

EL VIDEOJUEGO COMO EXPERIENCIA

VIDEO GAME AS EXPERIENCE

DANIEL MURIEL

INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO – UNIVERSIDAD DE DEUSTO

ARTÍCULO RECIBIDO: 13-12-2017 | ARTÍCULO ACEPTADO: 04-04-2018

RESUMEN:

Este artículo explora cómo la cultura del videojuego nos ayuda a entender la sociedad como un conjunto de experiencias diseñadas. Los videojuegos son entendidos frecuentemente como experiencias diseñadas mediadas por una tecnología digital. Así, son normalmente vistos como experiencias por diferentes razones: los videojuegos son experiencias tecnológicamente mediadas de otras experiencias, los actores sociales a menudo hablan de sus experiencias de juego como lo harían sobre otras experiencias de la vida cotidiana y la naturaleza interactiva de los videojuegos los convierte en experiencias que han de ser actuadas explícitamente.

ABSTRACT:

This paper considers how video game culture helps understand society as a set of designed experiences. Video games are often understood as designed experiences mediated by digital technology. Hence, video games are normally seen as experiences for different reasons: video games are technologically mediated experiences of other experiences (real or imagined translations of experiences), social actors frequently recount their game experiences, as they would do with other experiences in their everyday life.

PALABRAS CLAVE:

Videojuego, experiencia, sociedad

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital

Vol. 7 (1), 2018: 335-359

ISSN: 2254-4496

<http://revistacaracteres.net>

KEYWORDS:

Video game, experience, society

Daniel Muriel. Doctor en sociología, trabaja actualmente como Investigador Postdoctoral en el Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto (Bilbao). Daniel es un investigador y autor con experiencia sobre temas relacionados con la identidad, el patrimonio cultural, los estudios sociales de ciencia y tecnología, expertos y la cultura del videojuego. Es co-autor del libro *Video Games as Culture* (Routledge, 2018) y autor de *Identidad Gamer* (AnaitGames). Sitio web: <https://danielmuriel.com/>.

1. Introducción

Este artículo desarrolla parte de las ideas que presenté en el Workshop *Identidad y videojuegos: La reconstrucción del sujeto en la era digital* celebrado en Madrid en septiembre de 2016 y organizado por la Universidad Carlos III. En concreto, se centra en la cuestión principal que articulaba el resto de temas que se trataban en la charla titulada “El videojuego como experiencia: escapismo, empatía, y escenarios postidentitarios”, que es la idea del videojuego entendido como una experiencia. Es una presentación que, a su vez, se apoyó, como hace este texto, parcialmente en un proyecto de investigación más amplio sobre la cultura del videojuego (Murriel y Crawford, 2018). Por ello, aquí se mencionan fragmentos de algunas de las 28 entrevistas semi-estructuradas (en este texto se citan 12 entrevistados, aunque en su elaboración se ha tenido en cuenta la totalidad de la muestra), realizadas durante la investigación a jugadores, desarrolladores (diseñadores, programadores, artistas), académicos, periodistas de videojuegos, youtubers, directores de museos y centros de interpretación sobre videojuegos. Todas las personas mencionadas en este artículo lo hacen bajo pseudónimo.

Cuando le preguntaba a los entrevistados que definieran lo que ellos entendían por videojuegos, muchos de ellos hablaban de interactividad, entretenimiento, diversión, simulación o, directamente, aludían a algún tipo de juego que se encontraba mediado tecnológicamente. Sin embargo, también me encontré — en parte de forma inesperada— con que en muchas ocasiones definían los videojuegos como experiencias. Por ejemplo, Mónica, mujer de 24 años que juega frecuentemente a videojuegos,

considera que “después de todo, los videojuegos son como cualquier otra experiencia”, mientras que, Samuel, hombre de 25 años, artista indie de videojuegos, habla de ellos como “experiencias disfrutables”. Tras conceptualizar inicialmente los videojuegos como un tipo de medio donde se da una interacción entre el jugador y un software, Robert, un hombre de 28 años que juega habitualmente a videojuegos y se identifica como gamer, concluye que los videojuegos no sólo son una forma de arte reconocida, sino que son también “experiencias de vida”.

La categorización de los videojuegos como experiencias es, hasta cierto punto, también explorada y mantenida por varios estudiosos de los videojuegos. Así, la obra *Rules of Play* de Katie Salen y Eric Zimmerman trata principalmente sobre el diseño de experiencias para los jugadores, “entendiendo cómo un sistema formal de juego se transforma en una experiencia” (Salen and Zimmerman, 2004: 316). La experiencia es una noción clave en su definición de los videojuegos, que subraya que un diseñador de juegos no crea tecnología sino más bien “una experiencia” (Salen and Zimmerman, 2004: 87). Salen and Zimmerman, por lo tanto, equiparan videojuegos con experiencias, asumiendo que jugar un videojuego es igual a tener una experiencia particular.

Otros autores como Ian Bogost (2007: 35) sugieren que las representaciones de la realidad que implican los videojuegos, aunque no idénticas a lo que podríamos entender por una “experiencia real”, son capaces de simular “procesos culturales y físicos reales o imaginados”. Es más, según él, la interactividad propia de los videojuegos los situaría en las posiciones más altas de una teórica escala de “intensidad experiencial”. Basándose en el trabajo del psicólogo Charles Hill (2004) y su continuo de vivacidad, Bogost (2007: 34-35) sitúa los videojuegos entre *experiencia real* (en primer lugar en la escala) e *imágenes en*

movimiento y con sonido (en segundo lugar). En este caso, Bogost parece alcanzar una conclusión plausible: que los videojuegos son un tipo de experiencia similar, pero no igual, a lo que podríamos llamar, en ausencia de un término mejor, una experiencia de la vida real. Igualmente, Grodal (2003: 129) argumenta que los videojuegos son “simulaciones de modos básicos de experiencia de la vida real”.

De este modo, distintos actores que forman parte de la cultura del videojuego, incluyendo académicos, jugadores, profesionales de los medios, y quienes trabajan en la industria, expresan que cuando están estudiando, jugando, escribiendo sobre, y diseñando videojuegos, lo están haciendo sobre todo en términos de *experiencia*. ¿Pero por qué podemos afirmar que los videojuegos son experiencias? En este texto desarrollaré las principales razones por las que esto ocurre. En primer lugar, gracias a un proceso de traducción, los videojuegos nos permiten conectar con otras realidades que pueden ser (parcialmente) desconocidas para nosotros. Segundo, a menudo nos encontramos experiencias de juego que son narradas de un modo similar a cómo contaríamos un viaje, una anécdota o cualquier otro tipo de experiencia vivida. Tercero, los videojuegos requieren con frecuencia que el jugador participe activa y explícitamente en el proceso de juego, incrementando así su sensación de estar ante una experiencia vivida.

Además, como mostraré a continuación, los videojuegos no son ajenos a una tendencia social más amplia que ve la realidad en términos de un conjunto de experiencias diseñadas.

2. La realidad social como un conjunto de experiencias diseñadas

La ya mencionada obra de Salen y Zimmerman (2004), *Rules of Play*, es un libro principalmente sobre diseñar videojuegos como experiencias, algo que ellos mismos reconocen al afirmar que el diseño de experiencias “un principio fundamental del diseño de videojuegos” (Salen and Zimmerman, 2004: 314). Los videojuegos son entendidos como experiencias y, lo que es más, constituyen el epítome de una tendencia que atraviesa actualmente nuestras sociedades: entender lo social como un conjunto de experiencias diseñadas.

Vivimos, por lo tanto, en una época en la que la producción de experiencias diseñadas es, a todos los niveles (social, cultural, económico y político), una constante. Los economistas Pine y Gilmore (2011) consideran que desde finales del siglo XX ha emergido un nuevo tipo de economía basada en la producción de experiencias. Esta *economía de la experiencia* consiste en ofrecer experiencias escenificadas a los clientes, o *prosumidores* (Toffler, 1981) en tanto que las experiencias son co-creadas, en lugar de bienes (economía industrial) o servicios (economía de servicios): “en un mundo saturado con bienes y servicios completamente indiferenciados, la mayor oportunidad para la creación de valor añadido descansa en la puesta en escena de experiencias” (Pine and Gilmore, 2011: ix).

Para estos autores, el valor residiría en la propia experiencia vivida, porque incluso aunque la experiencia termina al final de la actuación, su valor perdura “en la memoria del individuo que ha participado en el evento” (Pine and Gilmore, 2011: 18). En sus propias palabras, mientras “las materias primas son fungibles, los bienes tangibles y los servicios intangibles, las experiencias son memorables” (Pine and Gilmore, 2011: 17). De acuerdo con estos autores, los orígenes de este proceso pueden encontrarse en *Disneyland* y los muchos parques temáticos que aparecieron

después. Sin embargo, el rápido desarrollo de las nuevas tecnologías ha fomentado “todo un conjunto nuevo de experiencias, tales como videojuegos, juegos online, atracciones basadas en el movimiento, películas 3D, mundos virtuales, y realidad aumentada” (Pine and Gilmore, 2011: 4). En este sentido, los videojuegos y ensamblados biotecnológicos similares parecen ocupar el escalafón más alto de esta nueva codificación de la realidad social como conjunto de experiencias diseñadas.

No obstante, esta tendencia va más allá del mero entretenimiento. El turismo y el patrimonio cultural son, por ejemplo, áreas que han sido particularmente permeadas por esta puesta en escena y *empaquetado* de experiencias. Una de las formas en las que el patrimonio es representado es a través de los procesos que recrean y transmiten un conocimiento sobre su realidad, incluyendo las experiencias y emociones que comunica. Esto incluye casos como aquellos que recrean escenas de la vida cotidiana de diferentes épocas junto a restos arqueológicos, edificios, sitios históricos o monumentos. Tanto los que llevan a cabo la representación como aquellos que la observan participan en una *performance* cultural que implica la construcción de sentido (Smith, 2006: 68) a través de la experiencia que están ayudando a crear. También hay sitios de patrimonio que simulan la experiencia de esos universos sociales ya extintos o en riesgo de extinción. Por ejemplo, ése es el caso de un territorio-museo que gira en torno a la industria del hierro en el País Vasco (Muriel, 2015: 280-282), donde se reproducen algunos de los espacios sociales más relevantes de los años 50 —un dormitorio de una casa de clase obrera, un aula, una capilla—. Así, algunos de los referentes más importantes de esa época son invocados: trabajo, educación, religión. Todo ello se escenifica donde tuvo lugar, recreando su existencia social e incluyendo sus edificios, estéticas, lenguajes,

prácticas y objetos. El patrimonio cultural es, en este sentido, como la mayoría de videojuegos: el diseño y escenificación de experiencias que no hemos tenido la oportunidad de vivir o que ya no es posible experimentar. Igualmente, es posible encontrar escenarios similares en el ámbito del videojuego, como el que describe el director de un museo sobre videojuegos:

Hemos construido un entorno como el de un típico arcade de juegos de los 1980, y tienes la sensación que estás entrando dentro de un arcade. También hemos implementado este diseño en otras habitaciones, donde mostramos los entornos de habitaciones privadas, dormitorios de los 70, una habitación de juegos de los 80, y un dormitorio de los 90, que también representan hitos importantes en la cultura del videojuego. Y, por lo tanto, la gente puede entrar en estas habitaciones y pueden jugar a las consolas y ordenadores originales allí (Carl, hombre, 48 años).

Incluso el acto de jugar a videojuegos tal y como se hacía en el pasado se ha convertido en una experiencia. En un sentido similar, hemos sido inundados por productos turísticos que nos venden experiencias empaquetadas para el que busca emociones fuertes, el *gourmet*, el *sommelier*, el deportista, el *connoisseur* o el hedonista. Es más, esta tendencia también alcanza otros aspectos de nuestra realidad social, tales como las relaciones sociales (donde las interacciones sociales se traducen en la acumulación, exhibición, y producción de experiencias en redes sociales y aplicaciones de citas), la política (ciudadanos involucrados en experiencias de democracia participativa a través de proceso de voto online y discusión de documentos políticos, asambleas ciudadanas, y activismo de redes sociales), y el trabajo (usando métodos de *gamificación*, *coaching* y autoemprendimiento).

Así, todo tipo de prácticas están siendo convertidas en experiencias diseñadas para ser escenificadas. La puesta en escena juega, entonces, un rol central en la creación de experiencias. A

principios de la década de 1970 MacCannell acuñó el concepto “autenticidad escenificada” [staged authenticity] para aludir a un tipo de experiencia que “se produce a través del uso de un nuevo tipo de espacio social que está apareciendo por doquier en nuestra sociedad” (MacCannell, 1973: 596). Un espacio social que es una suerte de trastienda escenificada, que ofrece a los visitantes la sensación de que se les “permite observar detalles de las operaciones internas que sostienen a una institución comercial, doméstica, industrial o pública” (MacCannell, 1973: 596). Estos escenarios crean una experiencia de autenticidad que, de algún modo, subvierten la dicotomía entre las regiones frontal y trasera imaginadas por Goffman (1956). Esto lo hace dejando que los participantes se muevan dentro de espacios que han sido puestos en escena para que parezcan regiones traseras o, directamente, dejándoles echar un vistazo a las trastiendas de esas mismas situaciones sociales. Es la puesta en escena lo que hace la creación de experiencias posible.

Casi cuatro décadas más tarde, MacCannell (2011: 13) revisitó su concepto de *autenticidad escenificada* y llegó a la conclusión que esas formas culturales que habían sido imaginadas para los turistas —tal y como acabamos de ver un poco más arriba, el turismo es uno de los primeros sectores en vender experiencias a gran escala— se están expandiendo “fuera del turismo a todos los recovecos de la sociedad”. Añade, además, que la experiencia turística escenificada es “la versión beta test de una emergente cultural global”. El hecho de que use un símil, el de la *beta test*, propio del desarrollo de software, particularmente popularizado por los videojuegos, resulta de gran importancia: toda experiencia diseñada ha de ser testada antes de su lanzamiento y, lo que es más, está apuntando (quizás de forma no intencionada) a que la cultura del videojuego es la actual versión beta de esta cultura emergente.

A este respecto, no es sorprendente que Pine y Gilmore piensen que la película *The Game* (Fincher, 1997), que representa una suerte de videojuego en la vida real, muestre la definitiva “orquestración de una experiencia compleja — escenificando unos eventos diversos, atractivos, integrados, cautivadores y memorables” (Pine y Gilmore, 2011: 65). Otros filmes como *ExistenZ* (Cronenberg, 1999), *Thirteenth Floor* (Rusnak, 1999), o la trilogía *Matrix* (Wachowski y Wachowski, 1999-2003), junto con otros trabajos más recientes en televisión como *Westworld* (Nolan y Joy, 2016) o *Black Mirror* (Brooker, 2011), ahondan en esta idea de que el máximo exponente de la experiencia diseñada es el videojuego o, al menos, muy similar a lo que sería un videojuego. Los videojuegos se han convertido en el prototipo de la realidad social como conjunto de experiencias diseñadas en el siglo XXI.

De este modo, los videojuegos estarían a la vanguardia de esta tendencia, lo que apunta a una sociedad que ya fue (parcialmente) anticipada por teóricos postmodernos como Baudrillard. En su ensayo “La precesión de los simulacros”, Baudrillard (1994: 1-42) explora la noción de lo hiperreal, que supone la sustitución de lo real por modelos de lo real. De forma muy similar, los videojuegos pueden ser entendidos como una realidad social que carece de referentes, orígenes o sustancia más allá de su propia experiencia diseñada. Esto no implica que los videojuegos sean *simples* sustitutos de *experiencias de la vida real*. De hecho, los videojuegos son experiencias plenas con capacidades transformadoras: son experiencias sensoriales y emocionales basadas en la idea de vivir situaciones que, de otra manera, no tendríamos la posibilidad de vivir.

Por lo tanto, este giro hacia la sociedad entendido como un conjunto de experiencias diseñadas se ve muy claramente en el mundo de los videojuegos. Mientras que Pine y Gilmore (2011: 45)

aseguran que poner en escena experiencias es principalmente un trabajo de seducir a los clientes antes que entretenerlos, no es infrecuente leer en manuales de diseño de videojuegos que sus diseñadores deberían saber cómo trasladar “las complejidades de las reglas en una experiencia de juego cautivadora” (Salen y Zimmerman, 2004: 330). Esto es lo que los videojuegos se suponen que tiene que ser: diseños de experiencias cautivadoras que han de ser necesariamente actuadas.

3. Traduciendo experiencias

Es comúnmente aceptado que los videojuegos permiten a los jugadores acceder a (simulacros de) experiencias que no podrían tener de otro modo. Muchas de las personas entrevistadas expresaron, en un sentido u otro, que los videojuegos les facilitan todo tipo de experiencias que de otra manera no tendrían lugar. Un ejemplo de esto puede ilustrarse con cómo Frank (hombre de 42 años, desarrollador en gran empresa de videojuegos), implicado en el desarrollo de una conocida franquicia de juegos de coches, buscaba que los jugadores tuvieran una grata experiencia al permitirles experimentar “qué sentirían si condujeran un Ferrari”. También está el testimonio de Lara, una desarrolladora *indie* de 26 años, que habla de uno de sus videojuegos como “una experiencia que puede llegar a cambiarte” hasta el punto de provocar que el jugador llegue a decir “¡Hostias! Este juego me ha roto la cabeza, es increíble”. En un sentido similar, Marek (hombre de 40 años, desarrollador en un estudio *indie*), habla de su videojuego como “una experiencia reveladora”, ya que los comentarios que le llegan de aquellos que lo han jugado es que se trata de “una experiencia muy emotiva” o “catártica”. Esto ilustra cómo los videojuegos pueden funcionar a un nivel experiencial, algo que los jugadores

parecen buscar, tal y como Shaw (2014: 87) apuntó durante su investigación sobre culturas de juego marginadas: “Para muchos de los entrevistados, conectar con los personajes era, más que cualquier otra cosa, una cuestión de vivir una experiencia”.

Los videojuegos empujan a los jugadores a ponerse en la piel de otros, permitiéndoles experimentar el mundo (al menos parcialmente) desde su perspectiva. Sin embargo, los jugadores no experimentan exactamente lo que otros sienten o qué significa estar en una situación determinada. Después de todo, jugar a videojuegos es una experiencia mediada, no la experiencia en sí misma; pero al menos hace posible que el jugador conecte con otras realidades de modos diferentes. El grado de conexión puede variar significativamente: hay jugadores que pueden identificarse con algunos personajes y no otros, o su conexión puede estar más ligada a (partes de) la historia o la situación contadas; o quizás puedan conectar más fácilmente a un nivel emocional pero no cognitivo (o viceversa). En este caso, lo importante es que se establece una conexión y, al hacerlo, está haciendo posible el acceso a otros puntos de vista y facilitando entender situaciones, en principio, distantes (ya sean éstas reales o imaginadas).

De acuerdo con Salen y Zimmerman (2004: 316), crear grandes experiencias para los jugadores “requiere entender cómo un sistema de juego formal se transforma en uno experiencial”. Por lo tanto, una vez que ha quedado establecido, al menos hipotéticamente, que los videojuegos son capaces de ofrecer recreaciones de otras —reales o imaginadas— experiencias a los jugadores, la cuestión es la siguiente: ¿Cómo lo hacen? ¿Cómo canalizan todas esas ricas y variadas experiencias a aquellos que van a entrar en contacto con ellas? La respuesta a esas preguntas descansa en un proceso de traducción que convierte experiencias específicas en experiencias videolúdicas.

Una de las personas entrevistadas, Minerva (mujer de 37 años, desarrolladora en un estudio *indie*), relata cómo en el diseño de sus videojuegos utilizan la entrevista para “obtener experiencias personales” que después emplean como parte de la historia que van a contar y para hacerlo de un modo que “convierta la historia en auténtica”. En particular, en su estudio se acercaron a otras personas para reunir un conjunto de historias personales, asegurándose así de que capturaban apropiadamente sus experiencias y, de esta forma, estaban bien posicionados para *volcarlas* dentro del juego.

Como ejemplo de este enfoque, Minerva narra la forma en la que intentaron reproducir dentro de su obra un fragmento en el que se muestra la experiencia de una chica adolescente que les dice a sus padres que es lesbiana y está en una relación amorosa con otra chica. En esa parte del juego se puede observar cómo los padres reaccionan, enumerando las diversas formas de negación que son capaces de articular en relación con la sexualidad de su hija: “eres demasiado joven para saber lo que quieres”, “sois sólo amigas”, “todavía no has conocido al chico adecuado”, “es una fase”. Minerva explica cómo usaron la experiencia personal de alguien a quien conocían para dar sentido a esta parte:

Ella no tuvo una gran experiencia cuando le contó a sus padres que era lesbiana y muchas de las cosas que ella reprodujo sobre lo que sus padres dijeron en ese momento fue súper pedagógico. Nosotros intentamos basar lo que estábamos escribiendo en eso, en esas experiencias vividas. O sea, es muy importante salir e investigar cuando estás describiendo una situación que tú no has vivido personalmente.

Si la experiencia que los desarrolladores buscan reproducir en un videojuego no es conocida por ellos directamente, intentan superar esas limitaciones alimentándose de las experiencias de otras personas: son recolectores de experiencias, usándolas como

material en bruto para el diseño de sus propias experiencias de juego.

De forma similar, en *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) hay una fase del juego en el que se describe la situación de una chica tetrapléjica y su familia. Somos testigos de, entre otras muchas circunstancias cotidianas, cómo vive, de sus problemas de movilidad y salud, del impacto emocional en su familia y de sus problemas financieros. En un determinado momento, se pide al jugador que la ayude a morir. Esta situación tan intensa, que gira alrededor de personas con gran dependencia y cuestiones como la eutanasia, fue también una experiencia que los desarrolladores intentaron fundamentar en experiencias vividas por otras personas. En una entrevista, Raoul Barbet, *game director* de *Life is Strange*, se refiere a ese momento particular en el juego y cómo “investigaron a fondo el tema” de la misma forma que “hicieron con todos los temas que el juego aborda”. Barbet también añade:

Era importante tratarlo con respeto y mostrar que somos precisos con el tema. Estudiamos equipos domésticos especializados, leímos blogs sobre personas con discapacidad y preguntamos cuál era su instalación en casa. Uno de los diseñadores del juego había tenido problemas familiares similares a los que están presentes en el juego en ese momento, pero tenemos que ser muy cuidadosos como desarrolladores y creadores de no hacer del tema algo demasiado *jugable*. Esto podía ser visto como algo irrespetuoso, y realmente queremos hablar sobre este tema y, en ocasiones, poner al jugador en una posición realmente difícil, haciéndoles pensar sobre ello (Diver, 2016).

Los videojuegos consisten en una trasposición de experiencias que son transformadas, mediadas y adaptadas a un medio distinto con el objetivo de crear nuevas experiencias. Por esta razón, Bruce (hombre de 47 años, director de un centro cultural sobre videojuegos) cree que alentar la presencia de un amplio rango de

voces más allá de las típicas que podemos ver en el mundo del videojuego, que muestren “diferentes experiencias vitales”, enriquecería y diversificaría la cultura del videojuego, tornándose “más representativa del mundo”. Se trata de capturar un abanico de experiencias más diverso porque esto resultará en nuevas experiencias mediadas. Los videojuegos son, en este sentido, experiencias de experiencias.

4. Narrando experiencias

Cuando Benjamín, un hombre de 24 años y director de un documental sobre videojuegos, habla de cómo llegó al título final para su película, está situando claramente los videojuegos en el ámbito de las experiencias y, más en concreto, en el campo de las experiencias narradas:

Entonces lo estuve hablando con unos cuantos compañeros y decidimos que (...) era un título con gancho y que además era fiel. Porque estaba yendo más allá de lo que era jugar y estabas hablando de lo que era vivir y de lo que era narrar una experiencia de ese videojuego.

El documental es una colección de diferentes individuos, incluyendo jugadores de videojuegos, desarrolladores, profesionales de los medios, académicos y artistas narrando sus experiencias de juego en relación con sentimientos y momentos particulares. En particular, el film gira alrededor del miedo, la rivalidad, la tristeza, la risa o la ira entre otras emociones, que han de interpretarse como lo haríamos con cualquier otra experiencia vital. Para Benjamín está claro que, a la hora de entender qué supone evocar experiencias de juego, éstas no pueden equipararse con aquellas que podemos encontrar en otros productos culturales, sino más bien en eventos que ocurren en nuestras vidas cotidianas:

No son iguales las conversaciones sobre películas o sobre música que sobre videojuegos. Lo de los videojuegos se parece más a recordar un viaje, una fiesta de cumpleaños o algo así. En ambas cosas coincide porque, aunque sea a través de un mando y de una pantalla, tú lo estás viviendo igual que viviste ese viaje o esa fiesta.

Esta parece ser una constante entre quienes juegan a videojuegos. Alguien que apareciera en mitad de una conversación en la que una persona está narrando sus experiencias de juego, podría llegar a tener dificultades en saber si esa persona está hablando de una experiencia de *la vida real* o una experiencia de juego¹. Los jugadores hablan en términos de *qué ocurrió* y *qué hicieron* o *sintieron* cuando estaban jugando a un videojuego. Esto incluye, muchas veces de forma simultánea, sucesos que ocurren en el mundo de juego y lo que está ocurriendo en el espacio que están ocupando en ese momento.

No es sorprendente, por lo tanto, observar jugadores de videojuegos hablar en primera persona cuando recuerdan lo *que hicieron* o lo *que les pasó* en el mundo de juego. Es fácil encontrar varios casos de este comportamiento en el documental de Benjamín. Por ejemplo, en una sección de la película centrada en el miedo, uno de los participantes narraba su experiencia con *Dark Souls* (FromSoftware, 2011), expresando cuán aterrorizado estaba de morir en el juego²: “No quería morir. Tenía miedo de morir”. Lo decía como si él fuera quien estaba en riesgo de morir en lugar del personaje que estaba controlando. De forma similar, una de las personas entrevistadas durante mi investigación recordaba la

¹ La distinción aquí es más analítica que empírica, puesto que, obviamente, jugar a videojuegos forma parte de la vida “real” cotidiana.

² *Dark Souls* es un título conocido por ser muy exigente y que penaliza enormemente las muertes de los jugadores.

experiencia que había tenido mientras jugaba a *Call of Duty 4: Modern Warfare* (Infinity Ward, 2007):

Te estás arrastrando por el suelo y piensas: “¿qué es lo que tengo que hacer? ¿Tengo que ir al hospital?”. El personaje que tú controlas no tiene sus armas y simplemente te estás arrastrando por el suelo. En plan, “¿qué hago? ¿Cómo sobrevivo a esto?”. No puedes, literalmente. Simplemente te arrastras durante un rato y entonces te mueres y ya cambias a otro personaje. (Ilie, hombre de 28 años, diseñador de videojuegos *indie*).

Aquí, Ilie, está constantemente cambiando entre la segunda y la primera persona. Entre ese “tú” impersonal, el recipiente del sujeto activo (ya sea él mismo o cualquier jugador potencial que podría vivir esa experiencia), y esas cuestiones en primera persona que se refieren al proceso mental que él vivió, que es otro signo de lo que significa narrar una experiencia. Incluso cuando se introduce distancia en el relato, mencionando la existencia de un personaje que el jugador controla, se cubre rápidamente: “El personaje que tú controlas no tiene sus armas y simplemente te estás arrastrando por el suelo”. En la misma oración, la diferencia que se había establecido al principio se diluye antes de finalizar.

Así, incluso aunque el acto de jugar a videojuegos sea una experiencia tecnológicamente mediada —como muchas otras experiencias—, el foco se encuentra siempre en la construcción de una experiencia vivida. El modo en el que hablamos sobre ello apunta, sin duda, a esa conclusión.

5. Actuando las experiencias

Parece que la idea de interactividad se asocia con los videojuegos de forma más intensa que otros productos culturales porque requieren, normalmente, de la participación activa de

aquellos que los consumen. Reconociendo que los videojuegos necesitan comúnmente la interacción, o al menos son transformados de forma más profunda por sus usuarios en mayor medida que otro tipo de trabajos, no considero que haya que asumir que libros, películas, programas de televisión y otro tipo de medios estén únicamente reproduciendo esquemas de consumo y apropiación cultural pasivos. Sin embargo, sí cabe alinearse con aquellos que apoyan la idea que los videojuegos puede ser también experiencias porque los jugadores tienen que (generalmente) participar activamente en los mecanismos que los hacen funcionar. Los jugadores de videojuegos son, sin duda, *intérpretes* de la experiencia de juego, es decir, son ellos los que tienen que actuar para materializar la experiencia de juego.

En este sentido, Salen y Zimmerman presentan tres definiciones de experiencia que extraen del *American Heritage Dictionary* en los que se presupone una idea de compromiso activo:

1. La aprehensión de un objeto, pensamiento o emoción a través de los sentidos o la mente;
2. Una participación activa en eventos o actividades que lleven al desarrollo de conocimiento o destrezas;
3. Un evento o serie de eventos en los que se ha participado o vivido.

Estos autores resumen esta entrada de diccionario del siguiente modo: “la experiencia es participación” (Salen and Zimmerman, 2004: 314). No habría, por lo tanto, experiencia sin la participación activa en los eventos que dan lugar a ella. Esto no significa que cuanto más activos somos en una situación dada más vívida o intensa será la experiencia, pero un cierto nivel de participación es no obstante necesario. Este punto de vista es compartido por muchos de los entrevistados, como Chris (hombre

de 26 años, asiduo jugador de videojuegos), quien define los videojuegos como “una experiencia interactiva que tú juegas a través de algún tipo de consola o medio interactivo”. La interactividad es fundamental es la mayoría de las definiciones dadas por los entrevistados del videojuego como experiencia mediada:

En cierta medida, el videojuego es un tipo de medio, una serie de experiencias en base a una pantalla, que con toda seguridad necesita de interacción y en el que la interacción puede cambiar y ajustar el flujo de material que tú obtienes de esa pantalla (Charles, hombre de 54 años, director de un máster sobre desarrollo de videojuegos).

Charles está sugiriendo que los videojuegos son experiencias mediadas tecnológicamente que se realizan a través de una necesaria interacción. Similarmente, y tras analizar obras como *Minecraft* (Mojang, 2011) y *Don't Starve* (Klei Entertainment, 2013), Brigid Mary Costello define el videojuego como un tipo de experiencia rítmica. Según esta autora, si el jugador quiere jugar a un videojuego, “tiene que prestar atención a los ritmos del juego y modular su comportamiento para sincronizarse con los ritmos de acción y respuesta que el videojuego requiere” (Costello, 2016: 4). Así, el acto de jugar videojuegos implica una coreografía encarnada entre el jugador y la obra. Algunos títulos requerirán “una actuación rítmica y precisa” mientras “otros darán espacio a los jugadores para jugar con los ritmos de forma expresiva” (Costello, 2016: 4). Siguiendo la metáfora del ritmo, la experiencia interactiva de jugar podría así ser descrita como una marcha rítmica por la que el jugador “puede sentirse en o fuera de sincronía y en o fuera de control” (Costello, 2016: 5).

Los videojuegos son, por lo tanto, experiencias porque han de ser actuadas; una actuación que implica a los jugadores, el

videojuego, la pantalla, otras personas, el espacio en el que la acción tiene lugar, los mandos, los muebles, la iluminación, el sonido, la conexión a Internet, otros dispositivos, interrupciones potenciales, experiencias pasadas, manuales, guías, conversaciones y muchas más cosas. Jugar videojuegos es una experiencia actuada que comprende un escenario, un guion y un conjunto de actores originales y diversos.

La idea de *actuación* [enactment] es una poderosa noción usada por científicos sociales porque cubre un gran número de interacciones sociales y alude a específicas premisas ontológicas que, en línea con la teoría del actor-red y otras tradiciones postestructuralistas, es útil para entender el videojuego como experiencia. Siguiendo a Muriel (2016), la atención de la sociología —y otras disciplinas afines— deberían dirigirse a las *mediaciones* que son las que hacen la existencia social posible. Las mediaciones son los mecanismos que sostienen y reproducen las realidades sociales de una forma activa, esto es, lo social, “se desvanece cuando deja de ser actuado” (Latour, 2007: 37). Esto significa que incluso las formaciones sociales más institucionalizadas se desvanecerían rápidamente si las mediaciones que las hacen posible no estuviesen reproduciéndolas constantemente. Los videojuegos no son una excepción. Para que puedan emerger, la experiencia de juego ha de ser actuada, creando un complejo ensamblado social, biológico y tecnológico de distintas mediaciones.

En su análisis de *Escape from Woomera* (EFW Collective, 2003), un *serious game* que muestra la situación de buscadores de asilo en un centro de detención para inmigrantes en Australia, Cindy Poremba lo describe como un ejercicio de traducción de una realidad difícil, muchas veces ignorada u ocultada de forma deliberada, en un videojuego (cuestión que ya vimos más arriba). Poremba explica cómo este tipo de experiencias de juego es,

además, participativa y actuada. La autora sugiere que los videojuegos “construyen sujetos-jugadores” porque el jugador no es “un observador objetivo sino un participante activo” (2013: 355). Poremba dibuja a este participante como un *intérprete* [enactor]. Esto significa que el éxito del videojuego descansa menos en un proceso de inmersión y más en “construir un conocimiento sobre la subjetividad actuada de los refugiados de Woomera, leído a través de la experiencia encarnada de los jugadores” (Poremba, 2013: 356).

La realidad es siempre una entidad activa, un *work in progress* que tiene que actuarse continuamente. Las realidades, después de todo, “no son seguras, sino que tienen que ser practicadas” (Law, 2004: 15) y “actuadas” (Law, 2004: 38). La actuación es, entonces, fundamental para entender cómo diferentes aspectos de nuestro mundo trabajan. Es, además, una noción clave de cualquier experiencia dada y, particularmente, de aquellas que implican una experiencia encarnada como la del videojuego. Los videojuegos entendidos como experiencias no son entidades que existan independientemente del acto de jugarlos. Todo lo contrario, los videojuegos son también actores en un sistema que crea la experiencia de juego a través de su actuación, con la participación activa de todos los actores involucrados en el proceso: jugadores, hardware, software, periféricos, espacios físicos y virtuales, y muchos otros participantes.

6. Conclusiones

En este artículo he explorado la idea de los videojuegos como experiencia. En general, si buscara identificar cuál era el elemento crucial en toda definición de videojuego, incluidas las más

elementales, éste sería la idea de los videojuegos como *experiencias diseñadas* mediadas por algún tipo de tecnología digital. Esto me conduce a reconocer, al menos, tres formas en las que los videojuegos puede asociarse con la idea de experiencia.

Para empezar, los videojuegos pueden ser vistos como traducciones de experiencias (reales o imaginadas). Los desarrolladores a menudo se esfuerzan en investigar temas particulares para traducir las experiencias personales y sociales en experiencias de juego. Los videojuegos son, en este sentido, experiencias tecnológicamente mediados de otras experiencias.

En segundo lugar, visualizamos los videojuegos como experiencias porque, frecuentemente, los actores sociales narran sus encuentros con los videojuegos como ellos narrarían otras experiencias relacionadas con un viaje, una anécdota, una fiesta, un problema en casa o el trabajo, un paseo y un largo etcétera. Son parte del *pool* de experiencias de la vida cotidiana y así las contamos.

Tercero, la naturaleza interactiva de los videojuegos los hace calificar como experiencias, ya que han de ser actuados para poder existir. Esta actuación requiere de la participación de diversos actores, a los que se demanda interpretar una coreografía social que da vida a la experiencia.

Finalmente, como vimos al principio del artículo, los videojuegos conectan con, pero también lideran, una extendida tendencia social: entender la realidad social como un conjunto de experiencias diseñadas. Lo real, en términos sociológicos al menos, se está progresivamente convirtiendo en un repositorio de experiencias mediadas tecnológicamente. Y la lógica de los videojuegos está anticipando este proceso.

7. Bibliografía

- Baudrillard, Jean (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Bogost, Ian. (2007). *Persuasive Games*. Cambridge, MA: MIT Press
- Clark, Andy y Chalmers, David J. (1998). “The Extended Mind”, *Analysis*, 58: 10-23.
- Costello, Brigid Mary (2016). “The Rhythm of Game Interactions: Player Experience and Rhythm in Minecraft and Don’t Starve”, *Games and Culture*, doi: 10.1177/1555412016646668.
- Goffman, Erving (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh.
- Grodal, Torben (2003). “Stories for Eye, Ear, and Muscles: Video Games, Media, and Embodied Experiences” in Wolf, Mark J. P. and Perron, Bernard. *The Video Game Theory Reader*. London: Routledge, 129-155.
- Hill, Charles (2004). “The Psychology of Rhetorical Images.” In Marguerite Helmers and Charles A. Hill (editors). *Defining Visual Rhetorics*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 25-40.
- Latour, Bruno (2007). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Law, John (2004). *After Method. Mess in Social Science Research*. New York: Routledge.

- MacCannell, Dean (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings", *American Journal of Sociology*, 73 (3): 589-603.
- MacCannell, Dean (2011). *The Ethics of Sightseeing*. Berkley and Los Angeles: University of California Press.
- Muriel, Daniel (2015). "La mediación experta en la construcción del patrimonio cultural como producción contemporánea de «lo nuestro»", *AIBR*, 10 (2): 259-288.
- Muriel, Daniel (2016). "Toward a Sociology of Mediations: Impressionist Mapping and Some (Brief) Rules for a Sociological Method", *REIS*, 153: 111-126.
- Muriel, Daniel y Crawford, Garry (2018). *Video Games as Culture. Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. London: Routledge.
- Pine, Joseph y Gilmore, James H. (2011). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Bussiness Review Press
- Poremba, Cindy (2013). "Performative Inquiry and the Sublime in Escape from Woomera", *Games and Culture*, 8, 5: 354-367.
- Salen, Katie y Zimmerman, Eric (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Shaw, Adrienne (2014). *Gaming at the Edge. Sexuality and Gender at the Margins of Gamer Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Smith, Laurajane (2006). *Uses of Heritage*. London: Routledge.
- Swalwell, Melanie (2004). "A Conversation with the Developers of Escape from Woomera", *Scan Journal*, 1, 2: http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=28

Toffler, Alvin (1981). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. Bantam: New York.

8. Ludografía

Dontnod Entertainment (2015). *Life is Strange*.

EFW Collective (2003). *Escape from Woomera*.

FromSoftware (2011). *Dark Souls*.

Infinity Ward (2007). *Call of Duty 4: Modern Warfare*.

Klei Entertainment (2013). *Don't Starve*.

Mojang (2011). *Minecraft*.

9. Films y televisión

Brooker, Charlie (2011 to date). *Black Mirror*.

Cronenberg, David (1999). *Existenz*.

Fincher, David (1997). *The Game*.

Nolan, Jonathan ad Joy, Lisa (2016). *Westworld*.

Rusnak, Josef (1999). *The Thirteenth Floor*.

Wachowski, Lana and Wachowski, Lilly (1999-2003). *The Matrix (franchise)*.

Este mismo texto en la web

<http://revistacaracteres.net/revista/vol7n1mayo2018/experiencia>