlleva formar parte de una comunidad con sentimiento de pertenencia y con plataformas y espacios específicos de reunión y encuentro.

En cambio, ser no gamer termina convirtiéndose en una construcción identitaria por oposición. Y abarca a todes quienes no jugamos «en serio». Pero a diferencia de otros «vicios», como cuando una persona que no bebe alcohol o no fuma regularmente se excusa diciendo «soy bebedore/fumadore social», o «solo lo hago en fiestas y reuniones», el 90% de las veces ser jugadore casual significa jugar en soledad.

Esto es, jugamos en ratos libres, cuando estamos aburridos, en tiempos muertos, mientras estamos sentados en el inodoro, o cuando queremos evitar hacer aquello que debemos hacer.

A Sherry Turkle, psicóloga especialista en tecnología, este tipo de actitudes le preocupan un poco. Pero lejos de una mirada prejuiciosa sobre el impacto que pueden tener los videojuegos en nuestra vida, dado que se hizo conocida por ser una ferviente alentadora de las comunidades

³ ADVA, *Informe Observatorio de la Industria Argentina de Videojuegos*, 2020. Recuperado el 30 de noviembre de 2020 de: adva.vg/observatorio

⁴ Crescenzi, Nicolás, «Videojuegos y construcción del Self», *Revista Ludorama*, Nro 1, pp. 107-110, Octubre 2020.

online en espacios como *Second Life* (Linden Life, 2013), lo que le llama la atención a esta investigadora es qué miedos o ansiedades nos genera estar a solas, y por qué nos vemos obligados a buscar una solución inmediata en nuestros «chupetes electrónicos».

En su famosa charla TED «Conectados, pero solos»⁵, nos invitaba a reflexionar sobre la ilusión de compañía que nos generaban las tecnologías y abogaba por recuperar la conversación más allá de la conectividad inmediata, más allá de la posibilidad de pedir que te manden vidas de *Candy Crush* (King, 2012), o de compartir la insignia que ganamos en la última trivia de moda.

Sinceramente no tengo una respuesta, y es posible que para cada uno el «por qué jugamos como jugamos» se responda de manera diferente. Lo que me parece fascinante es todo lo que la tecnología, y en particular, los videojuegos, nos permiten pensar de nuestra sociedad actual.

La pregunta importante es «cuándo»

La existencia de videojuegos casuales, en definitiva, nos permite pensar sobre cómo vivimos nuestra relación con el tiempo. Y si en la cultura de masas el tiempo más valioso en los medios era el prime time, es decir, el horario central en el que la familia podía estar sentada ante el televisor durante o luego de la cena; hoy, en una cultura de la convergencia⁶, el valor se encuentra en el *in-between time*, en aquellos intersticios que nos quedan entre una tarea y la otra.

Igarza llamó «burbujas de ocio» a esos momentos que se escurren entre bloques productivos. Y señaló que, si bien existen múltiples factores para el desarrollo de las nuevas formas de consumo, uno de las principales que provocó el modo en que nos relacionamos con las tecnologías hoy es la dinamización de la histórica tensión entre espacios de recreación y producción⁷.

Así, nuestra atención se fragmenta y estos videojuegos más cortos,

⁵ Turkle, Sherry, «Alone, together», *TED Talk*, 2012. Recuperado de: ted.com/talks/sherry_turkle_connected_but_alone

⁶ Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NYU Press, Nueva York, 2006.

⁷ Igarza, Roberto, *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*, La Crujía, Buenos Aires, 2009.

menos comprometedores, efímeros⁸, encajan perfectamente en estas nuevas dinámicas. Se cuelan en nuestros dispositivos mientras esperamos el colectivo, mientras nos trasladamos de un lugar a otro, mientras hacemos una fila para pagar un impuesto, y tantas otras actividades que nos llevan a rescatar el celular de nuestros bolsillos.

Jugá como quieras

Es probable que si estás leyendo esta revista no te sientas del todo identificade con mi relato. Espero que hayas podido resistir al menos por un rato el impulso de mirar tu pantalla móvil. Pero si hay algo que intenté transmitir es que no hay un modo único de jugar, o de asumir una identidad al jugar y espero que esa idea te haya aliviado.

En síntesis, entender el género de los juegos casuales y conocer la existencia de los jugadores casuales es reconocer que los videojuegos son parte de nuestra cultura, de nuestra cotidianidad, aun cuando no los tengamos tan presentes. Es visibilizar que jugar videojuegos no es una práctica meramente adolescente, y mucho menos una fase; o un síntoma de inmadurez. Y esto la industria (y no sólo los gamers) lo sabe muy bien y por eso destina tiempo y dinero.

Analizar los videojuegos casuales también puede convertirse en una excusa para pensar nuestra relación con los medios, con la tecnología. Y puede abrir la puerta para pensarnos a través de nuestros dispositivos, de las plataformas, de nuevos hábitos de consumo pero también de espera.

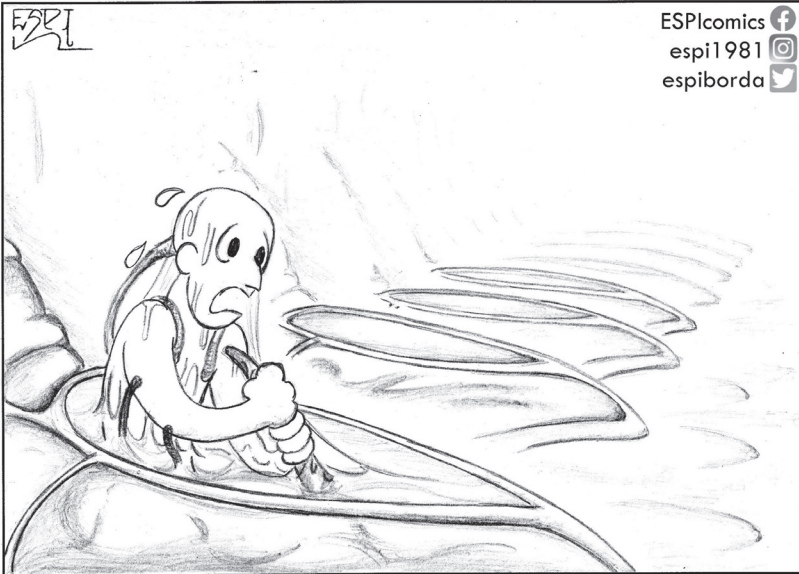
Y además, me gusta pensar que les jugadores casuales, quizás, no seamos tan «buenos para nada», y tengamos un rol más protagónico del que normalmente pensamos. Al menos déjenme soñar por un rato. 🎮

⁸ Grainge, Paul (ed.), *Ephemeral Media: Transitory Screen Culture from Television to YouTube*, British Film Institute, Reino Unido, 2011.



ESPI

ESPIcomics 
espi1981 
espiborda 



¡Dejemos de temer al aburrimiento!

Una reivindicación del aburrirse en el diseño lúdico.

■ **Por GERMÁN DARTSCH.** Investigador, docente y desarrollador mendocino. Cambia de vocación cada tres años. Empezó a jugar videojuegos más o menos al mismo tiempo que empezaba a caminar. Amante de la cultura pop de internet y tal vez un poquito obsesionado con los/as vtubers.  @CinnamonMatcha

En este punto de maduración de la disciplina del game design es necesario separarse de una definición ingenua de lo que es la diversión y el aburrimiento. Solemos escapar con espanto a todo lo que se acerca, aunque sea un poco, a lo aburrido. Aborrecemos la idea de «hacer nada». Cada momento de la vida debe —¡literalmente parece un mandamiento!— estar ocupado por alguna actividad, ya sea productiva, ya sea ociosa. Parece ser que Friedrich Nietzsche estaba en lo cierto cuando aseguró en *La gaya ciencia*¹ que el ser humano puede soportar todo, excepto la nada.

Y así vivimos, en la vorágine de actividades que plagan la experiencia vital. Haciendo no importa qué, lo que sea, algo, hasta que ya no podemos más con todo y empezamos a ansiar un poquito de nada. ¿Quién no ha vivido esa sensación de querer frenar, de sentir que la inercia agobiante de la vida cotidiana sobrecargada nos lleva a los tropezones por el día a día? Llegado tal momento, solo queremos paz, y caemos en la cuenta de que ya no disfrutamos de aquello que antes nos traía diversión, que vivimos nuestros hobbies con el mismo tedio con el que cumplimos con nuestro trabajo, y, en el mejor de los casos, los abandonamos. ¿Cuántos juegos hemos dejado luego de experimentar esta saturación? Escribo estas líneas y recuerdo la emoción y el placer que

¹ Nietzsche, Friedrich, *La gaya ciencia* (1882), Ed. Gradifco, Buenos Aires, 2007.

sentía al jugar MMORPG en mi adolescencia con la misma intensidad con la que vuelve a mi mente esa sensación de hartazgo que me hizo dejarlos. Y reafirmo mi convicción de no volver a descargar tales videojuegos nunca más.

Como game designers, esto es fatal: ¿acaso nuestra «aburrimientofo-bia» ha traído un efecto secundario que es tan nocivo como lo que inicialmente queríamos evitar? Con la convicción de que no debemos dejar que nuestros jugadores se aburran, o de lo contrario dejarán de jugar nuestro juego, hemos logrado lo contrario: hartos de diversión, escapan. ¡Otra vez los jugadores se nos escapan! ¿Es acaso inevitable perderlos? En cierto sentido, sí, pues nada puede durar para siempre. Pero al mismo tiempo, creo que este proceso es evitable y que podemos diseñar no contra, sino teniendo el aburrimiento en cuenta, para que cuando el momento del adiós llegue, sea en buenos términos. No queremos a nuestros jugadores por siempre en nuestro juego, pero sí queremos a nuestro juego por siempre en el corazón de quienes lo jugaron.

Es momento de examinar más de cerca cuál es la relación entre diversión y aburrimiento. Ahora bien, hablamos de diversión hasta el cansancio, y, literalmente, cansamos. Pero, ¿a qué nos referimos exactamente? Conviene definir el término y precisar su alcance. Según Cecilia Bem-bibre «la palabra diversión es un término que se utiliza normalmente para hacer referencia a todas aquellas actividades que generan alegría en quien las realiza ya que se caracterizan por ser entretenidas, alegres, relajantes o interesantes. La diversión es el fenómeno que hace que una persona actúe con entusiasmo y alegría ya que de lo contrario estaría en una situación de aburrimiento o al menos de indiferencia»².

Esta definición tiene la ventaja de no alejarse demasiado del entendimiento corriente que se tiene de la diversión, y tiene su utilidad al establecer una precisión de su alcance. Sin embargo, trae nuevos términos a cuento que merecen atención. Una de ellas es el entretenimiento, que tal vez esté más emparentado con el aburrimiento que con la diversión, pues entretenerse es más evitar el tedio que buscar la diversión. La diversión, en cambio, se aprecia más como un movimiento activo hacia la búsqueda de la alegría. En términos de Baruch Spinoza³, podemos

² Bemibre, Cecilia, «Definición de Diversión», en *Definición ABC*, 2012. Recuperado el 1 de febrero de 2021 de definicionabc.com/general/diversion.php

³ Spinoza, Baruch, *Ética demostrada según el orden geométrico* (1677), Ed. Quadrata, Buenos Aires, 2005.

entender a la diversión como una pasión (pasión debe entenderse aquí como algo que se experimenta de manera pasiva) alegre que predispone la potencia del sujeto hacia la acción. Lo que en diseño de juegos se llama «motivación»: en la actualidad al videojuego se lo concibe como un mecanismo motivacional.

Sin embargo, el término que tal vez sea el más relevante para entender la diversión es el de aburrimiento. Surge entonces la necesidad de un análisis sobre qué significa el aburrimiento, qué función cumple en el *game feel* y si hay que evitarlo siempre o se le puede dar un lugar en el flujo del juego. Estos términos, estudiados por Steve Swink⁴ son fundamentales para comprender la importancia de establecer una rotación de sentimientos en el jugador y analizar si el aburrimiento tiene o no, de hecho, o de derecho, un lugar en la experiencia de juego. En la jerga de los diseñadores, *game feel* se entiende como el sentimiento general que predomina en el jugador en el momento en que se encuentra jugando. Mientras que *game flow* hace referencia, por una parte, al flujo de estados por los que pasa el algoritmo que mantiene al juego en funcionamiento, el *game flow* en el jugador es el flujo entre una emoción y otra a lo largo de la experiencia del juego. Pero en un sentido más general, el *game flow* debe entenderse como la interacción entre los momentos que el juego ofrece y cómo el jugador los vive en tanto que *game feel*.

El *gameplay* es una sucesión de momentos. Hay picos y mesetas. Momentos de mayor o menor intensidad. El videojuego *Doom* (id Software, 2016) echa luz sobre el asunto. Esta edición, igual que sus predecesoras, es un juego de disparos en primera persona. Como en la mayoría de los exponentes del género, cada nivel está organizado por momentos: hay momentos de exploración, momentos de adrenalina, momentos de planificación, momentos de ejecución y momentos de reposo. Los niveles no están plagados de enemigos, sino que en general los combates suelen ser localizados y de gran intensidad, mientras que entre combate y combate rara vez aparece algún enemigo.

Los combates en *Doom* son eventos frenéticos. Acompañadas con música metal, las peleas contra hordas de demonios que aparecen de la nada se organizan en un *crescendo* de intensidad dosificada en un tiempo corto. Exige al jugador velocidad de reflejos y de toma de decisiones,

⁴ Swink, Steve, *Game Feel: A Game Designer's Guide to Virtual Sensation*, CRC Press, 2008.

pues los recursos no se consiguen antes de un combate —a diferencia de otros juegos— sino que los mismos enemigos son fuente de recursos. Esto último constituye el núcleo táctico de sus mecánicas: la constante decisión y jerarquización a la hora de elegir enemigos sobre los que establecer el foco. Habrá que ponderar la relación entre la amenaza que cada enemigo supone y los recursos que tenemos a mano para enfrentarlo. Esto implica un constante movimiento por el terreno del combate, grandes amenazas y la temporal fuga a enemigos menores con fines de reabastecimiento.

Tal tensión y exigencia mental no es sostenible si no hubiese un momento de descanso entre combate y combate. Por eso, el *game flow* tiene signos de puntuación. Antes de cada batalla, hay un signo que da a entender al jugador que se acerca un enfrentamiento de gran escala. Eso da comienzo al momento de planificación y exploración. Dada la importancia de aprovechar el terreno a la hora de tomar decisiones, se da al jugador la oportunidad de explorar el territorio antes de entrar en combate. Asimismo, no se espera que las batallas sean ganadas al primer intento, por lo cual luego de cada muerte el jugador volverá a tomarse un tiempo para planificar y reconsiderar sus decisiones en base al nuevo conocimiento de qué enemigos y comportamientos específicos habrá de encontrarse. Terminado el combate, la música se tranquiliza, y el jugador sabe que por un buen tiempo no habrá otro enfrentamiento. El juego está dividido en misiones. Luego de cada misión, se da al jugador dos opciones: continuar, o guardar y cerrar el juego. El final de una misión es el punto aparte que nos invita a tomar un descanso.⁵

Para Jacques Lacan «el verdadero secreto de lo lúdico está en la diversidad más radical que constituye la repetición en sí misma. Una significación que siempre se escapa, por esto se repite»⁶. Es decir, en la base de la experiencia lúdica está lo que podría interpretarse en *game design* como el movimiento hacia la conquista de la situación, o la repetición del dominio adquirido. O bien, justamente porque la diversión es episódica, se pierde, se busca repetirla. Esto podría situar a la diversión más

⁵ Para un valioso y exhaustivo análisis sobre el combate de *Doom* (2016) y *Doom Eternal*, su sucesor, recomendamos el video *The 4 'P's of DOOM's Amazing Combat* del canal de YouTube Game Maker's Toolkit.

⁶ Lacan, Jacques, *El seminario Lacan 11: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis* (1964), Paidós, Buenos Aires, 1987.

cerca del aburrimiento que lo que *a priori* pudiese parecer.

La pregunta entonces muta: si la diversión es el momento de tensión antes que su descarga y si, como se desprende del análisis de *Doom*, la tensión no es sostenible por demasiado tiempo —el tiempo promedio de una batalla en *Doom* es de cinco minutos—, entonces el aburrimiento deviene una necesidad, un prerrequisito de la experiencia lúdica en su totalidad. En una comunicación personal, Durgan Nallar [N. del E: ¡Nuestro Director Supremo!] me narra: «cuando jugaba mucho a *World of Warcraft*, iba a pescar. O sea, me sentaba (mi avatar se sentaba) a la orilla de un lago y pasaba un largo rato pensando mientras capturaba pececitos y algunos zapatos. Me gustaba. Aburrirse es sano, y es cuando llegan las ideas».

No obstante, como denuncia Sherry Turkle en *En defensa de la conversación*: «Nos negamos a nosotros mismos los beneficios de la soledad porque consideramos que el tiempo [...] es un recurso que debemos explotar. En lugar de usar el tiempo para pensar (o no pensar), lo llenamos de conexiones digitales. Y hacemos que nuestros hijos lo vivan de la misma manera. [...] No les enseñamos que el aburrimiento puede también interpretarse como una llamada de la imaginación».⁷

Para Kierkegaard, el filósofo danés, el aburrimiento reviste una gran potencia pues está ligado a la nada, que es la posibilidad de todo lo impredecible, pues «El aburrimiento descansa en la nada que se difunde por la existencia; su vértigo es como aquel que provoca ver un abismo infinito, es infinito. El hecho de que esa excéntrica diversión se construya sobre el aburrimiento también se puede comprobar porque la diversión resuena sin eco, precisamente porque en una nada ni siquiera existe eso que hace posible una resonancia».⁸

Esto demuestra la conexión profunda entre diversión y aburrimiento que es la misma que Martin Heidegger postula al asegurar que «Aun cuando —y justo cuando— estamos especialmente invadidos por las cosas y por nosotros mismos, nos asalta ese “todo”, por ejemplo, en el aburrimiento auténtico. Este está todavía lejano cuando lo que nos aburre es solo este libro o aquel espectáculo, esa ocupación o aquel ocio, pero aflora cuando “uno se aburre”. El aburrimiento profundo, que va y viene

⁷ Turkle, Sherry, *En defensa de la conversación*, Ático de los libros, Barcelona, 2017.

⁸ Kierkegaard, Søren, *Temor y temblor* (1843), Losada, Buenos Aires, 1991.

en la profundidad del *ser-ahí* como una niebla silenciosa, asocia todas las cosas, todos los hombres, y con ellos a nosotros mismos, en una extraña indiferencia. Este aburrimiento revela el ente en su totalidad»⁹.

Es importante remarcar que lo divertido/aburrido no son categorías ahistóricas. Están determinadas por el modo de vida en un momento dado. Así, en el momento histórico en que vivimos, los modos de vida están estructurados por las imágenes de felicidad que sostienen al capitalismo, que organizan el deseo, el consumo y la experiencia vital del sujeto. La sociedad y la época nos enseñan a divertirnos y también nos indican qué es lo aburrido.

Ahora tenemos una aproximación más cabal al aburrimiento en sus relaciones con la diversión. Podemos, por lo tanto, asegurar que no es correcto decir que el aburrimiento debe siempre ser evitado a la hora de diseñar un juego, sino al contrario: ahogar la posibilidad del encuentro con el aburrimiento es agobiar al jugador, caer en el riesgo de transformar al juego en una experiencia totalitaria de la que solo se escapa poniendo un fin definitivo a la relación. Es decir, abandonando el juego de forma definitiva. El aburrimiento es la oportunidad de poder dejar de jugar por el placer de seguir luego, de poder decir, soberanamente, «hasta aquí por hoy». Es parte de la tarea del game designer dar la oportunidad al jugador de salir cuando quiera.

Aprender a darle un lugar al aburrimiento no es una tarea nueva ni desconocida en la disciplina, y puedo de hecho identificar en varios juegos cómo y cuándo se nos está dando la oportunidad de darnos un momento de aburrimiento, de un poquito de nada entre todos los todos. Sin embargo, el aburrimiento es injustamente ignorado y peligrosamente desatendido en la bibliografía sobre game design, y toda vez que veo aparecer el término pareciera ser tratado como un demonio a exorcizar antes que como un concepto a analizar. Por ello, me pareció oportuno escribir estas líneas y darle visibilidad a ese inevitable sentimiento tan poco grato a nuestra sociedad. En ausencia total de aburrimiento, no hay lugar para la diversión. 🎮

⁹ Heidegger, Martin, *¿Qué es la metafísica?* (1929), Ed. Técnica, Montevideo, 1987.

Jugar a perder

La responsabilidad compartida en la co-creación ludonarrativa.

■ **Por FEDERICO RUERA.** Psicólogo, Storyteller & DungeonMaster. Con la tonta pretensión de resignificar la R de los MMORPG.   @heykobold

Jugar a perder es un concepto, un abordaje posible sobre la experiencia lúdica en pos del drama personal y el crecimiento de la historia que se entreteje alrededor del personaje. Una técnica de creación de narrativas colaborativas duraderas de origen nórdico para juegos de interpretación que hoy conocemos como «rol en vivo» o LARP, por sus siglas en inglés (*live action role-playing*).

En ese interjuego entre narrativa y vínculo habrá quien plantee la tesis separatista bajo la cual el rol en vivo no es juego sino teatro, y quien sostenga, al contrario, que en la mesa no se interpretan verdaderos roles sino estáticas planillas estandarizadas que intentan vestirse de «personaje». Ciertamente es, sin embargo, que ambas variantes representan experiencias lúdicas con diferencias nimias, y que poseen más cosas en común de lo que el lego ve a simple vista. Quizá la principal diferencia pase por el hecho de «poner el cuerpo», pero, con mentalidad de director, hemos de admitir que la única discrepancia real resulta ser el modo de relación, tanto entre jugador/narrador¹ como entre los mismos personajes. Partamos de esta idea: hay un modo particular de relacionarse con los otros y una mentalidad singular que, en general, se ha señalado tradicionalmente como unidireccional. Aquellos discursos de antaño nos hablaban de jugadores que querían derrotar al director de juego, y de directores que, a la inversa, buscaban el peor final para sus jugadores.

Hoy entendemos que los juegos de rol son, más bien, un encuentro

¹ En juegos de rol, la figura del narrador está encarnada por el director de juego o *master*, mientras que los personajes son llevados adelante por los jugadores.

colectivo. Y, como tal, implican trabajo conjunto orientado en primera instancia a la resolución de conflictos y, por supuesto, a la diversión de un grupo de personas. En ese sentido, los jugadores de mesa enfrentan al villano de turno para derrotarlo, a él como personaje antagonista y, por qué no, al director como enemigo temporal. Pero esto es dado en un contexto de colaboración y co-creación del universo ficcional y la narrativa en la que tal enfrentamiento se construye.

Esa mirada del narrador comprometido en la dirección compartida de la experiencia lúdica implica que, obviamente, busque derrotar a los personajes protagonistas, o ponerlos en un aprieto al menos, explotando cada una de sus debilidades. Pero ya no desde una posición competitiva, de directores contra jugadores, sino desde el encadenamiento de desafíos del universo contra los personajes. El narrador que acepta la derrota ante los jugadores solo por el hecho de disfrutar con ellos de su victoria contribuye, a veces sin saberlo, al encuentro, al aprendizaje, y al desarrollo de personajes y tramas sin reparar en que ha sido vencido una vez más.

La filosofía nórdica de los juegos de rol —específicamente de aquella vertiente «en vivo»— funda la ruptura de la unidireccionalidad antes planteada: expande la experiencia hacia el encuentro entre pares, mediados o no por la rivalidad de los personajes que se interpretan. Ponen al jugador junto al jugador, y, en el teatro de la mente, incentivan este vínculo por sobre la figura menos relevante del director. Después de todo, los juegos tratan de relaciones humanas. Y en el cara a cara de los personajes, la toma de decisiones comienza a darse en múltiples direcciones que, por momentos, deja fuera a la figura del narrador tradicional.

Negocian entre ellos, y de tal negociación surge aquello que denominamos «progresión». Sus historias avanzan en la negociación con el otro, y como en la vida, no podemos pretender que ambas partes salgan siempre victoriosas. De más está decir que entender esto como la eliminación de la posibilidad de tener rivales o conflictos entre personajes es un error. No significa más que replantear las condiciones de resolución de los conflictos, poniendo el eje del crecimiento no en ganar puntos de experiencia, sino en la buena fe, la interpretación de roles coherentes, el compañerismo y la puesta en escena.

Parece un verdadero cambio de paradigma, aunque no lo sea realmen-

te. Incluso como directores de juego delante de un tablero, ¿cuántas veces hemos resuelto un asalto sin necesidad de dados, porque consideramos que vale la pena dar el brazo a torcer ante alguna maravillosa muestra de estrategia, compañerismo o simplemente por la monstruosa interpretación de algún jugador?

Jugar a perder es siempre reconocer el esfuerzo del otro y entender que su victoria no significa necesariamente una derrota para nosotros. Y aun si así fuera... de las derrotas uno se recupera, pero el mal momento que una discusión innecesaria puede generar es tiempo que nadie puede devolvernos (y un pozo del que no siempre es fácil salir).

Es dar lugar a las victorias parciales, a los traspies no determinantes, a derrotas capaces de aportar experiencia (y ya no puntos de experiencia) para que nuestro personaje evolucione y se desarrolle. Representa una serie de actitudes a partir de las cuales se generan vínculos, se sientan las bases de rivalidades duraderas, y se establecen alianzas necesarias. Jugar a perder es entender que el otro, en tanto jugador, no es un villano sino alguien que, como uno, busca divertirse. Y, por último, es aceptar que la derrota es, inevitablemente, parte del camino a recorrer.

Ahora bien, representa una meta costosa. Un concepto difícilmente extrapolable a otro tipo de experiencias lúdicas como el videojuego, principalmente porque se basa en la respuesta creativa e inesperada —y por lo tanto no programada— a situaciones co-construidas. Una respuesta, sobre todo, para nada óptima en términos competitivos.

La narrativa interactiva del videojuego tiende a premiar la victoria total y termina obviando los grises: victorias o derrotas parciales que contribuyan a la inmersión y a la profundidad emocional del personaje. Pocos son los juegos, aunque los hay, que no traducen la derrota en un game over. Y aun menos los que, además, encuentran la forma de recompensar esa elección de perder. Aun así, uno acepta la limitación del medio y, en la suspensión de la lectura crítica de la situación, encarna al personaje con la victoria como objetivo sin más.

Como dinámica conceptual se aferra, no al medio analógico en forma exclusiva, pero sí a la experiencia de creación colectiva: experiencias particulares que establecen condiciones de victoria y derrota, pero no finales preconcebidos. Solo por poner un par de ejemplos, diríamos que *GTA V* (Rockstar, 2013) o *Red Dead Redemption* (Rockstar, 2010) no

recompensan la derrota, pero fenómenos colectivos como sus vertientes RP sí lo hacen². Podés elegir que Michael falle el robo a la joyería, y hasta allí habría llegado el relato de Rockstar, pero los errores de tu personaje en Los Santos Online³ darán pie a consecuencias que no tienen por qué restringir el avance de la historia.

Un nuevo paradigma: jugar a elevar

Jugar a perder termina entendiéndose mejor cuando, en un movimiento metalingüístico, se lo pone en línea con la idea igualmente relevante de «jugar a elevar».

Experiencias que nos llevan a conectar con la necesidad de someternos a restricciones voluntariamente. A tomar decisiones que sean buenas para la historia aun cuando se presenten claramente negativas para el personaje que encarnamos. Todo por el solo hecho de querer construir algo que merezca la pena ser contado. En tal contexto, mientras que el personaje busca «su» victoria, el jugador se encuentra abierto a la oportunidad de dejarlo fallar en su búsqueda.

Aun así, interpretar errores u olvidos por sí solos no tendría peso alguno en esta construcción narrativa si no fueran puestos en escena con algún fin. No se trata de ir en contra de nosotros mismos porque sí, sino de saber leer la dinámica de la relación con ese otro que podría beneficiarse de tales descuidos: de bajar para que el otro se eleve.

En palabras sencillas, se trata de buscar sacar lo mejor del otro como jugador. La responsabilidad compartida que titula esta nota va justamente de eso: de hacernos responsables de la historia que construimos con el otro, y aprender a negociar victorias y derrotas que devengan en soluciones transformadoras para ambos. Es registrar la propuesta de los demás jugadores como una parte igual de relevante que la nuestra y reforzarla por medio de interpretaciones que no siempre nos tengan a nosotros como protagonistas.

No es más que un secreto a voces, instituido sobre un contrato social de co-creación narrativa y respeto mutuo para profundizar la experiencia lúdica compartida. Y eso debería bastar para aplicarlo a cualquier situación social. 🎮

² Se denominan RP a los servidores online exclusivos para *role-playing*.

³ Los Santos Online es el nombre que le dan al universo online de GTA en general.

Vamos a ponernos jungianxs

■ **Por JULIETA BRASLAVSKY.** Actriz y escritora platense de múltiples intereses artísticos y lúdicos. Le gustan los videojuegos, los juegos de rol (de mesa y en vivo) y todo lo que provenga de Japón. ✉ julieta.braslavsky@gmail.com

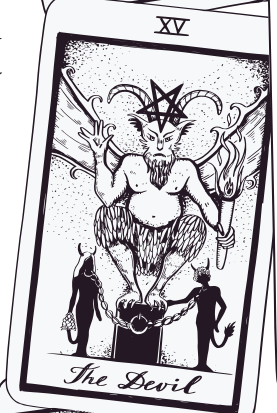
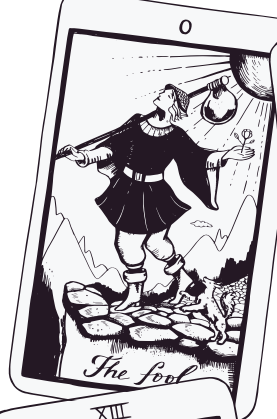
You are a slave. Want emancipation?

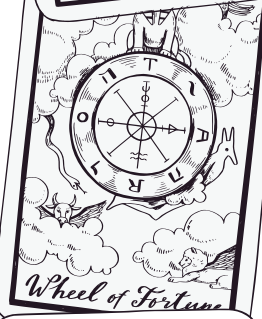
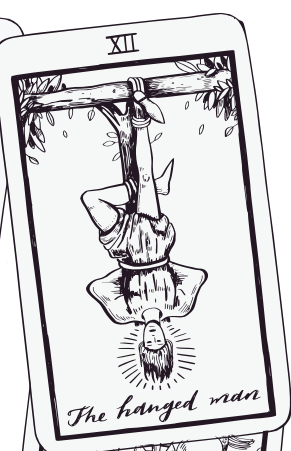
En el campo de la psicología, Carl Jung definió el concepto de persona como la máscara¹ que usa un individuo para dejar una impresión fuerte en otros, por un lado, y para ocultar su verdadero ser (lleno de defectos e impurezas), por otro. Esta metáfora de origen griego toma una forma muy literal en la saga *Persona* de la desarrolladora de videojuegos nipona Atlus, que lleva seis RPG publicados desde 1996. El último de ellos, *Persona 5* (2016) es un producto de su época incluso en mayor medida que todos los otros.

Lazos y sanadores

Persona 5 es uno de esos juegos que tiene «de todo para todo el mundo». A través de su trama y jugabilidad se critican el adultismo, el bullying, la corrupción política y judicial, el capitalismo desenfrenado, el mercado del arte y, fundamentalmente, la mentalidad japonesa cristalizada en el dicho popular «el clavo que sobresale es martillado». Lo más interesante, sin embargo, quizás sea lo que sí rescata del pensamiento japonés: lo colectivo por encima de lo individual. A diferencia de otras historias, donde un

¹ En latín, *persona* refería a una máscara o personaje de teatro.





mítico *Elegido* se ve condenado a un éxito individual que se desprende de su subjetividad («lo que lo hace único»), en *Persona 5* los lazos entre los personajes son la base del poder sobrenatural que puede poseerse. Como tal, resulta mucho más útil tener una gran capacidad de adaptación que identificarse con una única Persona inamovible.

Y esto es justamente lo que hace al protagonista del juego el Elegido. En una retroalimentación perfecta, sus poderes le permiten comprender mejor a la gente que lo rodea, al mismo tiempo que la profundización de sus lazos lo vuelve más poderoso. Jung dijo una vez que un sanador efectivo es aquel que está herido, aquel que comprende cabalmente la experiencia humana de su paciente y se involucra con ella. Esta idea, terriblemente distante del Modelo Médico Hegemónico con el que acostumbramos a tratar en la vida diaria, encierra otra en su interior: debemos abandonar las expectativas limitantes que la sociedad tiene para nosotros si queremos ayudar a otros.

El Loco como bufón

Durante buena parte de las cien horas que toma completar *Persona 5*, el jugador se encontrará manejando la apretada agenda de un estudiante de secundaria japonés que quiere cambiar el mundo. Además de incrementar sus habilidades

PERSONA 5

Videojuego de rol desarrollado por Atlus para las consolas PlayStation 3 y PlayStation 4. Cronológicamente, se trata del sexto videojuego de la saga que forma parte de la franquicia *Megami Tensei*. Se lo considera uno de los mejores videojuegos de rol de todos los tiempos y fue galardonado con el premio a mejor RPG del año 2017 en The Game Awards.

TAROT

Baraja de naipes a menudo utilizada como medio de consulta e interpretación de los hechos (presentes, pasados o futuros), sueños, percepciones o estados emocionales que constituye, además, un tipo de cartomancia. Sus orígenes datan al menos del siglo XIV.

individuales (Eficacia, Bondad, Encanto, Inteligencia y Coraje —o, como las llamamos con unos amigos, Maña, Onda, Facha, Bocho y Huevos—), esto implica entablar y sostener vínculos sociales con un variado reparto de personajes principales y secundarios, cada uno representado (en espíritu coherentemente jungiano) por un arquetipo de los Arcanos Mayores del Tarot. A diferencia de otros intérpretes, Jung no veía la baraja de Tarot como una serie de islas con su propio sistema semiótico aislado, sino como una suerte de historia nacida de las interacciones entre el arcano sin número, El Loco, y los arcanos numerados.

Para sorpresa de nadie, el arcano que representa a nuestro personaje jugador en *Persona 5* es justamente El Loco, que solo alcanza su estado de plenitud (el último Arcano Mayor, El Mundo) a través de interacciones con todos los demás arcanos.

Al igual que sus parientes de otras barajas, El Loco es representado en muchas ocasiones como un bufón. Lejos de bromear y hacer tonterías porque sí, el bufón tiene una misión casi sagrada en todas las culturas donde aparece: nos revela con sus monerías dónde yace el sentido de nuestra vida, qué nos hace enojar, qué nos hace reír y qué no estamos dispuestos a perder ni negociar. El Loco es un espejo del que podemos aprender sobre nuestra propia subjetividad, siempre y cuando le demos espacio en nuestras vidas.

El Loco, como se podrán imaginar, es también un rebelde y un inconformista. El orden establecido no soporta un chiste que apunte a sus falencias, así como El Loco no ve con buenos ojos la marginalización que se hace de él y sus pares. Pero lejos de quedarse en la protesta, El Loco transforma la realidad; he aquí la premisa de *Persona 5*. Accediendo a un mundo paralelo donde el inconsciente colectivo es material y tangible

(y literalmente se puede acceder a él por una estación de subte), los personajes protagonistas pueden alterar la cognición de quienes han sido devorados por sus deseos egoístas y distorsionados: dicho de otro modo, por su Sombra.

Villanos y Héroes

Los individuos que tienen Sombras muy densas u «oscuras» – como diría Jung– ostentan poder sobre una zona del mundo cognitivo paralelo; es un poder semejante al de reyes o dioses, completado con un séquito de Sombras menores, pero carecen de la capacidad de relacionarse con otros seres humanos de manera sana. No han tomado ninguna resolución: más bien se aferran a su pasado, a sus deseos y a sus éxitos para olvidar sus fracasos. En lugar de asimilar su Sombra, la Sombra los asimila a ellos, convirtiéndose en su único punto de identificación individual.

El comportamiento de alguien absorbido por su Sombra es extremadamente individualista. Sus propios intereses son los únicos que existen en su refugio cognitivo. En oposición, los usuarios de Persona son héroes porque han conseguido salir de esa mentalidad a lo «sálvese quien pueda»; una de las habilidades que ganan mediante su interacción con el personaje jugador es la de sacrificarse en su lugar durante una batalla. Cabe destacar que pueden ser revividos con habilidades mágicas o ítems; si el personaje jugador muere, por otro lado, el juego se acaba.

Más allá de la mecánica necesaria para el funcionamiento del juego, esto da cuenta del altruismo de quien percibe que hay más que Yo. Y de eso se trata, al fin y al cabo, el juego: de recordar que hay múltiples realidades, todas igualmente complejas, algunas sanadoras y otras destructivas. Depende de cada Loco trazar su viaje y aprender más o menos de cada Arcano/Vínculo que se cruce en su camino. 🧙‍♂️

La fantástica fauna de Subnautica

■ **Por DANIEL CONTARELLI.** Docente universitario. Música. Artista. Investigador. Entendido en la relación entre las artes visuales, el cine y los videojuegos. Jugador de PC. ✉ danielcontarelli@gmail.com

Hay millones de especies animales en nuestro planeta, y muchas están adaptadas a un medio acuático. La nuestra no es una de ellas. Por eso, entrar en el mundo submarino es entrar en un mundo extraño, como extraterrestre, un mundo desconocido donde necesitamos un equipo para respirar, casi un traje de astronauta.

La elección de este ambiente para presentarnos la historia de un naufragio en un planeta extraño, entonces, parece natural. El ambiente submarino de un planeta desconocido es doblemente singular, ajeno, misterioso. Según sus desarrolladores, los californianos Unknown Worlds, la idea del exitoso juego de exploración submarina *Subnautica* (2018) se originó en el hartazgo de haber desarrollado un shooter multijugador llamado *Natural Selection II* lanzado en 2012, y el exceso de armas y violencia asociada. La intención era desarrollar un juego sin armas y sin violencia, y, puesto que varios miembros del equipo aficionados al buceo, el concepto de un relajado entorno de mundo abierto submarino apareció rápidamente. De ahí a poblar ese ambiente con una profusión de animales más o menos exóticos había un paso.

Cómo fue evolucionando la fauna

Subnautica es un juego para un solo jugador, con dinámicas de exploración, supervivencia y construcción. El protagonista se encuentra varado luego de la caída de la nave en la que viajaba en un planeta bastante similar a la Tierra, con una gran cantidad de superficie cubierta de agua. El objetivo es recolectar información con la que se va avanzando en

una historia muy vinculada con el ecosistema extraterrestre, a medida que se descubren ambientes cada vez más extraños, y finalmente lograr construir un vehículo con el que salir de ese planeta. Tiene un poco de *Robinson Crusoe*, un poco de *Viaje al centro de la Tierra* y un poco de *20.000 leguas de viaje submarino*.

En algunos de los primeros prototipos del juego solo había una especie animal, vagamente parecida a un narval, con un cuerno (o colmillo) hipertrofiado que podía recolectarse. Poco a poco fueron incorporando otros animales, empezando por especies muy similares a las reales, que servían de decoración, como corales y anémonas, luego algunos peces en cardúmenes, y más adelante otros peces que podían atraparse para que sirvieran a fines específicos dentro del juego, principalmente alimentarse. El narval fue retirado. Los desarrolladores optaron por un modelo de lanzamiento de Acceso Anticipado (*Early Access*), es decir, que lanzaron el juego en Steam en 2014 aún en desarrollo y fueron avanzando desde ese momento hasta su versión definitiva de 2018 con el feedback de los jugadores, mediante un efectivo sistema de intercambio con el que recibían las sugerencias y también a través de una mirada atenta a la reacción de los youtubers y sus seguidores. Con esta estrategia, tuvieron un ritmo de actualizaciones mensual en el que introducían nuevas características al juego, procurando presentar siempre algún elemento llamativo para mantener el interés. En una de estas actualizaciones introdujeron una especie nueva, un gran animal flotador e inofensivo que producía un sonido parecido a un canto de ballena, y al que llamaron Portarrecife porque tenía varios parásitos en su parte superior, como algunas ballenas del mundo real. El público enloqueció, cientos de videos en Youtube mostraron las reacciones de asombro y temor de los jugadores y los desarrolladores se dieron cuenta de que: 1) las criaturas grandes funcionaban, y 2) el mar podía ser un lugar aterrador. De manera que decidieron incorporar algunas especies realmente peligrosas, grandes y de aspecto temible, que agruparon bajo el nombre de Leviatanes, incluyendo al Portarrecife como guiño a aquella primera reacción, aunque seguía siendo inofensivo.

Cada especie tiene su función

El foco del juego está en la exploración y el descubrimiento, y para ello los jugadores tienen que construir una herramienta que va a servir, entre otros usos, para escanear individuos de las distintas especies de animales y plantas e ir formando un catálogo en la tablet que sirve al personaje de acceso a la información. Esta es casi la única forma de interactuar con la mayoría de los animales, pero podemos discernir varias funciones —algunas ya mencionadas— que las distintas especies cumplen en la dinámica del juego. Una de ellas es servir de alimento y bebida en relación a mecánicas de supervivencia; los individuos de algunas especies pueden cocinarse o ser usados para extraer agua potable. Otra es la decorativa, el mundo submarino de *Subnautica* es fascinante y maravilloso, diseñado minuciosamente de manera no procedural. Todo es atractivo, y como el juego tiene un sistema de sucesión día/noche, las especies bioluminiscentes crean una atmósfera de extrañamiento muy singular, además de servir para guiarse en la oscuridad. La presencia de distintos biomas por los que el jugador tiene que aventurarse hace que cada nuevo ambiente que se descubre genere un momento de asombro y admiración que se acentúa por el hecho de que el juego no tiene un mapa, sino que el jugador debe recurrir, si lo desea, a elaborar un mapa con papel y lápiz para poder orientarse. Cada bioma tiene una fauna particular, y las especies también cambian según la profundidad. Otra función de la fauna es servir de portadora de elementos narrativos. Por poner solo un ejemplo, descubrimos que algunos individuos que tienen unas manchas de color verde fosforescente están infectados con una bacteria que va a ser un elemento importante en el relato. Otra función, muy ingeniosa, es la de servir de límite al mapa. El mundo abierto de *Subnautica* no es infinito, y los bordes del mapa están marcados por un aumento abrupto de profundidad y la ausencia de todo rasgo atractivo para desalentar a los jugadores de aventurarse mucho más allá. Pero un elemento adicional de disuasión fue la colocación de algunos Leviatanes muy agresivos rondando estas aguas, por lo que los jugadores dan media vuelta para no enfrentarlos, teniendo en cuenta que, sin armas, la única forma de reaccionar a ellos es huir. Se produce entonces una orientación del jugador de manera no lineal (como ocurre con muchos otros elementos del juego, y de los juegos de mundo abierto en general), a través de la idea

de que el mar y sus criaturas pueden ser peligrosos. También pueden ser amigables, y hasta simpáticos, como una especie que puede funcionar como mascota, el Pez Monada. Y hay otra especie, el Pez Garry, que fue adoptado como mascota por la comunidad de jugadores de *Subnautica*. Aunque con las herramientas del juego se lo puede cocinar y comer, está mal visto hacerlo, quizás por su nombre similar y su aspecto levemente parecido al caracol Gary, mascota de Bob Esponja.

Fauna virtual, taxonomía real

Los animales que pueblan los océanos de *Subnautica* pueden compararse con algunas especies de animales acuáticos reales. Hay corales, hay una suerte de manatíes, hay peces muy parecidos a rayas; hay predadores y hay herbívoros, y todos presentan un ciclo vital simplificado que consiste en la eclosión de huevos muy semejantes entre sí y con rasgos parecidos al adulto al que dan origen, que se pueden recolectar del suelo marino y hacer eclosionar en acuarios construidos por el jugador. Hay también especies muy diferentes a cualquier animal real, pero suficientemente orgánicas y coherentes como para resultar verosímiles. Podría hacerse un estudio cladístico de estas especies, que consistiría en una descripción de los rasgos comunes con el fin de construir un árbol evolutivo, y especular cuáles de estas especies inventadas tendrían una relación de parentesco, es decir cuáles tendrían ancestros comunes, y hasta imaginar cómo podrían ser esos ancestros. Sería un divertido ejercicio de aplicación de ciencia real a una muestra ficticia.

Lo cierto es que las especies presentes en *Subnautica* son apenas un muestrario muy acotado en relación a la enorme cantidad de especies que habita los biomas reales. Este muestrario de especies más o menos exóticas se parece a aquellas láminas de enciclopedias que nos presentaban, a doble página, un individuo de cada especie, de escalas levemente distorsionadas, dependiendo de la conveniencia del ilustrador, y todos conviviendo pacíficamente uno al lado del otro, pero guardando una distancia mínima para que la imagen fuera clara. Ya saben a lo que me refiero: «Animales de la sabana africana», «Grandes felinos del Asia Central» o, más pertinente para este artículo, «Los animales marinos según la profundidad en la que se encuentran». También podemos pensar en el Capitán Nemo, que reunía en su Nautilus una colección de

especímenes e ilustraciones de los animales que los pasajeros podían contemplar desde la gran ventana del submarino. De hecho, en una parte avanzada del juego, descubrimos una especie de museo donde las especies fantásticas presentes en los distintos biomas se muestran en vitrinas y organizados según un criterio muy cercano a la taxonomía real.

Esta fauna reducida del juego, este muestrario de animales alienígenas parecidos pero no totalmente similares a los de nuestro planeta real, no solo cumple funciones asociadas con las distintas mecánicas y con la narrativa del juego, sino que constituye un corpus de nuevos especímenes para descubrir y asombrarse, para coleccionar e investigar, y para cumplir finalmente la dinámica que hace de este juego lo que es y que determina en gran medida su buena reputación: la exploración de un mundo desconocido. 🐼

Grandes espacios abiertos

- **Por FEDERICO RUERA.** Psicólogo, Storyteller & DungeonMaster. Con la tonta pretensión de resignificar la R de los MMORPG. [🐦](#) [@heykobold](#)

Las eternas arenas del desierto brillan ante el sol que asoma, inexpressivo, tras las dunas que visten el horizonte. Ante él, la silueta distorsionada de un estandarte danza junto al viento. Tras ellos, cientos de lápidas de piedra lisa adornan la vastedad del yermo, como seres anónimos contemplando el paso del tiempo. La vista se eleva, siguiendo la parábola de una estrella fugaz que atraviesa la calidez de un cielo dorado, acompañando su éxodo simbólico, hasta perderse en los brillantes ojos del caminante. Así se inicia nuestro viaje en *Journey* (thatgamecompany, 2012). Con el desierto como protagonista.

A veces, los ambientes se nos presentan como un elemento propio de la narrativa, dotados de una potencia contextualizadora capaz de contarnos «en dos pinceladas» parte de la historia con la que vamos a interactuar. Otras, sin embargo, se nos ofrecen mudos, distantes, como partes obligatorias del binomio figura-fondo. Se configuran así dos tendencias muy reales, pero que no necesariamente tienen algo que decir sobre el sentido estético del espacio como proceso subjetivo. Una visión que, aún vacíos de contenido significativo, contempla espacios diseñados como sustento emocional e inmersivo, capaces de significar la experiencia completa. Una ventana a nuestro alrededor, a modo de círculo mágico, que nos habla del lugar donde el juego ocurre y nos protege del mundo real. Y, a su vez, una decisión de diseño con relación a aquello que la narrativa oriental bautizó como «the aesthetic solution»: el fin de toda obra ubicado en la belleza del universo natural del que el sujeto es parte, y en la relación emocional que se establece entre ellos¹.

Raro sería negar que internet ha transformado los mundos virtuales del videojuego en espacios de encuentro que, cual redes sociales, nos

¹ Kawai, Hayao, *Dreams, myths and fairy tales in Japan*, Daimon, 1995.

mantienen un poco más cerca de los demás. Pero ¿qué sucede con la experiencia single player? ¿Hay un proceso subjetivo en el transitar solitario de sus caminos? Estas son solo algunas preguntas que podemos hacernos sobre esa mirada, quizá idealizada, del diseño espaciotemporal. ¿Tiene acaso un universo virtual la fuerza necesaria para interpelarnos por sí solo, y producir en nosotros una respuesta fenomenológica de liberación corporal? En otras palabras, y buscando respuestas que acompañen el contexto actual, ¿podemos, solos frente a un espacio virtual, superar el sesgo ansiógeno del encierro por cuarentena?

Quizá sea demasiado pronto para arriesgar una respuesta, pero contamos con buenos puntos de partida.

Emoción y espacialidad: condiciones de posibilidad en torno al registro corporal

Cuando decimos procesos espaciales subjetivos no hablamos solo de sentirnos parte de otros mundos, sino de habitarlos y dejarnos habitar por sensaciones que nacen de esa relación recíproca. Y para eso, partimos de la consideración del término inmersión como presencia, en tanto sensación de alejamiento perceptivo de un entorno real hacia uno figurativo². Esa pérdida del registro espaciotemporal mediada por la experiencia lúdica se asienta, sin lugar a dudas, en una serie de condiciones de posibilidad que implican emociones y sensaciones referidas al tandem cuerpo-mente. Y si planteamos diferentes registros temporales en relación a la forma en que abordamos la narración de un hecho, real o ficticio, ¿por qué no hacerlo también en términos corporales?

Ya en 1945, Merleau-Ponty planteaba que nuestro cuerpo es el pivote del mundo, argumentando que toda experiencia espacial se caracteriza por la percepción del entorno en términos de dimensión y distancia entre el cuerpo y el espacio³. De ahí que, 75 años después, sigamos sosteniendo que para pensar los espacios virtuales como «reales» en la ex-

² Jennett, C., Cox, A. L., Cairns, P., Dhoparee, S., Epps, A., Tijs, T., & Walton, A., «Measuring and defining the experience of immersion in games», *International journal of human-computer studies*, Vol. 66, No. 9, pp. 641-661, 2008.

³ Merleau-Ponty, M., *Phenomenology of Perception*, Routledge Classics, London & New York, 2005 [1945].



perencia vivida es necesario tener en cuenta un registro corporal.

Introducir esta conceptualización de la espacialidad en la discusión entre inmersión y emoción nos invita a replantearnos, además, la existencia propia de esos espacios. Pero, si entendemos que las emociones encarnan maneras de interpretar el mundo⁴, la noción de este se vuelve central. Y, con esta operacionalización en juego, no podemos más que aceptar al menos su existencia como premisa.

Aun así, como la tecnología actual no permite una relación tangible entre nuestros cuerpos «reales» y esos espacios, para contentar a Merleau-Ponty se hace necesaria la postulación de una entidad vicaria entre ellos. Una corporalidad ficticia: un cuerpo virtual, depositario de experiencias y sensaciones no tangibles pero capaces de repercutir en el todo emocional. Surge entonces la idea del avatar: aquel constructo que asume el papel de cuerpo sustituto a través del cual el jugador percibe el mundo. Para Klevjer, ese avatar es entonces el pivote del mundo de

⁴ Nussbaum, M., *La terapia del deseo: teoría y práctica en la época helenística*, Paidós, Barcelona, 2003.

juego en un sentido merlopontiano⁵. Es, básicamente, ese otro registro corporal en la relación con nosotros mismos. Y aun frente a la disonancia propia de géneros que nos ponen al mando de entidades, en plural, que no se constituyen particularmente como tales, al ser mediados por un avatar, el medio ambiente se convierte en nuestro mundo tangible.

Meta de diseño: mecánicas que ponen el cuerpo en juego

Ahora bien, comprender una de las maneras en que nos relacionamos con el espacio virtual no alcanza para establecer la relación de éste con nuestras emociones.

Establecida esta relación multisensorial como experiencia vicaria, surge una serie de condiciones referidas a dejarse envolver por esos espacios. Witmer toma, por ejemplo, el concepto «presencia» y lo lleva a un nuevo nivel al incluir la noción de intervención⁶. Afirma que nuestra presencia, definida como la experiencia subjetiva de estar en un lugar diferente, está supeditada tanto a nuestro alejamiento del mundo real (inmersión) como a nuestra intervención posible en el mundo virtual. Y si la inmersión cuenta con la corporeidad como condición de posibilidad, la intervención lo hace, en tanto, con la acción participativa. En resumen: una visión estética sobre el espacio, y una mecánica que interactúa en forma dinámica con este. ¿Sería muy alocado, entonces, plantear que la presencia se sostiene en una cuestión de diseño? Una sumatoria, digamos, de elementos dirigidos en torno a la atención sostenida, la información consistente y la experiencia significativa.

El gran ejemplo de estos diseños centrados en la relación emocional con el espacio es la tendencia al *slow gaming*. Videojuegos que han levantado un templo alrededor de la dilatación del tiempo, la contemplación del espacio y el sentido no económico de las acciones⁷. En esa relación emocional, juegos como *Eastshade* (Eastshade Studios, 2019),

⁵ Klevjer, R., *What is the Avatar? Fiction and Embodiment in Avatar-Based Singleplayer Computer Games*, Ph.D thesis, University of Bergen, 2006.

⁶ Witmer, Bob G., & Michael, J. Singer, «Measuring presence in virtual environments: A presence questionnaire», *Presence*, Vol. 7, No. 3, pp. 225-240, 1998.

⁷ Navarro Remesal, Víctor, «Slow gaming, notas para un juego de la contemplación», *O Magazine (O Estudio Creativo)*, 2016.

Leaving Lyndow (Eastshade Studios, 2017) o *Walden* (USC Games, 2017) nos llevan a habitar un presente estático, sin penalizaciones ni recompensas más que el propio sentimiento de introspección propiciado por nuestras posibles interacciones con el mundo: caminar, descansar y contemplarlo.

Reflexiones de carretera: con la emoción al volante

A mitad de camino entre la narrativa ambiental y la contemplación reflexiva del *slow gaming*, podríamos incluso señalar una tercera posición: una rara avis que nos invita a reflexionar sin ser esa su meta de diseño. Un encuadre espaciotemporal generador de sensaciones únicas producto del tiempo que estemos dispuestos a dedicarle a su horizonte. Y así como al principio definimos la emoción como una forma de interpretar el mundo real, podríamos hablar de las emociones en juego como interpretaciones del virtual. Donde «mundo virtual» refiere, en línea con este último agregado, a la suma de posibilidades y limitaciones concretas que se abren ante nosotros como recompensa a esa voluntad y deseo de perdersen en el juego.

Mientras la narrativa nos invita a pensar en «mundos» en tanto universos históricos, el ritmo, la demora y la relajación de ese cuerpo virtual nos ponen en relación con «espacios», a secas. De ahí que, con cierto reparo, podamos pensar la presencia, y su consiguiente sensación de libertad, a través de ejemplos menos obvios, como los simuladores de carretera.

Alguna vez leí que los grandes desplazamientos son en sí mismos experimentos sociológicos, y que no hay como un día en la carretera para observar la realidad que nos acecha y que pasa desapercibida tras los cristales empañados por la rutina. Con su ritmo pausado, la cotidianidad de sus paisajes, y lo mecánico de sus acciones, estos simuladores nos arropan, poniéndonos en lugares comunes a través de cuerpos ajenos y espacios virtuales. Tienden a relajarnos, haciendo gala de la lentitud como práctica diseñada adrede, y abren la brecha a esa mecánica de la contemplación que facilita nuestro acercamiento a la espacialidad.

La cercanía de sus premisas con el mundo real, así como de nuestro cuerpo en juego, y la ausencia casi total de interfaces en pantalla contribuyen a focalizar la atención en aquel horizonte cercano pero impropio.

El tránsito, las calles y las luces tras el parabrisas de un Volvo FH16 en *Euro Truck Simulator 2* (SCS Software, 2012) no se diferencian tanto de las de un *GTA* pero, a través de mecánicas y dinámicas propias de un *Flower* (thatgamecompany, 2009), somos llevados a verlas de otra manera. Mientras las calles de Los Santos nos hablan de economía, política y sociedad, las arenas eternas de *Journey* le ceden el discurso a nuestra propia interpretación. Nos hablan, si se quiere, de nosotros mismos. Y de cómo nos relacionamos con esas situaciones en las que somos protagonistas de nuestros propios sentimientos.

Si la ansiedad por el encierro en esta cuarentena se puede definir como respuesta a la incertidumbre —como un «no saber» que nos invade a modo de inseguridad e incapacidad de sobreponernos a un entorno interpretado como peligroso—, estas formas de relacionarnos con un espacio alternativo contribuyen, al menos por unos instantes, a callar las voces que intentan nublar los caminos infinitos que nos provee la virtualidad. 🎮



un medio para traspasar conocimiento es la forma más primitiva de iniciar el proceso de migración a entornos digitales¹. Entonces ocurrió que las aulas virtuales se llenaron de alumnos muteados y con la cámara apagada que tienen el mismo interés (desinterés) que tenían antes en los contenidos, pero ahora pueden llamarse al silencio y a la no participación alegando todo tipo de problemas, desde la mala conexión a la antigüedad de los equipos, ya sean teléfonos o computadoras. La verdad prevalece y sale a la superficie: no están interesados en participar ni en adquirir los conocimientos que sugiere la currícula. En estos momentos, y aprovechando que estamos en el ruedo, podríamos hablar también de la absoluta desactualización de los contenidos.

Y la desactualización de los contenidos y de los medios y formas para transmitir dichos contenidos son problema exclusivamente de la comunidad educativa. Los videojuegos son solo un elemento dentro de este complejo ecosistema. Es de suma relevancia entender la variedad de recursos con los que cuentan las y los profesores a la hora de gamificar o ludificar el aula. Intentar solucionar los problemas de currícula, falta de interés por parte de los alumnos y falta de recursos con un solo videojuego es una fantasía. La comunidad educativa es un engranaje de un sistema deficitario, no es el comienzo ni el fin de los conflictos sociales que azotan a la comunidad.

Dicho esto, y habiéndonos sacado de encima la responsabilidad de cambiar el sistema educativo los docentes solos, podemos comenzar a ejecutar pequeños cambios en nuestras clases para comenzar el proceso de gamificación del aula. Pero primero, repasemos algunos conceptos.

Hay una diferencia entre la ludificación / gamificación y el aprendizaje basado en juegos (GBL, por sus siglas en inglés).

La gamificación o ludificación es la práctica mediante la cual se utilizan diversos elementos de los juegos y se los aplica a un contenido o un ecosistema. Este ecosistema podría ser el aula, como también podría ser un proceso de reclutamiento de personal, la presentación de un proyecto o el alta/baja de una suscripción. Esta idea que parece muy novedosa y atractiva la tenemos completamente incorporada a nuestra

¹ Rubén Puentedura es fundador de Hippasus, consultora con sede en Massachusetts dedicada al uso de las TIC en educación. Creó el modelo SAMR para seleccionar, usar y evaluar la tecnología en la educación.

cotidianeidad, por ejemplo, cuando sumamos puntos por cada compra que hacemos en un supermercado y nos dan esos tickets que guardamos.

El GBL o aprendizaje basado en juegos es una práctica mediante la cual se crean juegos específicamente diseñados para traspasar conocimiento. Son juegos o videojuegos diseñados con el fin de educar. En esta categoría se puede citar desde Duolingo hasta Mimo. El aprendizaje no está garantizado, por si se lo estaban preguntando.

Hay dos aspectos muy interesantes para destacar de la gamificación/ludificación y GBL y estos son su enfoque pedagógico y su poder de llegada.

Su enfoque pedagógico es el de dejar de pensar al alumno como un ser pasivo y solo receptor del conocimiento que le da el profesor, y comenzar a pensarlo como un actor principal dentro de su propio proceso educativo en tanto propone, debate, participa de la toma de decisiones, y su voz es la única relevante. El profesor toma el rol de facilitador de conocimiento.

El poder de llegada que poseen estas prácticas es verdaderamente sorprendente. No importa demasiado el contenido, con un mínimo de interés se transforma en alumno destacado a la persona más indiferente. Y reciben todos los alumnos el mismo contenido de forma interactiva en sus dispositivos. Mi tía Nelly, que tiene 78 años y vive sola, se descargó Duolingo y lo usa todos los días sin excepción. Para su cumpleaños le regalaron un caniche toy negro. «Black le puse, porque es negrito», me dijo entre risas. Quizás nunca vaya a ser fluida en la lengua inglesa pero ella está activando su cerebro y se aleja de contraer enfermedades como el Alzheimer y la demencia senil. Y en el otro lado del espectro etario, encontramos a Nicholas Negroponte, fundador del MIT Media Lab, que arrojó un montón de tablets con app educativas, videojuegos, películas, música y libros en las más remotas villas de Etiopía, donde el analfabetismo tenía ya varias décadas instalado. El resultado: en cinco meses estos niños analfabetos ya habían hackeado el sistema operativo de las tablets para poder cambiarles el fondo de pantalla que venía se-teado de fábrica².

² Talbot, David: «Given Tablets but No Teachers, Ethiopian Children Teach Themselves», en *MIT Technology Review*, 29/10/2012 (technologyreview.com, consultado el 25/1/2021).

Lo importante es comenzar el proceso hacia la ludificación / gamificación y valerse de todos los instrumentos que tengamos a mano para lograrlo. No es necesario como docentes que nos hagamos expertos en Unity o Unreal. Utilicemos los elementos que tenemos hoy a nuestro alcance.

Acá les sugiero tres actividades para comenzar a implementar estas prácticas en clase utilizando un videojuego bastante popular: *Among Us*. Estas actividades fueron pensadas para la enseñanza del Inglés como Lengua Extranjera (ESL).

En un nivel INICIAL podemos invitar a les alumnes a jugar una partida de *Among Us*.

Una vez les alumnes hayan jugado la partida podemos hacerles las siguientes preguntas:

- Can you describe your character? What colour is it? How many arms does it have? Eyes?
- Can you describe the ship? What colour is it? Is it big? How many rooms are there?
- Who was the traitor?
- How did you find out?

Esta mini clase puede durar una hora cátedra. Es ideal para invitar a les alumnes a utilizar la lengua inglesa como único medio de comunicación en clase.

Para nivel INTERMEDIO se vuelve más interesante invitar a les alumnes a dialogar acerca de su experiencia dentro del videojuego. La dinámica es la misma que la actividad para nivel inicial pero las preguntas van subiendo en nivel de dificultad para estar acorde al nivel y a las exigencias propias del grupo en cuestión.

Se invita a les alumnes a jugar una partida de *Among Us*.

A continuación, se invita a les alumnes a responder las siguientes preguntas:

- What do you like the most about this video game? What don't you like about it?
- Who was the traitor? How did you know?

Para nivel **AVANZADO** y siguiendo con la dinámica anteriormente mencionada se pueden hacer las siguientes preguntas a los alumnos.

- Use Zero Conditionals to explain the dynamics of the game.
- Use First Conditionals to explain your strategy to win *Among Us*.

Esta es solo una forma de trabajar los videojuegos en clase. Otra opción posible es pedir a los alumnos que jueguen videojuegos en clase con sus teléfonos durante veinte minutos y luego que cuenten sus experiencias utilizando algún tiempo verbal específico o completando un texto pre-escrito por el facilitador. Es interesante darles a los estudiantes autonomía y responsabilidad sobre sus actos y acciones sin ser punitivos. El videojuego como herramienta educativa trae consigo las dinámicas propias de los videojuegos como la participación, la horizontalidad de los puestos de poder, la democracia y el consenso. Como docentes facilitadores de conocimiento debemos entender dichas dinámicas para hacerlas trabajar en nuestro favor y el de los alumnos.

Por último, invito a todos los docentes a modificar y ajustar mi propuesta pedagógica. Invito a que la hagan suya y la pongamos en tela de juicio para poder desde la comunidad docente iniciar un diálogo abierto y claro sobre la importancia de incorporar los videojuegos como otra herramienta pedagógica. Invito a hacer las modificaciones que parezcan pertinentes y las compartan en las redes utilizando el hashtag #vjherramientapedagogica. 🎮

F

Aparte de nuestra capacidad de razonar, lo que nos distingue como especie son nuestras múltiples maneras de comunicarnos. El lenguaje fue mutando por milenios. Desde que esbozábamos gruñidos hasta desarrollar palabras y estructuras para describir conceptos complejos como, por ejemplo, procesos bioquímicos, o elaborar obras literarias como El Quijote de la Mancha.

Más cercanos a nuestro tiempo, el desarrollo de la tecnología digital fue evolucionando de modo tal que se introdujo masivamente en nuestros hogares, impactó en nuestra vida cotidiana y permeó el lenguaje. Con rapidez modificamos nuestra manera de expresarnos, añadimos palabras y variamos el significado de otras. Pasó con los primeros SMS, las redes sociales y los videojuegos.

Nosotros, que disfrutamos de los RPG, FPS, MOBA o de cualquier otro género de videojuegos, nos encontramos alguna vez con terminología dentro de un juego (in-game). Cuando contamos lo OP que estábamos durante nuestras matanzas en Doom, cómo tankeamos en Corona de Hielo o de qué manera pusheamos una línea en League of Legends, solemos utilizar estos términos que acabo de mencionar. Son «anglicismos», palabras procedentes de la lengua inglesa incorporadas —en nuestro caso

al español— de manera literal o adaptada. Estos préstamos lexicales los empleamos en nuestro día a día con amigos y, en muchos casos, en situaciones que no tienen nada que ver con el gaming: «nos juntamos hoy en lo de Durgan a craffear un asado para recuperar HP y tomamos unas cervezas. Pero ojo, nos van a nerfear la precisión».

En el espacio del mundo virtual —las redes sociales y los streams, entre otros medios donde los videojuegos también se amalgaman— surgen algunas convenciones que luego pasan a la realidad palpable. Tal es el caso de la famosa expresión «F».

Si alguna vez te preguntaste de dónde surge «F», la respuesta es: en Call of Duty: Advanced Warfare. Hay un momento en el que debemos despedir a nuestro finado mejor amigo. El HUD (Head-Up Display, barra de estado) del juego nos invita a «presionar F para presentar nuestros respetos». Desde que se viralizó esta situación en un stream se hizo común esta expresión cada vez que a alguien le ocurre un hecho desafortunado. Se le dice «F» al desgraciado para acompañarlo en su mal momento y hacerle saber que cuenta con nuestro apoyo incondicional. Acá un hermoso ejemplo:

—Desaprobé Matemáticas.

—F, bro.



LUDORAMA

NIVEL

03

Cómo (NO) hacer un videojuego

■ **Por NICOLÁS M. CRESCENZI.** Psicólogo y diseñador de juegos. Jefe de cátedra de Psicología del Videojuego en UAI. Apasionado de las narrativas y enano tanque. @CafeSarcasmo

Desde chico que quiero hacer videojuegos. Mientras jugaba en una Pentium 233 en los tardíos 90, recuerdo preguntarme cómo hacían para que en la pantalla las cosas se movieran con lógica, cómo hacían para que el juego me cuente una historia e, incluso, me rompía los sesos pensando de qué cabeza salían todos estos personajes.

Es que, quizá, el desarrollo de juegos sea una de las disciplinas que más están orientadas a unificar diferentes tipos de expresión. Es un espacio donde se encuentran la música, la poesía, la animación, el dibujo, el diseño (soy de las personas que entienden el diseño como una forma de expresión humana, más allá de la funcionalidad).

La expresión, por lo menos desde mi formación profesional como psicólogo, es uno de los actos humanos universales. Como diría Watzlawick¹ en sus axiomas de la comunicación: «es imposible NO comunicar». Todo el tiempo estamos expresando ideas, cómo nos sentimos, nuestras intenciones, etc. Hasta cuando callamos, el silencio expresa. En los videojuegos nos encontramos interactuando con el mensaje que un grupo de gente se puso de acuerdo en transmitir y eso es mágico. Yo quería eso de chico.

Hace algunos años, mientras procrastinaba tiempo de la carrera (o eso creía), me hice la pregunta que da título a la nota. ¿Cómo se hace un videojuego? Mi mente curiosa empezó a chusmear por todos lados. Por un lado, entendí que había que aprender, así que me busqué el mejor

¹ Paul Watzlawick (1921-2007), uno de los principales autores de la Teoría de la comunicación humana.

curso que encontré y me anoté a estudiar diseño de juegos. Una experiencia hermosa. Más allá de haber hecho un juego durante la cursada, la jugabilidad era mala y entendí que no alcanzaba, como con tantas cosas en la vida, con recibir la información. Hacía falta la experiencia.

Me enteré de que se hacían eventos donde, sin importar tu conocimiento, en un fin de semana podías compartir el tiempo con personas que estaban en la misma que vos. Un fin de semana entero, pijama party incluido, en el que el objetivo era hacer un juego o videojuego. Era gratis y, dependiendo de la sede, con almuerzo y café al combo.

Me refiero a la Global Game Jam. Si bien todo el tiempo hay una jam en alguna parte del mundo, la GGJ es una de las más concurridas y relevantes. Se hace en más de 118 países. Tiene una infraestructura de anfitriones presentes, con juegos y buena onda para quien se acerque. Es casi como una fiesta, pero de desarrollo de juegos.

Decidí encaminarme a la sede donde era anfitrión mi profesor de prototipado. Fui con esa ansiedad que genera un ambiente nuevo.

Una jam es un lugar donde la expresión y la motivación por hacer se encuentran. Los juegos nunca están completos, siempre sobra algo que se hizo para el «mientras tanto» y termina quedando. Nadie se sorprende de que eso pase, más bien todos se divierten. Si tenés la posibilidad de ir a una jam presencial y te quedás hasta las tres de la mañana despierto, tal vez llegues a conocer a tu futuro socio. Posta, me pasó. En estos eventos hay gente que hace todo tipo de cosas: sonido, producción, arte, diseño, animación y programación con una calidad admirable, y que además está dispuesta a mostrarte cómo. Pero, por sobre todo, hay gente que se anima a crear y que no salga como esperaba. Eso es oro.

¿Cómo funciona?

Por lo general, una jam comienza con la revelación del tema, una charla introductoria que concluye anunciando el tópico sobre el que se va a trabajar. Suelen ser tópicos generales (de no más de una oración) que sirven de puntapié para pensar el juego. Si llegaste solo o sola, este es el momento para charlar con la persona que esté al lado tuyo. La charla suele ir por el lado del tópico, transitar la habilidad de cada uno y cerrar con ¿hacemos equipo? Eso es lo único que hace falta para «firmar un contrato» de trabajo por ese fin de semana.

Al rato, cuando hay cuatro o cinco personas por equipo y ya se inter-cambiaron interpretaciones del tópico, se empieza a pensar entre todos un diseño. Ese es el momento en que el equipo coincide en un «algo» que, seguramente, dentro de un par de días no sea tan grande. Los di-seños comienzan siendo ambiciosos y se los doma a fuerza de café du-rante las noches para que sean funcionales. Sin embargo, la primera idea común es un GOTY («Game of the Year») para más de uno: la jam es la excusa perfecta para soñar.

Dependiendo del anfitrión —y de las reglas de permanencia después de hora—, se realiza la última reunión del día con los equipos y con un par de diseños en la cabeza. La idea es compartirlos entre todos, pero nadie sabe qué decir. Es la foto del antes en el «antes y después». Las ideas tienen otro color cuando todavía son ideas.

De acá en adelante, te podés quedar a dormir, irte a tu casa, trabajar por remoto, armar una carpa (real); lo que sea dentro de las conven-ciones de sociabilidad aceptadas. Si te quedás, lo más habitual es que se debata cómo hacer el juego con el equipo. Alguien toma la posta y arranca a tirar líneas y palabras en una hoja, o en Paint, y se va figurando la cosa para que todos apunten a lo mismo. Calificado ese asunto, algu-nos se comprometen, otros ya están trabajando, otros se caen, pero llega la hora de comer y es sagrada. En ese momento, posiblemente entiendas muchas cosas que vas a olvidar en el *crunch* de los días subsiguientes. Vas a terminar hablando de cosas rarísimas con gente que nunca viste en tu vida como si hubiesen pasado juntos toda la saga de *Monkey Island*. Después la modorra. Acompaña un silencio atroz y arrancan las máqui-nas. Uno trabaja y hace la digestión hasta la infusión de turno. Mate, café, té, Red Bull, agua fría. La gente empieza a espabilar y a cruzarse a otros grupos para ver si necesitan ayuda, o de curiosos, o a ofrecer una galletita. Nunca falta la buena onda. A la noche se arman rondas, se formulan preguntas sin respuesta, ¡incluso una vez hice karaoke! Hasta que comienza a llamar el sueño.

Al otro día el optimismo de la primera noche se desvanece. En su lu-gar está el enfoque de querer sacar algo jugable. Se despluma el diseño de todas las *features* propias del *overscoping* (cuando te vas muy arriba con la idea). Ya la cosa empieza a mostrar frutos y hay quienes dicen que se hacen *testings*. ¡Delirantes! El segundo día es trabajo duro entre

charla y silencio. Ahí se afianzan rituales efímeros y se forjan apodos. Aparecen procesos que nadie conocía hasta entonces y algún que otro chisme del gremio. Mientras tanto el gólem de código va tomando forma de a poquito. Eso se parece más a hacer un juego.

A la noche se llega cansado. Se estuvo un montón de horas haciendo que «eso» sea entretenido o, por lo menos, jugable. La privación del sueño y el hiperenfoco hacen que el orgullo sea uno de los pocos motivos para seguir. Hay una cuestión personal entre el diseño y uno. Aparecen un millón de bugs graciosos que nadie del grupo entiende por qué pasan pero son motivos de risa, aunque se rompa todo. Y si no sos una persona vanidosa se lo mostrás al de al lado para que también se ría. Magia. A veces se testea, para probar un poquito a ver qué tal está. Los más cargados de tareas tardan más en rendirse al sueño pero siempre un par de horitas duermen.

El último día de la jam es un despropósito. Nunca se llega con lo que se quiere porque el último día llega demasiado rápido. Ahí es cuando recomiendo frenar el carro y mirar a tu alrededor. Ahí vas a ver a la gente que se animó a trabajar bajo presión por motivación propia. Es un momento impagable porque se siente que estás dando todo por algo. Es adrenalínico. Por último, se organiza una puesta en común de los prototipos jugables. Como en las reuniones de la primera tarde, suben uno por uno para compartir. Creo que en esto reside la principal diversión del evento: nadie está compitiendo. Los grupos respetan el trabajo del otro porque entienden lo que fue, la pasaron juntos. Los bugs en vivo se festejan casi tanto como las ideas originales. Ahí uno descubre qué nivel de «pitcheo» tiene para defender su tiempo invertido. La ansiedad porque «la cosa» tarda en arrancar, mirar a la pantalla con admiración por haber creado, por haber expresado algo. No importa lo que pase, siempre hay aplausos de reconocimiento.

¿Y qué pasa después?

Después, si te animás, le mostrás a tu gente lo que hiciste el finde. A veces jugás tu juego durante la semana y hacés unos parches para salvar algunos detalles. Otras, queda un gran equipo de trabajo con el que se continúa la idea y, ahí —ahí— es donde se hace un juego. 🎮

Localización de videojuegos

■ **Por MATÍAS E. DESALVO.** Traductor, localizador, amante de los videojuegos, futbolero, padre.

🐦 @MatDesalvo

Primeros pasos

A principios de la década de 1980, la empresa japonesa Namco lanzó al mercado uno de los primeros grandes éxitos de la historia de los videojuegos. Su nombre original, transliterado del japonés, era *Puck-Man*. Pero no podían lanzarlo con ese nombre en el mercado estadounidense debido al riesgo de que vandalizaran las máquinas de las salas recreativas y escribieran *Fuck-Man*, lo que podría dañar la imagen del juego y de la empresa. De esta manera nació *Pac-Man* y, de algún modo, la localización de videojuegos.

Como ilustra el ejemplo anterior, localizar un producto es hacerlo local: adaptarlo lingüística y culturalmente al mercado objetivo para que resulte atractivo, funcione y la persona que lo juegue sienta que se lo desarrolló para su mercado o *locale*. Esto último es la combinación de un idioma y un territorio: el español de México es diferente del español de Argentina, y dentro de un mismo país pueden hablarse distintos idiomas, como en el caso de Canadá, que genera francés o inglés de Canadá. A su vez, se suele hablar de «español neutro» cuando se apunta a toda América Latina. Todos esos son ejemplos de *locales*.



La localización (i10n) se diferencia de la traducción en que conlleva más tareas que solo verter un texto de un idioma a otro. Al localizar un producto digital, también se debe modificar la moneda y el precio (para vender el juego en otros mercados), las referencias culturales (para no ofender a jugadores de otras culturas o simplemente para que el producto localizado cause el mismo efecto que el original), las unidades de medida (en Estados Unidos miden las distancias en millas, pero en Argentina lo hacemos en kilómetros) y los medios de contacto (si la empresa tiene oficinas en distintos países), por nombrar algunos ejemplos.

Si hablamos de adaptaciones culturales, otro gran ejemplo es el cambio de nombre de los jefes del clásico *Street Fighter II*. En la versión original japonesa, Balrog se llama M. Bison; M. Bison se llama Vega; y Vega, Balrog. Esos nombres se modificaron en la versión lanzada en Estados Unidos (y en buena parte del mundo). La explicación es la siguiente: el boxeador se llamaba M. Bison, pero sonaba demasiado parecido a Mike Tyson, así que le pusieron Balrog para evitar problemas legales. El nombre «Vega» parece que no metía mucho miedo para ser el jefe final, así que lo bautizaron M. Bison. Por último, Balrog pasó a ser el luchador enmascarado que conocemos como Vega.

Para que la localización funcione correctamente en todos los idiomas de destino, es fundamental que el producto haya sido desarrollado con la internacionalización (i18n) en mente. Se trata de crear el producto anticipándose a que la versión localizada no presente errores técnicos, por ejemplo, de conjunto de caracteres; que acepte la escritura bidireccional (para localizaciones al árabe o al hebreo) y que ofrezca espacio adicional en la interfaz para que quepa más texto si la traducción de un botón ocupa más espacio que su texto original. En este sentido, también es clave colocar todo el texto traducible en un archivo externo al código del juego (por ejemplo, strings.xml). Si este proceso se lleva a



cabo de forma adecuada, se podrá acceder a todo el texto por traducir sin problemas y no será necesario volver a escribir el programa durante la etapa de localización, lo que implicaría mucha pérdida de tiempo y dinero. Luego se separa lo variable de lo constante: se extrae el texto por traducir y se lo separa del código fuente para no modificar por error este último.

Todos estos conceptos (internacionalización, localización, traducción) forman parte de una estrategia comercial para generar ingresos en diversos países del mundo. En este contexto, se la llama «globalización» (g11n).

Qué se traduce y niveles de localización

Los proyectos de localización de videojuegos pueden implicar desde unas pocas palabras hasta cientos de miles. Sean para consolas, computadora, dispositivos móviles o visores de realidad virtual, incluyen uno o varios de los siguientes elementos textuales:

- **Texto del juego:** es todo el texto que aparece en la interfaz de usuario (como los menús, los botones y los avisos del sistema, pero también los tutoriales, los logros, los nombres de objetos, armas, personajes, habilidades), los pasajes narrativos y descriptivos, y todos los diálogos que aparecen escritos.
- **Recursos de arte:** son los gráficos y las imágenes que contienen texto traducible, como mapas y carteles.
- **Recursos de audio y video:** incluyen todos los elementos de audio, como las canciones y los diálogos, para subtítulo o doblaje.
- **Material impreso:** es el material físico que acompaña al juego, como el manual y la carátula.
- **Descripciones en tiendas virtuales:** es el texto que describe el juego en las diferentes tiendas que lo comercializan. No solo describe, sino que funciona como palabras clave para que este aparezca en búsquedas.
- **Sitio web oficial:** vende el juego mediante texto publicitario, pero también ofrece detalles técnicos. Suele incluir foros, avisos y asistencia al cliente.
- **Anuncios:** texto publicitario que aparecerá en redes sociales y en

anuncios en búsquedas en el navegador.

Es importante aclarar que no todos los desarrolladores deciden localizar todos los componentes de sus juegos. Esto suele deberse a motivos económicos y al tamaño del mercado objetivo. Se aplican los siguientes niveles de localización:

- Sin localización: el juego se lanza en otros mercados sin localizar ni personalizar de ninguna manera. Es una forma de vender algunas copias más casi sin inversión adicional pero probablemente con poco éxito comercial.
- Localización de la caja y la documentación: no se traduce ni una sola frase del juego, pero sí se traduce el manual de instrucciones y la caja. Era popular en la década de 1990. Un equivalente más actual se puede ver en los casos en que solamente se traduce la descripción del juego en las tiendas en línea. Cuando se hace esto, la experiencia del usuario se ve muy afectada si este no conoce el idioma original del juego.
- Localización parcial: en este nivel, se traduce todo el texto del juego menos el audio. Se traduce toda la interfaz y, para los diálogos hablados, se utiliza subtítulo y no doblaje. Esta estrategia genera un gran ahorro porque se evita contratar actores de doblaje y estudios de grabación, además de los profesionales que procesan los archivos. También se evitan las dificultades de doblaje relacionadas con la sincronización del audio con los labios de quien habla y los diferentes acentos que pueden tener los personajes del juego.
- Localización completa: se traduce el manual de instrucciones y la caja, si los hubiera; el texto de la interfaz del juego y los archivos de audio. Es decir, el texto del videojuego se traduce en su totalidad y los diálogos hablados se doblan. A menudo, también se ofrecen subtítulos para que el jugador elija la opción que más le guste y por accesibilidad. Se trata de una estrategia mucho más costosa que las anteriores, casi exclusiva de los juegos AAA, y una gran apuesta de parte del desarrollador, pero quien compre el producto accederá a una experiencia completamente localizada.

La opción elegida dará como resultado un producto más o menos adaptado a los nuevos mercados, que se reflejará en el nivel de inmersión alcanzado por quienes jueguen y en las ventas.

Para sacarle el mayor rédito posible, muchos desarrolladores optan por lanzar el juego con las versiones localizadas ya incluidas, entonces se van traduciendo los textos a medida que se los va creando. A esto se lo llama *simship* (del inglés *simultaneous shipment*), es decir, lanzamiento en simultáneo. Otra opción es lanzar el juego en idioma original y luego localizarlo a otros idiomas en función de su éxito inicial. Esta metodología se llama *post-gold*, porque se localiza después de la fecha de lanzamiento. De todas maneras, el videojuego actual es un producto vivo, que recibe actualizaciones periódicas, sea para corregir bugs o para agregar misiones, poderes, personajes o eventos. Todo esto implica más traducción, que da lugar a una localización continua.

Algunos ejemplos poco felices

A lo largo de la historia, hubo muchos errores que se volvieron famosos y se convirtieron en memes ¡y hasta en remeras! Son producto de falta de contexto al traducir, del mal uso de la traducción automática y quizá también de la impericia.

Algunos de los clásicos son «All your base are belong to us» (en lugar de «All your bases belong to us») de *Zero Wing* para Sega Mega Drive, «What a polite young man she was» («What a polite young man he was») de *Mega Man Battle Network 4: Red Sun* para Game Boy Advance y «A winner is you» («You are a winner» o «You win») de *Pro Wrestling* para Nintendo Entertainment System (NES), todas frases gramaticalmente incorrectas. También vemos errores de ortografía en el «Victoly!» (por «Victory!») de *Samurai Shodown IV* y «Fry to the rain forest and save the nature» («Fly to the rain forest...») de *Aero Fighters 2*, ambos para arcades. Estos son errores de traducciones del chino o del japonés al inglés.

En español, tenemos algunos casos archiconocidos en *Final Fantasy VII* para PlayStation, como «Muy bien, allévoy» y «Sr. Cloud. Su fiesta le espera en el piso 2». No se trataba de ninguna fiesta sino de un grupo de gente (*party* en inglés). En *A Short Hike* para PC, tenemos la frase «¡Quédate fresca!», que no tiene ningún sentido en español. El original

sería «Stay cool!» («Quédate tranquila» o una opción similar). Que el texto sea entendible es fundamental, sobre todo en los juegos de rol, que dependen de que se comprenda la historia para avanzar.

Más contexto, por favor

A la hora de enviar el contenido por traducir, es clave que el desarrollador brinde la mayor cantidad de información posible acerca del juego y del momento en que aparecen las cadenas de texto. Pueden ser capturas de pantalla de la interfaz, descripciones o imágenes de los personajes, videos del diálogo o lo que corresponda. A menudo sucede que, para cuidar el contenido y por confidencialidad, o quizás por desconocimiento, no se comparte más que el texto y el equipo de traducción queda a la deriva. Sin saber quién le habla a quién, resulta difícil traducir una oración tan simple como «you are the best», que puede traducirse como: 1) «sos la mejor», 2) «sos el mejor», 3) «son las mejores», 4) «son los mejores» o, si el contexto requiere lenguaje no binario, 5) «sos le mejor» o 6) «son les mejores». Esto, no obstante, se puede corregir haciendo consultas o en la etapa de testing lingüístico del juego localizado, pero lo ideal es que llegue la menor cantidad de errores posibles a esa etapa.

Otra cuestión que puede mejorarse son los acuerdos de confidencialidad. Es entendible que se los deba firmar antes de comenzar un proyecto porque se ha perdido mucho dinero a causa de filtraciones, pero podría acordarse que queden sin efecto luego de cierto tiempo de terminado el trabajo o de lanzado el juego. Incluso sería maravilloso incluir al equipo de localización en los créditos del juego, ya que somos co-creadores del mundo virtual. La mención de nuestros nombres nos daría más visibilidad y sería un gran avance profesional.

Sea cual sea la metodología de trabajo y el nivel de localización elegidos, es importante incluir la etapa de localización lo antes posible en la planificación del desarrollo del videojuego. De esta manera, el proyecto fluirá mucho mejor y el éxito estará garantizado. Nadie quiere que su juego sea el próximo meme por una mala traducción. 🙄

El diseño narrativo.

¿Nueva moda o vieja práctica?

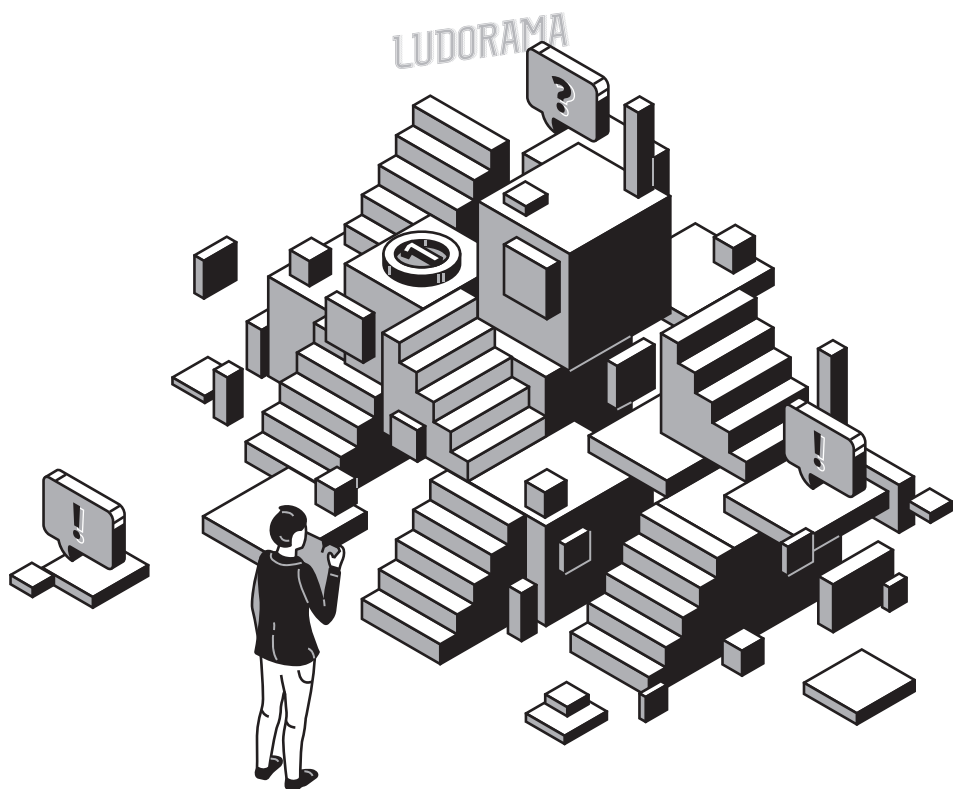
■ **Por JACOBO FEIJÓO.** Diseñador narrativo, autor de varios libros y librojuegos, y doctorando en narrativas transmedia. Además, fuma en pipa, adora planchar y tiene un amigo islandés (¿cuántos islandeses conocéis, eh, eh?).  @JacoboFeijo

Desde hace unos años se escucha cada vez más la expresión «diseño narrativo» como el equivalente a un saber esotérico al que pocos tienen acceso y que nos permitirá (casi) tener una vida más larga, más próspera y brillante. Pero lo cierto es que pocos tienen claro qué significa esta idea.

El asunto comienza propiamente en 1997 a partir de una expresión usada por Robert McKee, el gurú de la teoría del guion, y estalla definitivamente con Stephen E. Dinehart IV, creador de la web *narrativedesigner.com*. A partir de este momento, cierto grupo de pensadores defienden que es necesaria una nueva figura laboral en la creación de videojuegos, una figura que orqueste de manera ordenada el universo narrativo contenido en ellos.

Pero, espera un momento... ¿no es eso un guionista de videojuegos?, preguntaréis. Pues no, parece ser que no. Como trataba de explicar, los partidarios del concepto de «diseñador narrativo» consideran que este es un *metaguionista*, un *supraescritor*, alguien capaz de entender todo el proceso de diseño de un videojuego (su programación, su renderización, su narrativa, sus cinemáticas, sus ilustraciones, sus mecánicas, etc.) y, partiendo de ello, coordinar todo lo que el videojuego quiere expresar. Atendamos a este verbo, que es importante.

Bueno, bien. Podemos aceptar, o no, que esta propuesta esté razonablemente fundamentada, pero lo cierto es que se ha ido extendiendo con éxito y, poco a poco, aplicándose a ámbitos diferentes del videojuego. Al fin y al cabo, ¿por qué no puede haber diseñadores narrativos en juegos de mesa, literatura, branding, publicidad, cine u oratoria? El



término, como digo, ha ido cogiendo fuerza sin demasiadas estridencias, y todos contentos.

Hasta este punto, más o menos, podemos seguir debatiendo tranquilamente con nuestras cervezas, sin destrozarnos demasiado unos a otros y dedicándole brindis al sol argentino. Pero si hasta ahora hemos definido amistosamente el *qué*, la cosa se pone fea cuando algún insensato pregunta por el *cómo*. Os lo juro: los gestos mudarán, la desconfianza se disparará y la fraternidad dará paso a la exhibición de armas claramente ilegales.

El *cómo* fue la pregunta que yo mismo me hice aproximadamente en el año 2017 y desde entonces no he dejado de darle vueltas obsesivamente. En pocas palabras, ¿qué hace que el diseño narrativo sea diseño narrativo y no otra cosa? No os voy a aburrir contando mis penurias, mi paso por el desierto, mis breves destellos de genialidad ni las etapas más oscuras de mi aventura. Simplemente os voy a resumir mis conclusiones de la mejor forma que sé y que confío que os sirva de ahora en adelante. Vamos allá.

Una breve guía de diseño narrativo. Se admite la crítica.

Tras destripar infinidad de videojuegos, libros, películas de cine, monólogos; y devorar miríadas de documentos sobre narratología y storyte-lling, observé algo obvio: la expresión hablaba de *diseño* y de *narrati-vidad*. A partir de este punto me puse a investigar qué era el diseño y qué era la narrativa, y tuve la suerte de encontrarme a pensadores como Herbert Simon o Christopher Alexander en el primer campo y a Roman Jakobson o Vladimir Propp en el segundo. En resumidas cuentas, podemos considerar que:

Diseño = solución de problemas complejos aportando soluciones útiles.

Ok. Un diseñador, por lo tanto, es alguien que resuelve problemas, pero no sencillos, sino complejos, esto es, con muchos componentes que se combinan y que dependen unos de otros. Y por si fuera poco, aporta soluciones prácticas, útiles, para que esos problemas no sean tal. Por otro lado, si aceptamos que la narrativa es una forma de comunicación, entonces un diseñador narrativo es un buen samaritano que resuelve problemas narrativos aportando soluciones útiles.

Con este pensamiento (que, no os creáis, ¡me llevó casi dos años!), solo me faltaba por descubrir, o al menos defender, qué era «complejidad» y de qué se componía, para poder así solucionarla. Fuf... terreno pantanoso... las miradas de cientos de académicos y profesionales se posaron en mí. El reto era peligroso.

Algo que aprendí de mi padre, y que resultó ser la clave que yo buscaba, es a diseccionar las cosas para estudiarlas y entender cómo funcionaban. ¿Quién de aquí no destripó de pequeño algún juguete? Pero podéis estar tranquilos que en este caso no pienso dañar a personas ni a animales. O, al menos, la mayoría de vosotros no saldrá dañado, creo.

Observando con atención toda construcción narrativa (un videojuego, una anécdota divertida, un capítulo de telenovela) pude sospechar que siempre se daban los mismos elementos, es decir, que en tales construc-ciones no había una complejidad como tal, aunque lo pareciese, sino una mezcla de cosas simples. Este punto de vista abría un buen campo de investigación, pues una vez determinados los elementos mínimos (los átomos de la comunicación) sería más sencillo descomponer las partes

del problema y aportar una solución útil. Es decir, diseñar.

Os vuelvo a resumir de nuevo otros tres años de dolor y mansiones de locura y os plasmo cuáles son esos elementos a los que yo llegué:

- *Un pilar emocional*
- *Un pilar narrativo*
- *Un pilar matemático*

Nada más. Toda comunicación humana se basa en esas tres columnas. Esa es mi conclusión. Para que lo entendamos bien, definiremos cada una de ellas y las veremos con un ejemplo.

El pilar emocional es lo que el autor quiere transmitir frente a lo que el público está dispuesto a escuchar. Dificilmente funcionará un pilar emocional que, por ejemplo, trate de transmitir amor a la vida en un juego de ametrallar todo lo que se nos cruce en la pantalla. Sin embargo, hay obras maestras que cambian la percepción del público ante un problema, ya que el autor ha sabido comunicar una idea radicalmente distinta a lo que esperaba el público. Planteo una pregunta, ¿el éxito de *Star Wars* se debe a su temática de ciencia ficción o a que plantea el dilema sobre qué debe elegir un ser humano en la vida y las consecuencias que ello arrastra?

El pilar *emocional* es el *qué cuentas*. Profundizar en él es tarea de psicólogos, políticos, sociólogos y artistas que entienden de emociones, sentimientos y motivaciones, de sesgos cognitivos y falacias argumentales, de puestas en escena y oratoria que captive.

El pilar *narrativo*, por otra parte, es la herramienta de la que se vale el pilar emocional para expresarse. En él cabe el texto, la música, la imagen, los silencios y, en general, todas las exhibiciones narrativas que los artistas han ido descubriendo durante siglos de investigación científica (desde el efecto Kuleshov hasta el MacGuffin, pasando por los *traveling* o las metáforas).

El pilar narrativo es el *cómo lo cuentas*, y el campo predilecto de escritores, publicistas, cineastas, cuentacuentos y guionistas.

Por último, el pilar *matemático* es la estructura profunda que pone un orden determinado a la comunicación, y que permite medirla. El caso más sencillo sería los tres actos aristotélicos (a modo de mini-crono-

grama narrativo) pero podemos emplear aquí la pirámide de Freytag, las curvas de Fichte, el Viaje del Héroe y mil estructuras comunicativas más. La ventaja de este pilar es que nos permite incluir mediciones, ya sean de tiempo (en una película), puntos (en un videojuego) o cualesquiera otras.

El pilar matemático es el *cómo lo ordenas*. Nadie sabe más de este que estadísticos, ingenieros y contables.

Ahora veamos un ejemplo y las consecuencias prácticas de entender así el diseño narrativo: la música. En la música, el pilar matemático vendría representado por el tempo (como lo sería la métrica en una poesía). Por otro lado, el pilar narrativo se expresaría en los instrumentos (en la poesía, los recursos poéticos) y, finalmente, el pilar emocional sería lo que queremos sensibilizar o motivar (tanto en la música como en la poesía).

Vamos a verlo. Una marcha militar tendrá un ritmo determinado, firme, enérgico (pom-pom-pom-pom) y exigirá una expresión acorde a esa estructura (instrumentos como tambores, cornetas, etc.). Obviamente, escuchando eso notaremos nuestra sangre arder y nos alistaremos de voluntarios a guerras horribles. Pero ahora ¡observad!... Un ligero cambio en un elemento altera el conjunto. Por ejemplo, si el pom-pom-pom-pom militar se convierte en un pom-chas-chas-pom-chas-chas-pom el ritmo nos recuerda más a un baile, exigirá otra expresión narrativa (¿violines?, ¿piano?, ¿guitarra?) y, obviamente, nuestra emoción ya no será el deseo de ir a un combate sino más bien la de apretarnos a nuestra pareja tratando de robar un beso.

Efectivamente: toda narrativa se compone de tres elementos (pilar matemático, narrativo y emocional) y el cambio de uno repercute en el conjunto, cambiándolo completamente, como en un castillo de naipes o una fila de dominós.

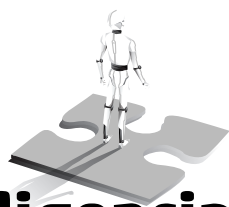
Este descubrimiento me abrió los ojos. Si identificaba bien estos tres elementos, podría construir, deconstruir y analizar cualquier narrativa. ¿Qué estructura hay de fondo? ¿Qué emociones pretende transmitir el autor? ¿Cómo lo narra?, y, lo que aquí nos interesa, ¿cómo lo armo?

Partiendo de esta idea empecé a diseñar *canvas* como los que usan en las empresas. Mi procedimiento habitual es hacer ejes de coordenadas en los que el eje horizontal representa el tiempo y sobre él dibujo una

curva de progresión (en zigzag, palo de hockey o cualquier otra). Ahí puedo determinar cuánto durará un videojuego y cada cuántos puntos o pantallas habrá un nuevo nivel o un enemigo duro de roer. Aplico todos mis conocimientos de métricas, proporciones, KPIs y estructuras narrativas y los plasmo en esas curvas. Una vez que construyo el esqueleto de mi obra, me pregunto qué quiero motivar y oriento mi narrativa a provocar una sensación determinada (¿terror?, ¿amor?, ¿competición?, ¿duda?, ¿codicia?, ¿diversión?), intercalando «momentos emocionales» estratégicos, como la aparición de ciertos conflictos, personajes o situaciones, en los puntos elegidos en la curva estructural que trazo al principio. Finalmente, al conjunto, lo doto propiamente de la narrativa (diálogos, recursos narrativos como la repetición o el MacGuffin, capítulos, personajes, etc.).

De este modo, *resuelvo problemas complejos aportando soluciones útiles*. Es decir, he hecho diseño científico.

Se me acaba el espacio que **Ludorama** me ha asignado. Podría profundizar un poco más en todo esto, pero creo que, como aproximación, mi visión del diseño narrativo os puede ayudar mucho a no perderos en los bosques de vuestras creaciones. Al menos, yo me he atrevido a exponer un *cómo* que suena más o menos coherente, a riesgo de que me destripéis vivo. Y vosotros, ¿qué pensáis de todo esto? 🍰



Inteligencia artificial, inmersión y videojuegos

■ **Por JORGE NICOLÁS MORÁN ANDRADE.** Estudiante de ingeniería en desarrollo de videojuegos de la Universidad de Talca, Chile. Aventurero y guitarrista en los tiempos libres. © Mr_4NGER.

¿Alguna vez te has cuestionado lo que significa la palabra inmersión? Esta palabra tiene una variedad de significados, que van desde la acción de sumergirse en un líquido, como buceadores adentrándose a las profundidades del océano, hasta un método de estudio óptico, desconocido para la mayoría. Afortunadamente, aquí la entendemos como aquella sensación que te hace sentir parte de un mundo ficticio, te permite vincularte con sus personajes, incluso rememorar experiencias pasadas gracias a ellos. En un videojuego, la inmersión es una experiencia única. Va desde algo tan simple como la concentración, hasta la creación de una verdadera ilusión perceptiva que abstrae la imaginación a un nuevo mundo. Esta experiencia puede ser construida (y lo es) desde varios apartados, como la propia narrativa y su coherencia con el estilo del mundo, la calidad técnica general o, lo que aquí nos concierne, los personajes y su humanización a través de su inteligencia artificial.

En las últimas décadas, con el desarrollo de nuevas tecnologías, hemos vivido una auténtica explosión en los campos narrativos audiovisuales que ha hecho cada vez más diminuta la barrera entre la realidad y los mundos ficticios. Desde aquellos espectaculares efectos especiales que podemos apreciar en películas míticas como *Jurassic Park* (1993) o *Avatar* (2009), hasta el desarrollo de tecnologías tales como la realidad virtual, el mundo del entretenimiento audiovisual ha dado gigantescos pasos para satisfacer las crecientes demandas de los espectadores, que año tras año exigen más de estas producciones. El mundo de los videojuegos no ha quedado exento de este progreso. Con avances como la ya nombrada realidad virtual, o mejoras en el campo de los gráficos, podemos apreciar cómo este medio ha evolucionado para proporcionarle a los usuarios una experiencia cada vez más inmersiva. Esto ha significado que en poco más de dos décadas los videojuegos han alcanzado las primeras posiciones en los ingresos del sector audiovisual.

Analizaremos la inteligencia artificial en videojuegos orientados a la narrativa; por lo tanto, evitaremos aquellos donde el foco no esté centrado en el desarrollo de este apartado. Revisaremos personajes pertenecientes a títulos famosos, para hablar sobre las diversas técnicas utilizadas para crearlos a ellos y sus respectivas inteligencias artificiales. Para simplificar, el contenido estará dividido en dos partes, primero veremos a los compañeros, o aquellos personajes que nos apoyan y acompañan a lo largo de nuestro viaje, hasta llegar a los enemigos, también conocidos como aquellos rufianes que nos hacen cuestionarnos qué estamos haciendo con nuestra vida después de morir tantas veces que ya no recordamos por qué comenzamos a jugar.

Compañeros

Los compañeros son un recurso narrativo que ha estado ganando cada vez más relevancia en el mundo de los videojuegos. Son ellos los que en muchas ocasiones nos acompañan y guían a través de la aventura, funcionando al mismo tiempo como un nexo con el mundo ficticio. Hay incluso videojuegos cuya trama se construye precisamente a partir de la relación entre el personaje utilizado por el jugador y su compañero, tal es el caso en ejemplos famosos como *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013) con Joel y Ellie, *God of War* (SCE Santa Monica Studio, 2018)

con Kratos y Atreus, y *BioShock Infinite* (Irrational Games, 2013) con Booker y Elizabeth, por nombrar unos pocos. Por lo tanto, la calidad de estos personajes impacta directamente en la experiencia que puede proporcionar el videojuego, y en consecuencia resulta vital que la inteligencia artificial de estos personajes sea convincente. Pero, ¿qué es lo que hace que una inteligencia artificial nos resulte convincente?

Cuando hablamos de la inteligencia artificial de un juego, rara vez nos referimos a una inteligencia profunda, sino más bien a una ilusión de inteligencia, y esta ilusión funciona porque los jugadores quieren creer que existe humanidad real detrás de los personajes. Para perpetuar esta ilusión, además de lograr que el compañero se mueva con fluidez, y por ende que no se atore corriendo frente a la pared, es necesario que tenga una razón de existir más allá del jugador. De lo contrario, parecerá un ser subordinado y sin propósito. Otra característica deseada para agregar profundidad a la ilusión es hacer al compañero capaz de reaccionar emocionalmente al mundo y a las acciones del jugador. De esta manera, será percibido como un ente real y no un simple NPC (personaje no controlado por el jugador) carente de humanidad. Esto último se puede lograr incorporando diálogos y/o animaciones que se activen como respuesta a eventos específicos.

En *BioShock Infinite* los diseñadores y programadores trabajaron en un elemento llamado *smart terrain*. El sistema consiste en puntos ubicados en la malla de navegación del mundo que desencadenan audio y animaciones específicas por parte de los NPC. En el caso de Elizabeth, este sistema le permite reaccionar dinámicamente al mundo del juego. Además, dependiendo del estado anímico de Elizabeth, habrá ciertas interacciones que no se ejecutarán. Algo similar sucede en *The Last of Us*, donde largas secciones del juego carecen de enfrentamientos contra enemigos y, por lo tanto, es normal que Ellie interactúe con elementos del entorno, activando secuencias de diálogo que nos permiten conocer mejor su personalidad y, de esta manera, crear lazos afectivos que nos harán pensar en ella como un ser humano real.

Es importante señalar que ni la inteligencia artificial más brillante logrará destacarse si el jugador no es capaz de verla. Sin embargo, esto debe ser diseñado con cuidado para no forzar la atención del jugador. Los programadores y diseñadores de *BioShock Infinite* se percataron de

este potencial problema y su solución fue recurrir a una estrategia denominada *goal side*: una táctica utilizada en el fútbol que refuerza la necesidad del jugador de estar entre la pelota y el objetivo. Sin embargo, en el contexto de *BioShock Infinite* (denominado *golden path*), Elizabeth solo interactúa con objetos de interés que estén entre el jugador y su objetivo. Con este método, los desarrolladores se aseguran que el jugador pueda observar la reacción de Elizabeth sin sentirse forzado a hacerlo.

Enemigos

Los enemigos cumplen un rol fundamental en el desarrollo narrativo de un videojuego. No solo son los encargados de interponerse entre el jugador y su objetivo, sino que en muchos casos cimientan los pilares argumentales de la propia historia. Por eso es imprescindible que cuenten con una inteligencia artificial que permita representar adecuadamente su rol dentro del mundo ficticio, dando así al jugador oponentes que resulten interesantes y lo mantengan atento al desarrollo del videojuego.

En cuanto al realismo, muchas de las características que hacen a un compañero convincente son también aplicables a los enemigos. Los enemigos deben poseer una razón argumental que justifique su existencia más allá de ser aquello que se interpone entre el jugador y su objetivo. Para crear la ilusión de su inteligencia, al igual que con los compañeros, es necesario que simulen características humanas: deben mostrar respuestas emocionales al mundo que los rodea, además de reaccionar a las acciones del jugador. Como humanos nos ponemos en un pedestal por nuestra capacidad de utilizar un lenguaje verbal avanzado. Por esta razón es importante que los enemigos simulen comunicarse entre sí, creando la ilusión de humanidad y de trabajo en equipo. Después de todo, creo que nos resultaría poco natural enfrentarnos a un grupo de enemigos en el que cada integrante actuara como un ente único sin manifestar conocimiento alguno sobre la presencia de sus compañeros.

Uno de los videojuegos más recordados en lo que respecta a inteligencia artificial es *F.E.A.R.* (Monolith Productions, 2005), debido a que, además de popularizar la *goal-oriented action planning* (GOAP, por sus siglas), un innovador sistema de inteligencia artificial que les permite a los personajes, usualmente denominados *agentes*, planear una secuencia de acciones para cumplir un objetivo basándose en la información de

estado que les proporciona el entorno, fue uno de los primeros juegos en donde los enemigos intercambiaban diálogo durante el combate, dando así una fuerte ilusión de que estos trabajaban en equipo sin realmente hacerlo. En *F.E.A.R.* es común que, tras dispararle a un enemigo, su compañero pregunte por su estado de salud, o que, en caso de que el jugador se perdiera de su línea de visión, estos pregunten a dónde ha ido. Los diálogos de *F.E.A.R.* también servían para dar a entender al jugador comportamientos que en realidad nunca fueron implementados. Por ejemplo, cuando todos los compañeros de un enemigo morían, el último emitía una línea de diálogo pidiendo refuerzos. Si bien los refuerzos nunca llegaban, debido a la naturaleza de los FPS (juegos de disparos en primera persona), estaba claro que el jugador en algún punto del futuro se encontraría con más enemigos y asociaría el llamado de refuerzos de aquel último NPC con la presencia de los demás compañeros.

Entre los videojuegos recientes que llevan el truco de la comunicación entre personajes al siguiente nivel tenemos también a *The Last of Us Part II*. Lo que hace a las interacciones entre enemigos de este juego tan relevantes es la humanidad con la que se nos presenta a los personajes. Cada uno tiene un nombre, hablan sobre lo que piensan, su vida, comentan sobre lo que ha hecho el jugador. Incluso, cuando un enemigo se aventura a investigar tras escuchar sonidos extraños solo para encontrar su muerte, es llamado por sus compañeros. Esto deja una sensación brutal cuando asesinamos a un enemigo para progresar, porque detrás de cada uno hay un espejismo de humanidad que el jugador es capaz de percibir. También favorece al tono siniestro, crudo y desgarrador que busca presentar el mundo del juego.

Finalmente, un punto a tener en consideración para crear enemigos interesantes es la variedad de comportamientos que son capaces de mostrar, o en su defecto tener una gama de enemigos con comportamientos claramente diferenciados. Utilizando de nuevo como ejemplo a *The Last of Us*, podemos apreciar cómo a pesar de que los humanos sanos e infectados —incluyendo sus variantes— utilizan el mismo sistema de inteligencia artificial, son capaces de mostrar comportamientos muy diferentes. Naughty Dog, la desarrolladora del juego, pudo hacer esto gracias a la arquitectura modular de la inteligencia artificial que

les permitía, de forma fácil, sacar y agregar lógica para la resolución de problemas a los enemigos. Tener una amplia gama de enemigos con comportamientos distintos no solo servirá para diversificar la jugabilidad y mecánicas del juego, sino que mantendrá la atención del jugador y, por lo tanto, su inmersión.

Pensamientos finales

Como humanos somos susceptibles de caer en la ilusión porque nos gusta creer que detrás de esos personajes que vemos en los videojuegos hay inteligencia real y emociones humanas. Esto les ha permitido a los desarrolladores crear maravillosas y complejas historias en donde podemos relacionarnos a un nivel sentimental con aquellos personajes en apariencia poseedores de emociones, llevándonos así a un nivel de inmersión en mundos ficticios como nunca se había visto en otros medios de entretenimiento audiovisual. Desde ya que la inteligencia artificial no es el único apartado que juega un rol decisivo en la capacidad que tiene un videojuego de cautivarnos con su mundo. Sin embargo, lo que marca la diferencia entre un título bueno y uno excelente es precisamente el cuidado y consistencia con la que sus personajes son creados. Este artículo no aborda todos los tópicos que están implicados en la creación de inteligencias artificiales realistas para la construcción de ambientes inmersivos, pero creo que los datos discutidos son un buen punto de partida para cualquier desarrollador novato que busque crear un videojuego de este tipo. 🤖

El vil juego

■ **Por GONZALO ESTEBAN BORZINO.** Storyteller con todo lo que eso implica; game designer de a ratos, divulgador indie todo el tiempo y co-fundador de AccionDev. Pienso, luego sigo pensando. 🐦 @ItsBorza

Hace tiempo que reflexiono de forma consciente sobre el tema de hoy. Mi tía le llamaba «virus mental»; un condicionante peligroso. Yo lo tenía como un mero fastidio que ocasionalmente me venía a visitar, retorciéndome la materia gris para que anunciase su llegada a los presentes. Una presencia cuasi espiritual, que con su sola mención ganaba forma y generaba reacciones diversas en los presentes.

Lo he dejado de lado por mucho tiempo, pero desde que vi el subtítulo de la revista («la ciencia del juego») no pude resistirme a escribir sobre él. Por ello, hoy les acerco este pequeño fragmento de cultura viral, conocido por muchos, eventualmente victimario de todos. Acompañenme a conocer, o a recordar, El Juego (*The Game*).

Las reglas «oficiales» son pocas y sencillas:

- Estás jugando a El Juego: todo el mundo siempre está jugando a El Juego. No se puede escoger no jugar, ya que no requiere consentimiento ni conocimiento para jugarse.
- Cada vez que piensas en El Juego, pierdes: perder es temporal. En cuanto te olvidas de El Juego, dejas de perder. El objetivo del juego es olvidarse de que El Juego existe, mas no se puede ganar.
- La pérdida de El Juego debe ser anunciada: cada vez que pierdes debes decirlo, ya sea en forma de una exclamación pública o enviando un mensaje directo a otros jugadores.

I JUST LOST THE GAME



Y con menos de cien palabras, vemos el mundo arder.

Debido a su transmisión viral (ya sea oral o virtual) muchas veces las reglas sufren modificaciones, aunque la trinidad primordial se mantiene siempre intacta (yo mismo las he parafraseado en mi listado). Algunos puristas del reglamento determinan que todo el mundo está jugando al juego por defecto, mientras que otros aseguran que eso es ridículo y solo pueden jugar quienes conozcan las reglas (invitando a la trágica conversación donde alguien anuncia su pérdida y un no jugador pregunta a qué se refiere, recibiendo como respuesta inmediata una maliciosa sonrisa). Otros añaden la posibilidad de que el juego se acabe, aunque sea de forma remota e improbable, cuando el primer ministro del Reino Unido anuncie por televisión que *the game is up* (el juego terminó) o le roben el sombrero al Papa. Otros, los más lógicos, dictaminan un tiempo de gracia —usualmente de media hora— donde quien perdió no puede volver a perder, aunque siga pensando en él.

El lector conocedor habrá notado que El Juego va en contraposición a las clásicas definiciones de lo que es un juego (Huizinga, Cagigal). No está limitado por el tiempo ni el espacio, dado que afecta a todo el mundo, en todo momento. Sus reglas son impuestas, obligatorias, mas no libremente aceptadas. Su objetivo es evitar la tensión, dado que, de considerarla, se estaría pensando en el juego per se, haciéndolo perder a uno: El Juego se juega intentando ignorar que se está jugando. Y en cuanto a la alegría de jugar... es subjetiva.

No es solo que tenga la osadía de llamarse juego algo que se presenta contrario a las conceptualizaciones más conocidas, sino que, además, se antepone el artículo «el», indicando que es el ejemplo ideal de aquello que comparte su nombre. No existe otro juego si no es El Juego, y todos los juegos derivan de él. Es tortura mental. Es...

Tortura lúdica

Fue en los laboratorios de computación de mi secundaria donde me convertí en su víctima por primera vez. Al principio todo fue risas y diversión: interrumpíamos nuestra concentración en las clases para hacer perder al compañero que teníamos al lado y gozábamos de un breve momento de distensión en la agobiante rutina diaria. Pero, poco a poco, la ferocidad del jugar fue dejando cicatrices en nuestras relaciones. De repente había palabras prohibidas, ya que la sola mención o conjugación de «perder» o «jugar» automáticamente hacían perder. Pero no se detenía allí, puesto que incluso palabras parecidas como «jugo» o «fuego» podían disparar la fatal memoria y reiniciar el contador. Luego de que El Juego nos hubiese limitado el habla, comenzábamos a asociar rostros con jugadores. Al ver a otros participantes activos, ¡perdíamos con el solo recuerdo de que cierta persona existía! Había un compañero que era consciente del poder que ejercía sobre mí, y cada vez que aparecía por el pasillo me miraba socarronamente porque lo sabía: ¡me había hecho perder con su sola presencia! Maldito seas, Gastón. Jamás te perdonaré los años de agresiones psicológicas.

Pero tampoco cabía la idea de ser completamente inocente, puesto que cada uno jugaba una parte crucial en su reproducción. Teníamos que anunciarlo, esa era la regla. Y al hacerlo, irremediablemente atraíamos curiosos que nos preguntaban ¿de qué juego hablan?, y allí reíamos maquiavélicamente porque habíamos logrado hacer que otro inocente cayese en el bucle de perdición. También, como jugadores, había que ingeniárselas para siempre estar un paso adelante. Al perder, debíamos aprovechar el tiempo de gracia para encontrarnos a la mayor cantidad de compañeros y anunciarles que habían perdido, garantizando que nuestra pérdida no hubiese sido en vano, ¡y de esta forma fomentaba el kamikazismo! Había quienes se creaban recordatorios para garantizarse la pérdida, sacrificándose gustosos para ser ellos quienes llevaran

el recuerdo a otros y no viceversa. Y si no podíamos alcanzar físicamente a más gente, mandábamos mensajes o, los más crueles, creaban encriptaciones que al resolverse revelaban las demenciales palabras que nos hacían gritar de frustración, puesto que no solo nos habían hecho perder, sino que, además, nos habían hecho trabajar para ello. La más común era esconder la palabra en la primera letra de cada renglón de un párrafo, o en imágenes que te hicieran concentrarte siguiendo una suerte de camino de migajas del tipo «mira el espejo», «mira el armario», «mira la mano», etc. Y, si no, una confiable anotación en un lugar público bastaría. Notas en la contratapa de las carpetas, grafitis con marcador del lado interno de las puertas del baño o anotaciones en el pizarrón. No es sorpresa que muchas escuelas lo hayan prohibido en respuesta a su consecuente caos, pero ¡a no creerse que esto es un fenómeno solamente juvenil!

Lo que germina en la mente

El Juego es un fenómeno viral. Hace uso de una teoría conocida como proceso irónico. Se trata de lo que tiende a hacer la mente al tratar de ignorar un pensamiento específico. Cuanto más se piense en que no se debe pensar algo, más se pensará en ello. Y así, nos volvemos nosotros mismos los ejecutores de la profecía autocumplida: somos perdedores una y otra vez, en un ciclo lúdico del que no decidimos formar parte. Se fuerza sobre nuestras mentes y nos vuelve su víctima y su replicador. Solo podemos obedecer, y seguir jugando.

La lógica aparece en textos de Dostoyevski y Tolstoi, donde se habla de la incapacidad de pensar en un oso polar si se está intentando dejar de pensar en el oso polar. La figura vuelve a emerger, el maldito animal protagoniza los pensamientos del sujeto ya que, el no pensar conscientemente, radica en el pensamiento *per se*. Lo mismo ocurre con las canciones pegadizas —comparación realizada por Mark Liberman en un posteo del blog Language Log en 2013—, las cuales algunas veces nos tienen de rehenes por varios minutos con su melodía imaginaria en loop. Una melodía que nadie más escucha, a menos que la canturrees o preguntes por ella cuando no la conocés, y eso puede generar un nuevo efecto dominó que contagie a tu entorno con esa condenada canción del verano del 87 que todos creían haber olvidado. Y así, volvemos a El

Juego.

El período de gracia de media hora, aunque opcional, garantiza la separación mental del sujeto con el objeto mental que se quiere evitar. Y es por esto también que cuando se vuelve a perder es aún más frustrante, porque se es más consciente de una racha rota que tardará en recuperarse. Miramos el reloj de reojo. Nos preocupa que se cumplan los treinta minutos y sigamos pensando en el juego. Y si lo tenemos demasiado cerca es una condena firmada, ya que cada vez que notemos que la aguja larga se movió 180° sabremos que hemos perdido. ¡Al demonio con el tiempo! Un amigo se ponía alarmas cada media hora en su reloj pulsera para ser consciente del paso de los minutos. No lo hacía para sí mismo, desde luego, sino para su entorno. Si estabas cerca de él, escuchar la alarma del reloj era una pérdida automática. Un efecto de área muy efectivo.

Pero entonces, ¿qué queda para aquellos que han caído en las garras inconsideradas de los jugadores activos? Debido a la flexibilidad propia del boca en boca, hay quienes crean reglas para volverlo más tolerable (como la imposibilidad de perder por mensaje de texto). Estamos quienes, reflexionando sobre la regla de término, hemos encontrado una salida «legal» dentro de las limitaciones que implica que «el primer ministro del Reino Unido anuncie por televisión que *the game is up*».

O también se puede aprender de su ominosidad. En su video sobre el tema, Hank Green dijo: «no hay forma de no perder peleas, pero eso no significa que no haya peleas que valgan la pena pelear. Significa que si piensas que solo serás feliz cuando ganes, es la forma más segura de nunca ser feliz. [...] La única forma real de ganar es que no te importe perder». El Juego es una práctica del fracaso, un acostumbamiento a la derrota donde el único confort que podemos encontrar es arrastrar a otros con nuestra miseria. Nos volvemos parte de la plaga mental, dejando carnadas para que otros ingresen al juego, o bien nos mezclamos con la muchedumbre, evitando esparcir su nombre más de lo necesario, solo anunciando cada vez que la tercera regla se cumple.

Usted también está jugando ahora.

Nos pensamos en media hora. 🕒

Te prometo felicidad

■ **Por JAVIER SEMENENKO.** Psicólogo. Productor ejecutivo. Co-fundador de World of Gamers. Director de Zensei. Truhan.

La imaginación y el entendimiento se encuentran en este texto bajo el manto piadoso de la libertad, con el solo fin de jugar sin propósito. Es un intento de sostener el lugar del juego antes de transformarse en trabajo. A través de este prisma lúdico recomiendo que sea leído.

Hoy mi tema continúa siendo el entretenimiento y su promesa de conectar con el objeto adecuado.

El futuro se acerca a nosotros de manera novedosa. Nunca antes las generaciones actuales (no todas) habíamos experimentado un cambio de época semejante. Aún buscamos la manera de leer este tsunami que nos obliga a mantener la respiración rompiendo nuestras propias marcas de apnea, sumergidos en un ciclo de terabits que recién comienza, más emparentado a la ciencia ficción que a cualquier otro discurso.

Hoy casi todo es hablado por el lenguaje de la tecnología. Los satélites orbitan formando largas hileras centelleantes, se diferencian de las constelaciones por su artificialidad rectilínea. En nombre de la protección de la humanidad se acrecienta una tendencia a totalizar una única voz de mando para el planeta, a través de la vigilancia y el control que permitirá la IA (inteligencia artificial). Como en una novela futurista se retuerce sobre nuestros cuerpos un solo discurso oficial (totalitario) que pretende competir contra la diversidad de posibilidades que tiene la conciencia humana.

La industria del entretenimiento no ha resultado ajena a estos movimientos. Más bien se ha vuelto funcional a este sistema donde todo se

ha transformado en mercancía, ordenada por unos pocos monopolios que controlan la producción de contenidos. Lo que no consigue ser objeto de valor, con los parámetros del mercado, es eyectado con violencia extrema.

Tu tiempo libre está lleno. ¿De qué ilusiones? ¿De qué momentos?

¿Cómo son algunos de los circuitos utilizados por el entretenimiento para volverse borde ubicuo de los hábitos cotidianos más simples y complejos?

Nos preguntamos por la naturaleza del deseo y, con una primera hipótesis de juego, lo leemos como: inalcanzable, insaciable, incumplido, como una fuerza deseante por desear, sometida a una ecuación que ignora la medida. La atracción por todo objeto está destinada a la insatisfacción, a encontrarse con lo que no cierra, con lo que se escapa y profundiza la falta.

Podemos pensar que la naturaleza del deseo es un lugar ideal para conectar una promesa de saciedad e infinitud. En la búsqueda de sentir la plenitud es que coleccionamos, guardamos, acumulamos, nos volvemos inversionistas, jugadoras/es compulsivas/os, sibaritas, emprendedoras/es, buscadoras/es de unicornios, millonarias/os sin bordes, seductoras/es seriales, alcohólicas/os, drogadictas/os. Y aun así experimentamos algo que sigue estando vacío, no estamos conformes con nuestra incapacidad de contener, nunca es suficiente por mucho que logremos incorporar. A medida que se llena se profundiza el agujero.

¿Y cómo lidiamos con nuestras preocupaciones, nuestras inquietudes, nuestro malestar de vernos obligados a vivir la propia vida? El entretenimiento viene a colocar una pantalla balsámica frente al dolor existencial, toda una batería de recursos tecnológicos y contenidos diseñados para saturar y anestesiar todas las superficies asimétricas, irregulares, inverosímiles, que no cierran ni permiten el goce pleno de la existencia.

Una vez dentro del tibio líquido de la industria, solo hay que flotar y dejarse hacer. La promesa es una disminución de la inquietud para algunas/os y el aumento del éxtasis para otras/os. La promesa es suturar, hacer una cicatriz invisible de todo lo que no cierra, de todo lo que se vuelve grieta. Opera transformando y redondeando lo inquietante en divertido. Opera puliendo y transformando el objeto en superficie, eli-

minando todo desastre, toda vulneración.

Casi todo el entretenimiento se organiza dentro de los parámetros de la filosofía del «me gusta». No hay necesidad de analizar, interpretar, descifrar, no hay necesidad de pensar. Toda abisalidad, toda rajadura, han sido despojadas para contener al espectador/a sin conmocionarlo/a, ni interpelarlo/a, para abrazarla/o en su estadio más infantil, donde funciona la promesa de que el encuentro con el objeto adecuado y perfecto es posible.

Así el entretenimiento se geometriza como una superficie infantil, con la posibilidad de atrapar a los sujetos que intentan escapar de lo distinto, de lo extraño, de lo inquietante, tratando de eliminar toda alteridad. Y lleva consigo la promesa de que no serás herida/o en el medio de la carrera. Aquí no hay cómo sufrir.

Se ubica casi toda la industria, aboliendo la interioridad enigmática, transformando tu ciudad subjetiva en un jardín de infantes dulce y esponjoso, de curvas suaves y encantadoras. Nada está fuera de sí. Nada de vacilaciones. Es un texto sin metáforas, sin fisuras, no hay hueco. La ganancia es absoluta.

La cultura del consumo solo debe garantizar no ser hiriente

Nada del entretenimiento sale a buscarme ahí donde yo me resulto a mí mismo desconocido. Se sustrae el silencio elocuente. Nos escuda de lo insoportable. En palabras de Han: «Asume la forma de una supervivencia histérica, se trueca en lo muerto, en aquello que por carecer de vida tampoco puede morir. Así es como hoy estamos demasiado muertos para vivir y demasiado vivos para morir»¹.

Así como para Platón un ser humano se define por su modo de relación con el mundo, nosotros bien podríamos preguntarnos cuál es nuestra posición cuando nos relacionamos con la industria del entretenimiento. ¿A qué jugamos? ¿Cómo? ¿Con quiénes? ¿Qué cosas nos inquietan? ¿Qué contenidos consumimos? ¿Qué contenidos nos consumen? ¿Qué modificaciones químicas producimos en nuestros cuerpos? ¿Experimentamos? ¿A qué vulneraciones nos exponemos?

¿Monopoliza nuestro tiempo en nombre de una necesidad?

¹ Han, Byung-Chul, *La salvación de lo bello*, Ed. Herder, Barcelona, 2015.

Casi siempre hay que desconfiar, porque nuestro tiempo es nuestra vida y nuestra vida somos nosotros. Lo que promete la liberación de toda inquietud nos fija a un comportamiento maquinal que no se acaba nunca. Y nos transforma en consumidores bien domesticados.

Los éxtasis de bolsillo se convierten en juguetes de una recreación supuestamente manejable. Tenemos la confianza de que nuestra autoadministración solo nos alejará de la angustia que nos produce el desencuentro con la existencia. El encantamiento narcótico va ganando espacio. La búsqueda de no sufrimiento reemplazada por un estado de superficie achatada solo puede volvernos más vacías/os, más simplificadas/os e intolerantes con el devenir cotidiano. Hay que estar atentas/os y despiertas/os cuando la industria te engancha con la esperanza de gozar, ahí es donde mejor esgrime su promesa de satisfacción.

Pero el simple placer en estado puro se escapa y siempre muestra su esencia indiscernible de ser una combinación contradictoria de castigo y regocijo, de vacío y manía de plenitud, de orden y confusión. No hay un solo instante en que el placer se presente en estado puro, es una mezcla de contrarios en perpetuo movimiento. Siempre se está imantado por lo que no está. La estructura humana tiene una inclinación favorable a una posición de dependencia. Siempre se quiere más y nunca es suficiente.

«El adulto neurótico limita y arruina su vida para proteger al niño que tiembla en él»²

La industria del entretenimiento y la publicidad se aprovechan de la naturaleza insatisfecha del deseo y trabajan con la ilusión de que es posible encontrar objetos adecuados. De que es posible proteger la omnipotencia infantil.

El entretenimiento se vuelve organizador de la vida entera, inclusive el tiempo de trabajo se ha entrelazado sin distinción con la diversión cotidiana. El sujeto se vuelve un autómatas obediente, iluso aún, de poseer una libertad que fue extraviada en el transcurso del viaje cotidiano. Los días pasan deslizándose como si estuvieran enhebrados en una aguja de diversiones redondas que dan un placer anestésico.

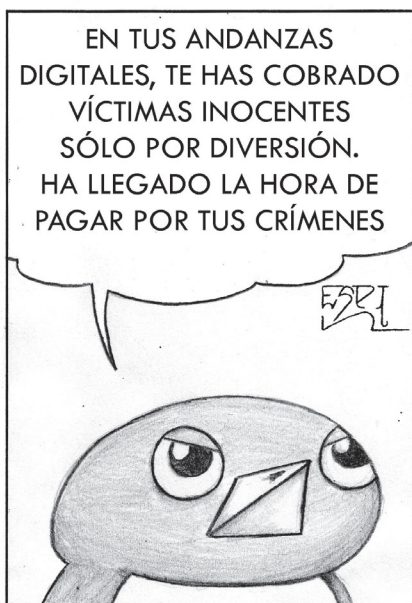
² Sissa, Giulia, *El placer y el mal. Filosofía de la droga*, Ed. Manantial, Buenos Aires, 1998.

La diversión se ha vuelto necesidad

Hoy la industria promete suturar el agujero que genera malestar de la existencia. Pero no toda está girando alrededor de esta promesa. También hay entretenimiento que logra interpelar al sujeto conmoviéndolo y habilitando a múltiples dimensiones. Existen manifestaciones artísticas que se sirven de la industria para llegar a lugares inéditos.

Te recomiendo, lectora/lector, que hagas siempre tus propias comprobaciones. Esta exposición lúdica fue un forzamiento de distintos autores que me sirvieron para hacer algunas combinaciones preconceptuales.

Con igual metodología que la industria del entretenimiento, cierta gente [N. del E.: ¡Javier nos prometió escribir sobre el lado luminoso de la industria! ¡Truhan!], debo decir, hace promesas que nunca cumplirá. 🤖



B O N U S





Creación, frustración y magia

■ **Por ADRIÁN NOVELL.** Diseñador de juegos argentino, hizo un poco de todo. Hoy en día trabaja en Electronic Arts y extraña los alfajores de dulce de leche. 🐦 @adriannovell

Génesis

Allá por los 90 mi hermano mayor me introdujo al mundo de las cartas de *Magic: El Encuentro*. Sus ilustraciones e imaginario me resultaban atrapantes y el juego era divertido. Pero un día conocí las *Tierras de Urza*, tres cartas con mecánicas muy peculiares que me llamaron fuertemente la atención y me hicieron ver un poco más allá, hasta preguntarme: ¿A quién se le ocurrió esto? ¿Alguien lo diseña! ¿Quién es? Ese pensamiento abrió un portal en el espaciotiempo que rompió el velo y les vi: los y las diseñadoras del juego me miraron fijo, como si los hubiera agarrado *in fraganti*. Pocos segundos después, el portal se esfumó pero mi curiosidad no. Yo quería volver a verles. Quizás la forma más fácil de hacerlo sería siendo, al igual que ellos y ellas, un creador.



Buenos Aires, a finales del año 2016. Horario de almuerzo en las oficinas de Etermax en Villa Urquiza. Me acerco a un grupo de compañeros y compañeras de trabajo con un montón de papeles recortados con la mano y garabateados con lapicera. Distribuyo esas 'cartas' y les comento muy rápidamente las rudimentarias reglas con las que iban a jugar. Siempre hice prototipos de juegos, como Game Designer se me ocurren ideas a diario. La mayoría se anotan en un cuaderno o bloc de notas en el celular. Un porcentaje de esas ideas se prototipan y testean. Y un 0,001% de esos prototipos terminan siendo algo más.

El almuerzo se estaba terminando, pero la partida no. Mis compañeros de trabajo estaban trenzados en una batalla y no

querían dejarla a medias. Aceleramos un poco el proceso, pero al terminar la experiencia les dejó una sensación de querer más, al punto de que, durante varios días, el almuerzo se convirtió, por decisión de ellos, en un campo de batalla. Viendo todo eso quedé con la fuerte sensación de que ese prototipo tenía algo. Yo también quería más.

Frustración

San Francisco, a principios del año 2015. Después de haber renunciado a mi trabajo y con mis ahorros de por medio, me embarcaba en la aventura del sueño indie. Mi videojuego de plataformas 2D y yo nos íbamos a la Game Developers Conference a buscar inversión, atención de la prensa y *feedback* suficiente para volver triunfantes, autosuficientes, independientes. No solo fallé en esa misión comercial, sino que fallé después como diseñador, como socio, como intento barato de empresario, como compañero de trabajo, al tomar decisiones estratégicas, etc. El desarrollo que había comenzado en el 2014 iba a ir encontrando su lenta muerte y desaparición algunos años después, tras haber invertido no solo todo mi dinero sino también todas mis esperanzas en él. La ilusión era muy alta y por lo tanto la caída fue dolorosa. La depresión como persona creativa y emprendedor me resultó muy grande, sentí el error. No poder terminar algo después de haber invertido todo en ello fue una desilusión conmigo mismo que al principio me hundió, sin saber que luego me iba a servir de nafta para volver a intentar, esta vez con un juego de mesa.

Creación

Buenos Aires, a principios del año 2017. Tan solo unos meses después de esos primeros *playtests* en el trabajo, ya tenía un prototipo visualmente interesante y mecánicamente avanzado. El juego que nació como un intento de hacer un 'Hearthstone casual' ahora tenía su propia esencia.

El objetivo del juego era obtener una cierta



cantidad de gemas. Las gemas se podían obtener utilizando cartas o juntando tres orbes. Las orbes se podían obtener de un pozo común y al sumar tres automáticamente se convierten en una gema.

Este sistema de puntaje fue lo primero que se me ocurrió y me pareció lo suficientemente interesante como para diseñarle alrededor. Con ese concepto, algo tan simple como un recurso del juego se convierte en tres cosas: la condición de victoria, 'la vida' de los y las jugadoras y su recurso básico en el turno a turno. Me pareció que tenía un potencial enorme y al testearlo quedé más que satisfecho con los resultados: efectivamente, podía diseñar alrededor de tales mecánicas.

Las cartas del juego te permitían proteger tus gemas, obtener gemas más rápido, destruir las gemas de los demás, entre otras cosas. Mi idea era que muchas de las dinámicas del juego se generaran con la interacción de los y las jugadoras. Alianzas, combos, traiciones. Las cartas y mecánicas son un soporte y un potenciador de dichas interacciones. TODO alrededor del juego iba a apuntar a que las personas se odien, se quieran, discutan, planifiquen, etc.

Un gran ejemplo de eso es la carta *Fuego*, que diseñé con el único motivo de romper amistades. Esta carta tiene un efecto base que es el de destruir una gema. Pero si otra persona aporta un Orbe a ese ataque, entonces en cambio destruye dos. O sea: tu amigo quiere destruirte una gema pero, antes de que eso se resuelva, tu pareja interrumpe y dice: '¿Por qué no le destruimos dos gemas en vez de una? ¡Yo apporto un Orbe a ese ataque!' Claramente, el juego debería haber incluido el contacto de algún abogado de divorcios.

Se caía de maduro el número mínimo de personas que podían jugar: 3. Después decidí arbitrariamente que todo iba a girar alrededor de ese número. Para ganar el juego hay que subir de nivel 3 veces. Para subir de nivel hay que obtener 3 gemas, para obtener una gema se necesitan 3 orbes. Así todo resultó mucho más fácil de explicar, de acordarse, de balancear y, además, creo yo, le añadía una cierta mística.

La estética del juego aún no la tenía, no sabía qué imaginario quería evocar o utilizar. Sí sabía que no quería que fuera 100% serio. Quería una experiencia que dejara un leve sabor a *Magic: El En-*

cuentro pero que no se tomara tan en serio.

Tengo la costumbre de no solo testear los juegos sino también su *pitch* de venta diciéndoselo a la mayor cantidad de personas posibles y prestando mucha atención a su reacción.

En este caso empecé con: ‘Goblins luchando por un artefacto misterioso’ pero a nadie le llamaba necesariamente la atención, o quizás sí, pero creían que el juego era más serio de lo que realmente era. Algo similar pasaba cuando decía: ‘tres magos luchando para obtener una reliquia. Necesitaba encontrar algo un poco más descontracturado. Seguí intentando hasta que un día di con las reacciones y expectativas correctas, las que matcheaban con el carácter del juego que estaba diseñando: ‘Un grupo de magos se encuentran en una taberna, queda una sola cerveza y se batan a duelo por ella’. Suena tenso y tonto a la vez: ¿Todo este lío por una cerveza? ¡Sí! ¡Magos con sed!

Del barro al sople de vida

Mi carrera como diseñador de videojuegos en esta etapa del siglo 21 me mal acostumbró, ya que testear un prototipo o incluso vender y distribuir un producto, puede hacerse completamente en forma digital. Sin embargo, la belleza y el desafío de hacer un juego de mesa es su materialidad. Desde el primer momento quise aprovecharme de ese factor e intentar desarrollar un producto con personalidad y la mejor calidad posible. Un ejemplo práctico de esa visión es que cada copia de *Magos y Tabernas* incluye una mini cerveza de plástico que no cumple ninguna función más que darle un toque distintivo al juego. Es un guiño narrativo y un mimo para quien compre el juego y se siente a disputar un duelo.

No es fácil mantener un buen precio y una buena calidad haciendo el juego en Argentina. En China no podía hacerlo porque importar los juegos me iba dar más dolores de cabeza que réditos. De a poco fui averiguando, asesorándome y metiéndome en todo un mundo que desconocía por completo. Mis principales aliados fueron Ezequiel y Laura, de *El Dragón Azul*, quienes no solo me asesoraron para encontrar los mejores proveedores de cada elemento del juego, sino que también me ayudaron con *playtests*, a mejorar

la escritura del manual y el *wording* (N. de E: la redacción) de las cartas. Fui trabajando con distintas personas en el arte, el diseño, el logo, la identidad gráfica en general. El juego empezó a tomar color desde su imaginario y la calidad de su arte. Tengo la suerte de conocer de cerca a muy buenos artistas gracias a mis años trabajando con ellos en videojuegos. Usé todo ese arte para generar expectativa e interés en el producto. La gente quería saber de qué se trataba esta bazarreada con magos y cervezas que se veía relativamente bien.

El juego estaba casi listo: las gemas hechas en acrílico transparente cortado a láser, los orbes y las cervezas de resina plástica, las cartas, caja, *insert* y manual, todo en una misma imprenta.

Tenía listo todo lo necesario para hacer mil copias del juego... O eso creía.

Cuando fui a buscar mis 40 mil cartas a la imprenta, agarré una, la doblé al medio y prácticamente se partió en dos. El material era rarísimo y en mi inexperiencia nunca pedí con antelación una muestra del material final. De un momento al otro tenía un montón de cartón sin utilidad alguna, ya no tenía casi ahorros y mucha gente estaba esperando su copia. Pero ahí estaban Laura y Ezequiel al rescate de nuevo. Cuando les comenté lo que pasó me brindaron una solución inmediata: ellos tenían espacio en una de sus planchas de impresión. Iban a sacar un juego nuevo y algunas cartas promocionales de otro, sobraba el espacio perfecto para las 40 cartas de cada copia de *Magos y Tabernas*. Si lo hubiésemos intentado coordinar no nos habría salido tan bien.

El juego salió, campaña de *idea.me* mediante. Por el año y monedas que invertí haciendo ruido en las redes sociales ya había mucha gente esperando la campaña y a las dos horas de haber estado activa se llegó a los 20.000 pesos que estaba pidiendo (¡en 2017 era una buena cantidad de dinero!). La campaña terminó un mes después, logrando alcanzar los 40.000 pesos argentinos, un éxito considerando



que la inversión en marketing fue igual a cero.

Las buenas nuevas

El juego llegó a tiendas y locales de todo el país, hubo algunos torneos, se generó una pequeña comunidad en Discord, se hizo una versión digital en Tabletop Simulator, un Print and Play gratuito, etc. La recepción y opiniones acerca del juego son del todo variadas: me crucé con gente que lo jugaba religiosamente todos los días en el trabajo y con gente que me confesó que le parecía un juego horrible. Pero, más allá de cuánto se juegue y de las variadas opiniones, yo me llevo una cuota de sanación. La frustración obtenida en sendos fracasos y en tantas paredes cabeceadas sirvieron de magia y nafta para poder desarrollar algo que, una vez que vio la luz, me trajo un gran alivio.

Salmos

Esta historia de frustración, sanación y creación, en realidad no es más que un canto a la pasión que tengo por esto último: Crear.

No puedo dejar de maravillarme pensando en el don que tenemos para ensamblar piezas previamente inconexas hasta que emergen experiencias, imágenes, sensaciones, donde antes no las había.

Quizás lo que más me conmueve es que, como fuerte creyente en Dios, encuentro en la capacidad que tenemos de hacer arte, contar historias e incluso de crear nueva vida lo que más directamente nos convierte en 'hechos a imagen y semejanza'. 🙏

[A continuación, por gentileza de su autor, reproducimos el "manual" del juego para que aprecien su reglamento.]

MAGOS Y TABERNAS
se puede descargar completo
(reglamento y cartas listas para imprimir)
desde su web oficial www.magosytavernas.com





Manual de Reglas Print And Play

Si estás muy borracho para leer todo esto, podés ver un vídeo tutorial en www.magosytabernas.com

ÍNDICE

187 Simbología - Componentes - Introducción

188 Armado del juego
La Cerveza: ¡A por ella! Gemas y Orbes

189 Comienzo y turno
¡Las Cartas!

Hechizo

Instantáneo

Objeto

Objeto con gema

190 Usando las cartas
Otras reglas

191 Explicación de las Cartas

COMPONENTES:



40 Cartas

9 Gemas blancas

6 Gemas rojas

9 Orbes



1 Cerveza (¡de mentira!)

INTRUDUCCIÓN

Un grupo de sedientos y poderosos magos se encuentra en una taberna, donde se dan cuenta de que **tan sólo queda una cerveza**. Deciden competir mediante un antiguo juego de cartas mágicas: el primero en condensar su energía en Gemas preciosas (◇) obtendrá su bebida. Sin embargo, no será nada fácil, pues esas ◇ pueden ser destruidas, copiadas, etc.

Para ganar la cerveza necesitan generar tres ◇. Sin embargo, para agregarle picante, cada mago puso dos cartas como obstáculo. A falta de imaginación, decidieron que cada carta también se obtiene con tres ◇.

Se turnan, teniendo una acción cada uno, la cual puede usarse para generar un Orbe (○), utilizar una carta, o robar una.

SIMBOLOGÍA



Carta de Instantáneo (Amarilla)



Orbe



Carta de Hechizo (Roja)



Gema (Blanca)

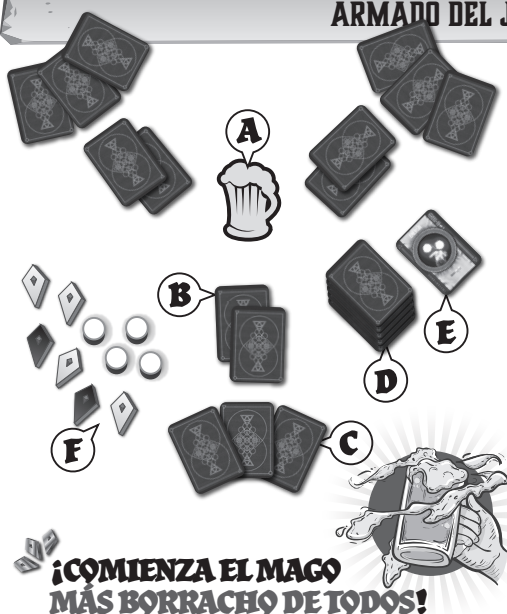


Carta de Objeto (Azul)



Gema de Vida (Roja)

ARMADO DEL JUEGO



¡COMIENZA EL MAGO MÁS BORRACHO DE TODOS!

- A** La cerveza en el medio de la mesa.
¡Es el objeto a conseguir!
- B** Dos cartas al azar (¡sin mirarlas!), boca abajo enfrente de cada jugador. Estas protegen al objetivo. ¡Si las obtienes subes de nivel!
- C** Las tres cartas con las que comienza en su mano cada jugador. ¡Ojo, que no las vea el oponente!
- D** Mazo general:
¡De aquí se obtienen los poderes.
- E** Pila de descarte:
Aquí van las cartas que se usaron.
- F** ¡Gemas y Orbes a mano!
Te permitirán conseguir tu objetivo.

LA CERVEZA: ¡A POR ELLA!

Para obtener la cerveza, cada jugador necesitará 3 (♦).
Pero antes deberá conseguir las cartas que la protegen.

GEMAS Y ORBES

¿Y esas cartas que nos impiden obtener la cerveza cómo se consiguen? Igual que la cerveza ¡Con 3 (♦)!

Abajo vemos cómo pasamos de tener 2 (♦) (A) a tener 3 (B).

Esa tercer (♦) brinda al jugador instantáneamente una de las cartas que protegen a la cerveza (C) y éste logra pasar de nivel.



¿Y cómo consigo una gema?

¡Automáticamente al juntar 3 Orbes!



NIVELES:

Al conseguir la primera carta, el jugador amplía su límite de cartas en manos de 3 a 4.

Al conseguir la segunda carta, el jugador amplía su máximo de objetos en mesa de 3 a 4.

¿Y CÓMO CONSIGO UNA GEMA?

¡Automáticamente al juntar 3 Orbes!

COMIENZO Y TURNO

Una vez armada la mesa y repartidas aleatoriamente las tres cartas iniciales de cada jugador, comienza la partida:

¡El mago más borracho es el primero en jugar!

En cada turno los jugadores cuentan con 1 punto de acción que puede utilizarse para realizar una de las siguientes cosas:

OBTENER UN ORBE | ROBAR UNA CARTA DEL MAZO GENERAL | JUGAR UNA CARTA

Si el punto de acción no es utilizado, éste se perderá (es decir, no es acumulable). El jugador puede decidir pasar su turno.

Ejemplo de turnos:



LAS CARTAS!

Hay 4 tipos de cartas distintas:

Hechizo, Instantáneo, Objeto y Objeto con (♦).

¡Entender cómo se usan es clave!

CARTA DE HECHIZO

Cuesta 1 punto de acción utilizarlas. Al utilizarlas su efecto se ejecuta y la carta va a la pila de descarte.

Ejemplo de uso:

-Uso la carta de Hechizo Atacar.

-Como para usarla necesito 1 punto de acción, sólo puedo hacerlo en mi turno y después de usarla mi turno termina.

CARTA DE INSTANTÁNEO

Cuesta 0 puntos de acción utilizarlas. Se pueden utilizar en cualquier momento, por ende no es necesario que sea tu turno. Al utilizarlas su efecto se ejecuta y la carta va a la pila de descarte.

Ejemplo de uso A: Juego 1 carta de instantáneo en el turno de un rival.

Ejemplo de uso B: En mi turno juego una carta de instantáneo y como aún tengo 1 punto de acción lo uso para robar una carta.

CARTA DE OBJETO

Cuesta 1 punto de acción BAJARLA.

Una vez en la mesa el objeto puede consumirse.

Esto puede costar 1 ó 0 puntos de acción dependiendo de la carta.

Ejemplo de uso:

Bajo el Objeto Anulador con 1 punto de acción y termina el turno.

Algunos turnos después decido consumir el objeto con otro punto de acción activando su efecto y terminando mi turno.

CARTA DE OBJETO CON GEMA

Cuesta 1 punto de acción BAJARLA. Una vez en la mesa tiene un efecto pasivo que perdura mientras estén en juego.

Tienen gemas de vida (♦).

Estas pueden ser quitadas con cartas que destruyen (♦).

Si un objeto se queda sin (♦) se destruye.

Suelen tener efectos de consumo como los demás objetos. Al consumirlo, se rompe el objeto y se pierde el efecto pasivo.



LUDORAMA



MUY IMPORTANTE: La primera vez que se usa cada objeto, no se ejecuta su efecto sino que se baja a la mesa. Una vez que está en la mesa, recién ahí se puede consumir. Generalmente, consumirlos cuesta otro punto de acción, lo que haría que se tarden 2 turnos en usarlos (uno para bajar el objeto, otro turno para consumirlo). Entonces: su efecto **NO** puede jugarse directo desde la mano. ¡Esto debe quedar clarísimo!

Los objetos se bajan y se colocan debajo de las cartas a conseguir.

Una vez abajo no es necesario consumirlos, pueden quedar ahí indefinidamente. Puede haber hasta 3 objetos en mesa por jugador.



OTRAS REGLAS

No puedo terminar el turno con más de 3 cartas en la mano. Si termino el turno con 4 cartas, tengo que descartar una o usarla.

Al terminarse el mazo, se agarran las cartas de la pila de descarte, se mezclan y se vuelve a generar un mazo general.

Cuando se usan cartas que interactúan con el efecto de otras, se resuelve primero el efecto de la última carta jugada, luego la anterior y sí hasta llegar a la primera carta jugada en ese momento.

No hay prioridad de jugadores a la hora de jugar cartas instantáneas. Cualquiera puede jugarla en el momento que le parezca y después se resuelven los efectos respectivamente.

Seguramente, haya muchas cosas que en este manual no se explican: ¡La idea es que se resuelvan con el sentido común de los jugadores! Esa discusión que se genera es parte del juego.

OTROS MODOS DE JUEGO

Modo rápido: En vez de colocar 2 cartas antes de la cerveza se puede colocar tan solo una. Esto reducirá el tiempo de juego de cada partida.

2 vs. 2: Dos parejas enfrentadas, si gana uno, gana la pareja. Tener en cuenta que muchos efectos de las cartas son globales, o sea, pueden servir para ayudar a la pareja.

EXPLICACIÓN DE LAS CARTAS

Si empezaste a jugar y algunas cartas te resultan confusas o difíciles de entender, acá vas a encontrar la explicación para algunas de ellas.



PLAGIO

Puede copiar el efecto de otra carta que se haya jugado en este turno.

No puede copiar el efecto de un **Objeto** que está siendo *bajado*. Sólo copia el efecto del **Objeto** cuando éste fué consumido.



FLASH

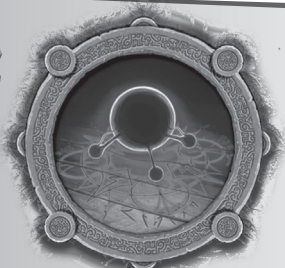
Convierte en instantánea a cualquier carta. ¡Incluso a los Objetos! Por ejemplo, puedo jugar **Gema + Flash** (*directo desde mi mano*) obteniendo así una (◊) automáticamente.

La carta *Flash* no puede jugarse sola.



ANULADOR

Anula una acción significa que se interrumpe cualquier cosa que haga un jugador. Ej: el uso de cualquier tipo de cartas, robar un orbe o robar una carta. Si se Anula una carta, esa carta se pierde, o sea que va al descarte. Esta lógica aplica también para la carta *Interrupción*.



AGUJERO NEGRO

Sólo el que bajó esta carta puede usar su turno para robar un (☹) mientras esta carta esté en juego. Sin embargo, cartas que den (☹) podrán ser utilizadas normalmente.

En cualquier momento puede romperse y obtener 2 (☹) a cambio.



CRÉDITOS

Diseño del juego: Adrián Novell

Diseño gráfico: Julián Tunni / Sebastián Koziner / Fabricio Pereyra

Arte: Arturo Arce Miraglia / Matías Pan

Música Trailer: Roberto Andriuolo

Trailer: Federico Puoppolo / Jorge Matar

Ludocracia 2018 © Todos los derechos reservados

ludocracia.com / magoystobemias.com



Animar un robot

*¿Querés jugar en paz?
¡Poné a tu criatura a programar!*

- 1) Descargá e instalá *Love 2D*: <https://love2D.org>
- 2) Descargá la imagen de Ludobot de nuestro sitio: wg4fest.com/downloads/Ludobot.png
- 3) Poné la imagen en una carpeta y creá un archivo de texto con el nombre **main.lua**

¿Sabías qué?

Si bien los motores de videojuegos modernos cuentan con editores y librerías cada vez más sofisticadas para agilizar la construcción de animaciones, los desarrolladores de videojuegos del milenio pasado necesitaban codificar el comportamiento completo de las transiciones y el ajuste de cuadros (frames), como lo harás en este reto.

EL SÚPER-RETO

¿Te animas a fusionar este código con el reto de la edición primavera de Ludorama? ¿Pudiste animar y mover el robot?
Escribinos al Correo de Lectores sobre tu experiencia.

Por GASTÓN CAMINITI. Game developer en Chatora Games. Profesor Universitario en Computación de la Universidad Nacional de Misiones. Técnico en Diseño y Programación en Videojuegos de la Universidad Nacional del Litoral.  @gastoncaminiti



4) Escribí este código en **main.lua** con tu editor favorito:

```
-- SECCION DE DECLARACION DE VARIABLES--
My_robot = { x = 200, y = 200, img = nil , frames = {}, index =
1 , delay = 0.10 , timer = 0}
DIMENSIONES = 256
CANTIDAD FRAMES = 11
-- FUNCIÓN DE CARGA DE RECURSOS--
function love.load()
    My_robot.img = love.graphics.newImage("Ludobot.png")
    -- CREAMOS CUADROS DE ANIMACION TENIENDO EN CUENTA CANTIDAD
DE FRAMES Y DIMENSIONES POR CUADRO --
    for orden = 0,CANTIDAD_FRAMES do
        My_robot.frames[orden] = love.graphics.newQuad(orden *
DIMENSIONES, 0, DIMENSIONES, DIMENSIONES, My_robot.img:getDi-
mensions())
    end
end
-- FUNCION DE DIBUJA EN PANTALLA--
function love.draw()
    -- DIBUJAMOS SOLO UN CUADRO DE LA IMAGEN --
    love.graphics.draw(My_robot.img,My_robot.frames[My_robot.
index], My_robot.x, My_robot.y)
end
-- FUNCION QUE ACTUALIZA EL JUEGO POR FRAME--
function love.update(dt)
    -- USAMOS EL TIMER PARA CONTROLAR EL TIEMPO DE ESPERA ENTRE
TRANSICION DE CUADRO Y CUADRO --
    My_robot.timer = My_robot.timer + dt
    if My_robot.timer >= My_robot.delay then
        -- SI ESTAMOS EN EL ULTIMO FRAME REINICIAMOS LA
ANIMACION --
        if My_robot.index == CANTIDAD_FRAMES then
            My_robot.index = 0
        else
            My_robot.index = My_robot.index + 1
        end
        -- REINICIAMOS EL TIMER --
        My_robot.timer = 0
    end
end
end
```

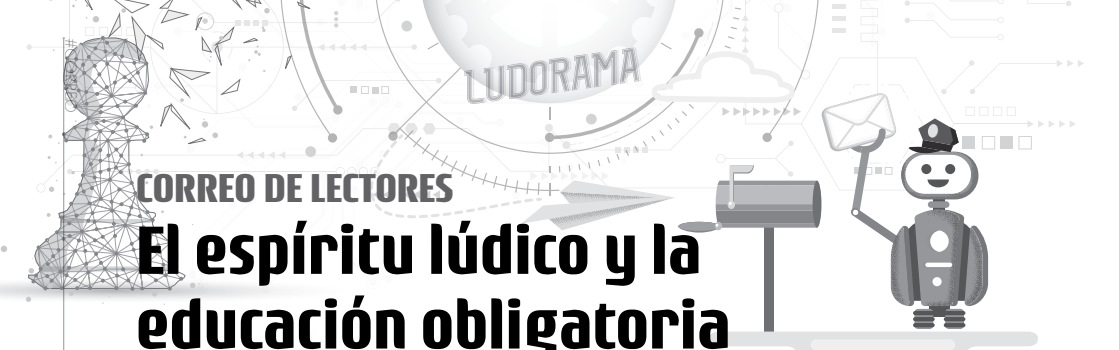


Imagen del robot por gentileza de Alejandra Martínez.

5) Comprímí **main.lua** y la imagen en un **.zip** y cambiale la extensión a **.love**

6) ¡Ejecutá! 🎮





CORREO DE LECTORES

El espíritu lúdico y la educación obligatoria

Damián L. Cosentino, abogado especialista en derecho laboral, civil y comercial.

FUI ALUMNO DE NIVEL PRIMARIO EN LA DÉCADA DE 1980. En ese entonces no me cuestionaba ni analizaba cuáles eran los pilares de la educación que estaba recibiendo. Hoy miro a la educación desde otro ángulo, me preocupo porque mis hijas reciban de parte de sus maestros valores, herramientas que las ayuden a pensar, conocimientos sobre la historia para que puedan entender en qué mundo viven, fundamentos para apreciar la amistad y la solidaridad con el prójimo, y descreo de las propuestas educativas que sobredimensionan exclusivamente la enseñanza de idiomas y el desarrollo precoz de un forzado espíritu competitivo e individualista.

Me ha tocado deambular por distintos colegios a la hora de elegir la institución a la cual enviaría a mis niñas y me di cuenta de que en esas charlas en las que con muy buena cara nos invitaban a optar por el establecimiento educativo que visitábamos, yo buscaba, inconscientemente, retazos de aquella propuesta formativa que cuando era niño mis padres habían elegido para mí y para mi hermano. Y esa escuela primaria a la que asistí tenía entre sus materias obligatorias la enseñanza del ajedrez. Sí, Ajedrez era una materia más, tan importante para el colegio como Inglés, como Dibujo o Cultura Musical. Si eras bueno en Ajedrez te premiaban tanto como si te destacabas en otra materia. En el boletín de calificaciones tenías una nota por Ajedrez, el profesor elegía un alumno por grado cada tres meses y el

afortunado era galardonado con un diploma, o tal vez, a fin de año podías recibir una medalla. ¿Recibir una medalla por ser bueno en un juego? Sí, por eso.

Ahora bien, ¿se trataba sólo de un juego o era un complemento de la educación general que trataban de inculcarle a los alumnos? Me inclino por lo segundo. Insisto, hoy suena raro, pero la materia “Ajedrez” era obligatoria.

Sabido es que a través del desarrollo del espíritu lúdico se transmiten al educando valores y herramientas que les ayuden a pensar (justo lo que yo iba a buscar en esas entrevistas previas a elegir colegio para mis hijas), pues en el afán por ganar o disputar una partida de cualquier juego uno debe elaborar una estrategia o plan, tener una preparación o conocimientos previos, regirse según ciertas normas, etc.

El juego nos permite desarrollar aspectos internos para superarnos y circunstancialmente vencer a un oponente. Uno saca lo mejor de sí y también aprende a hacerse cargo de sus errores. Se gana porque uno se preparó y jugó bien y se pierde porque fue superado o cometió errores. ¡Pavada de enseñanza para la vida! Nuestros pasos fallidos o tropiezos tienen un solo responsable...

Podría ser, en estos tiempos que corren, un deporte nacional el “echarles la culpa a terceros” por los objetivos que no podemos cumplir, pero el juego puede enseñarte a buscar hacia adentro.

También, como complemento de aquella ense-



ñanza lúdica dentro de las materias obligatorias, el colegio solía formar grupos o equipos y llevamos a competir en torneos intercolegiales o frente a clubes o círculos de ajedrez. Y en esas circunstancias desarrollábamos otro aspecto de los que intenté encontrar en las charlas de elección de colegio para mis hijas, y tiene que ver con la solidaridad y con “registrar” al compañero o a quien está al lado tuyo y lo necesita. Jugando esos torneos para mi colegio, era tan importante el resultado en mi tablero como el resultado de mi compañero que estaba a mi lado y todos los puntos sumaban para el conteo general. Eso motivaba que nos preocupáramos por ayudar a nuestros pares que precisaban apoyo en la preparación, en la elaboración de una estrategia, o en asumir una derrota para mejorar mirando hacia adelante.

En lo personal, esa experiencia de tener una materia como Ajedrez en mi colegio, me marcó, me ayudó y estoy seguro de que permitió que pudiera adquirir algunos de los pilares que hoy busco para mis hijas. ¿Podría haber sido igual si no me hubieran enseñado a jugar al ajedrez en el ámbito educativo? Tal vez no. En el colegio jugaba con mis amigos, los equipos solidificaban el vínculo o la incipiente amistad con alumnos de otros grados, los maestros nos conocían mucho más porque nos veían a diario en la institución, etc.

La experiencia fue muy buena y la recuerdo con mucha alegría. Varios compañeros de esos equipos hoy son grandes amigos. Ah, no me había dado cuenta, pero otra de las cosas que busco en la elección de colegio para mis hijas (la relacionada con la amistad) también me las dio el ajedrez.

Como decía, la experiencia fue muy buena, me ha tocado jugar campeonatos en diferentes clubes e instituciones, he viajado al interior del país a jugar

un torneo nacional y así pude conocer la provincia de Mendoza, he conocido a muchas personas que me transmitieron su sabiduría y no sólo respecto del juego, atesoro anécdotas que con sólo recordarlas me hacen feliz -por lo disparatadas que resultaron podrían entretener tal vez únicamente a los protagonistas, así que omito contarlas-, aunque me veo tentado de transmitir que por el ajedrez y sus vaivenes he pisado el césped de dos de los estadios de fútbol más emblemáticos del país como son el de Independiente y el de River Plate (no es poco para mí que soy muy futbolero), que por el ajedrez he esperado trenes en estaciones desiertas y absolutamente oscuras, que por el ajedrez he asistido a torneos fantasma que jamás se terminaron jugando, que aprendí a capitanear un equipo debiendo tomar decisiones y que aprendí a respetar decisiones de otros. Todo por haber sido uno de los alumnos que abrazó esa materia obligatoria donde se nos “obligaba” a jugar.

Por lo expuesto y por otros motivos, concluyo afirmando que ese espíritu lúdico que en mi caso se potenció y desarrolló con la práctica del ajedrez en un espacio institucional educativo tradicional, forjó algunas características de mi personalidad actual, y por qué no decirlo, me regaló risas, amigos y recuerdos que al escribir estas líneas volvieron a demostrar que forman parte de mi memoria más agradable.

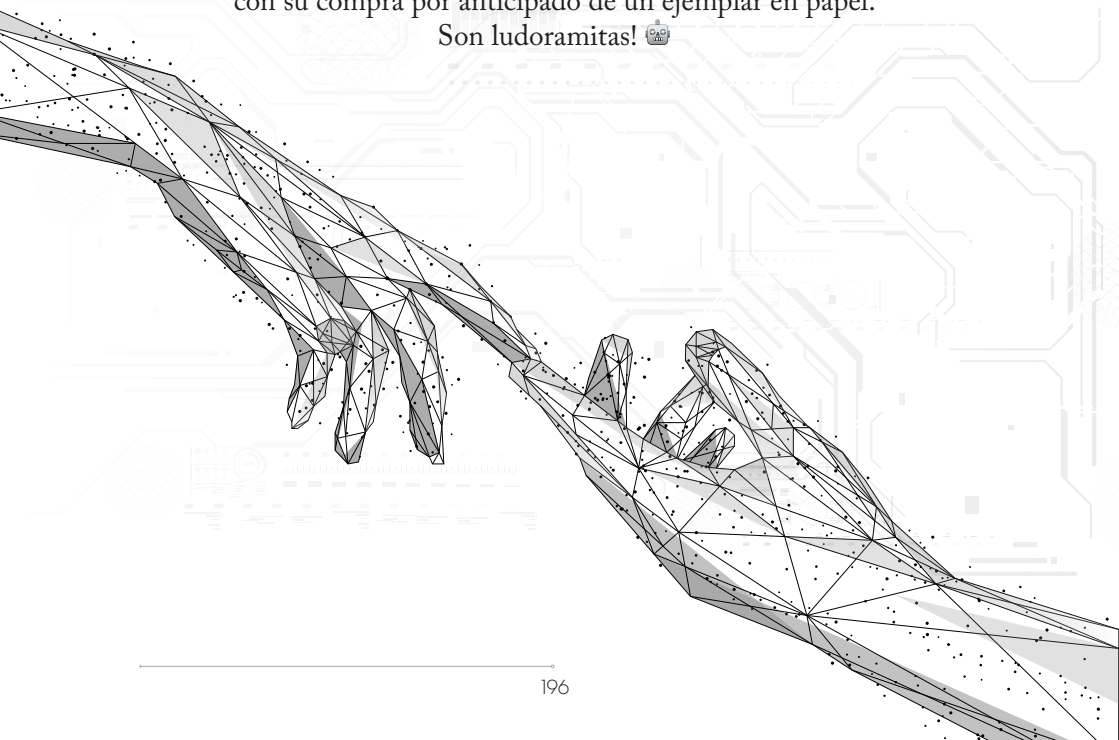
Ya no busco colegio para mis hijas, la mayor termina pronto segundo grado y la menor seguirá correteando por el jardín de infantes por un tiempo, pero, aunque la búsqueda terminó me di cuenta mientras escribía de que deseo profundamente que ellas puedan vivir algunas de esas cosas que, tablero de por medio, me tocó disfrutar. 🤖



AGRADECIMIENTOS

Estas personas hicieron posible Ludorama Verano 2021
con su compra por anticipado de un ejemplar en papel.

Son ludoramitas! 🎮



Adriana Vanesa Pérez, Alejandro Daniel Pérez, Alvar Maciel, Analía Sánchez, Andrés Quattrini, Augusto Doldán, Augusto Nicolás De Barrio, Claudio Guz, Daniel Yañez, Diego Orbe, Emanuel Alejandro Kotzayan, Emiliano Anselmini, Emmanuel Firmapaz, Enzo Evangelista, Esteban Sonaglioni, Fabrizio Mazzonelli, Facundo Dell Aqua, Fernando Coun, Fernando Eduardo Feldman, Fernando García, Fernando González Sidders, Franco Zárate, Gabriel Medina, Gabriela González, Galo Fernández, Gastón Nahuel Varela Pascale, Germán Dartsch, Gonzalo Borzino, Gonzalo Cifaldi, Guido Bindi, Guido Bisocoli, Guido Casabona, Gustavo Del Dago, Hernán Vazquez Sarubbi, Ignacio Sarnaglia, Jean Paul Ferreira, Jesica Miotti, Joaquín Castro, Jorge Peyret, José Antonio Oubel, José Luis De Piero, Juan Manuel Cabral, Juan Manuel Pereyra, Julieta Braslavsky, Leandro Amato, Leandro Bartelemei, Leandro Carrizo, Leonardo Etchegoyen, Luca Valentini, Lucas Manchini, Lucas Roman, Lucio Alcaide, Maria Sol Verniers, Mariano Duna, Mariano Montero, Mariano Venerus, Martín Caro, Martín Fernández, Martín García Costa, Matías Aranda, Matías Benítez, Matías Desalvo, Matías Ezequiel Benítez, Matías Fabbro, Matías Mamone, Mauricio Chamorro, Maximiliano Eduardo Gutiérrez, Maximiliano Firtman, Miguel Alejandro Moyano, Nazareno Cruz, Nicasio Cascudo, Nicolás Escobar, Nicolás Marotta, Omar Bazzi, Omar Cuarterolo Jr., Pablo Pennise, Pablo Sebastián García, Raissa Jerez, Ramón Masovetzky, Rodrigo Pineda, Rodrigo Rojas, Santiago Morales, Sebastián Andrés Borda, Sebastián Buratto, Sebastián Veggiani, Tomás Quintana, Paz Menéndez, Tomás Toral, Valeria Drelichman, Víctor Olivera y muchos más que se van sumando a nuestras redes! 📱

ESCRIBEN

Sofía Alamo
Cecilia Barat
Juan Martín Bentolila
Emanuel Berdichevsky
Gonzalo Borzino
Julieta Braslavsky
Florencia Brusatori
Nicolás Cadel
Gastón Caminiti
José Carcia
Daniel Contarelli
Fernando M. Coun
Nicolás M. Crescenzi
Fernando Daguanno
Germán Dartsch
Mauro De Gregorio
Matías E. Desalvo
Leonardo Etchegoyen
Jacobo Feijóo
Lucas David Manchini
Sebastián Maurel
Laura Maza Bavokic
Ram Masovetzky
Jorge Morán Andrade
Durgan A. Nallar
Adrián Novell
María Luján Oulton
Hernán Panessi
Alejandro Daniel Pérez
Federico Iván Ruera
Javier Semeñenko

DIRECCIÓN

Durgan A. Nallar

JEFE DE REDACCIÓN

Daniel Contarelli

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Cecilia Barat

DISEÑO GRÁFICO EDITORIAL

Rafael A. Zabala

CORRECCIÓN

Jerónimo Nallar

Ludorama Verano 2021. Muñecas 1055, PB 10, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Los artículos publicados son opiniones personales. Se autoriza su reproducción citando autor y a este medio.

Distribución gratuita. Marzo 2021.



ESTAFETA POSTAL para recibir cartas de los lectores: ludorama@wg4fest.com

Ludorama es una publicación independiente. Directo de sus creadores a sus lectores. Creemos en la cultura libre, por eso será siempre gratuita en su formato electrónico.
¡Está expresamente permitido compartirla!

LUDORAMA OTOÑO aparece antes del invierno.

RESERVÁ AHORA TU EJEMPLAR IMPRESO.

Comprando por anticipado nos ayudás a financiar la impresión.

ludorama.wg4fest.com

amazon.com

Ludorama papel en todo el mundo a través de Amazon.

SUMATE A LA COMUNIDAD



LUDORAMA

LUDORAMA ES UNA PUBLICACIÓN DE



**WORLD OF
GAMERS**

wg4fest.com

CON EL PATROCINIO DE



MECENAZGO
Participación Cultural

BA Buenos Aires Ciudad



TAMBIÉN NOS APOYAN



El FNA es sostener cultura



Ministerio de Cultura
Argentina