

Los videojuegos: el gran negocio de la cultura contemporánea

RAFAEL OSÍO CABRICES ■ Periodista

Hace cuarenta años eran una curiosidad científica que solo conocían unos pocos. Hoy constituyen una industria global con ganancias similares a las del cine de Hollywood. Con notable variedad temática y amplia diversidad de públicos, los juegos de video han evolucionado con la tecnología para convertirse en un protagonista cultural del siglo XXI.

EL ÁVILA NO ESTÁ AHÍ y lo que se conoce como la capital venezolana es, en este mundo alterno del año 2017, la capital de una maligna superpotencia llamada La Federación, que lucha contra Estados Unidos por el control de lo que queda del Hemisferio Occidental. Caracas es hiperviolenta, eso sí, pero tiene grandes rascacielos y una riqueza inimaginable para quienes viven las tribulaciones de la Caracas verdadera.

Es un error, claro, uno de esos descuidos tan comunes cuando un extranjero imagina una ficción que incluye Venezuela. Caracas fue escogida como uno de los escenarios de *Call of Duty: Ghosts*, el videojuego publicado por Activision en 2013, que llamó por eso la atención de algunos venezolanos. Pero, más allá de eso, fue un nuevo éxito en la serie *Call of Duty*, una de las franquicias más notables —en términos técnicos y conceptuales, pero también económicos— del género de videojuegos conocido como «disparos en primera persona» (FPS, por sus siglas en inglés).

Call of Duty empezó en 2003 como un juego que brindaba la apasionante experiencia de sentirse parte de un escuadrón aliado durante la Segunda Guerra Mundial. Con precisión histórica y geográfica, *Call of Duty* permitía al jugador defender Stalingrado o invadir el norte de Europa para acabar con los nazis. La franquicia fue ramificándose, con un juego ambientado en la Guerra de Secesión de Estados Unidos (muy elocuente sobre lo que debió haber sido combatir con rifles que se cargaban con pólvora por el cañón), y pronto empezó a acercarse al presente. *Call of Duty: Modern Warfare* abandonó el registro histórico para plantear escenarios de conflicto verosímiles en el inestable mundo contemporáneo. La franquicia siguió adelante, con juegos cada vez más exigentes y complejos, que aprovecharon la nueva generación de consolas y la creciente capacidad de internet para ofrecer a los participantes un puesto en la primera línea de combate de lo que podrían ser las guerras de los años por venir.

Sin ser el más popular de la saga *Call of Duty: Ghosts* ha vendido unos veinte millones de copias y ha atraído a decenas de miles de equipos de jugadores *amateur* y profesionales (porque hay jugadores de video profesionales) a competencias en línea y convenciones. En el nuevo *Call of Duty: Advanced Warfare*, lanzado en septiembre de 2014, el actor Kevin Spacey aparece con su rostro y su voz como el líder de la malvada corporación a la que combaten los comandos de élite que protagonizan el juego.

No es necesario tener una consola Xbox para apreciar la calidad de estos juegos. Basta con asomarse a sus *trailers* en

YouTube. Los *Call of Duty* de hoy están muy cerca de la calidad visual y narrativa de una película. Lo mismo ocurre con la serie *Halo*, *FPS* de ciencia ficción, de la que se ha esperado durante años una versión filmica a cargo del neozelandés Peter Jackson, director de las sagas *El señor de los anillos* y *El hobbit*, y *Assassin's Creed*, de tema histórico y distintos escenarios, el más reciente de los cuales es la Revolución Francesa, para lo cual contrataron a historiadores como asesores.

Los videojuegos más avanzados han aprendido mucho del cine, y se le acercan en su capacidad de envolver al espectador; con una diferencia sustancial: uno no puede

Los videojuegos consisten en una forma narrativa compleja, abierta y absorbente en la que los destinatarios de la historia pueden participar. Casi ningún producto cultural humano ha hecho eso

intervenir, como espectador pasivo que es, en una película. Uno no puede hacer que Tom Cruise desnude a Nicole Kidman en *Eyes wide shut*. Pero en los videojuegos ese universo envolvente es susceptible a las decisiones del espectador: mediante los controles, puede influir en él, responder a sus desafíos y explorarlo, si es capaz de hacerlo.

Los videojuegos consisten en una forma narrativa compleja, abierta y absorbente en la que los destinatarios de la historia pueden participar. Casi ningún producto cultural humano ha hecho eso; al menos, no con la misma capacidad de evocación de una realidad alterna o, más bien, de evasión de la realidad inmediata.

La ampliación del conciliábulo

Como internet, los juegos de video iniciaron su historia en el secretismo de una instalación militar, y luego pasaron al círculo de unos pocos científicos hasta que algunos de ellos decidieron forzar los linderos de la nueva curiosidad que salía de sus laboratorios.

El primer videojuego que se vendió comercialmente — luego de unos pocos inventos que no salieron de los círculos de los especialistas— se llamaba *Computer Space* y salió al mercado estadounidense en 1971. Era un nuevo hito dentro de una vieja tradición, la del *arcade game* (la diversión de feria que incluye desde disparar a un pato de madera hasta el aún vigente *pinball*), y ofrecía un juego más bien difícil con una tecnología que para ojos del presente puede lucir primitiva: un televisor en blanco y negro empotrado dentro

de un mueble azul, sin microprocesador ni memoria, con solo unos comandos de botones que retaban al jugador a defender una nave espacial del acoso de dos platillos voladores. *Computer Space* llegó a vender apenas unas 1.500 unidades. Mucho más exitosa fue la primera consola para uso casero, la Magnavox Odyssey, que desde 1972 publicó 27 juegos diferentes.

La Magnavox Odyssey funcionaba con cartuchos ROM y se conectaba a un televisor. La misma ecuación que reprodujeron sus competidores de la compañía Atari, fundada por los creadores de *Computer Space*. De hecho, Magnavox acusó

La diversidad de canales que hoy ofrecen los juegos en línea o por descarga, las consolas y los equipos móviles inspiran estrategias de mercadeo cada vez más complejas

de plagio a Atari por el juego que hizo de los videojuegos un negocio de verdad: *Pong*. Dos líneas representaban las raquetas; y un símbolo, la bola. *Pong* se vendió por millones tanto en *arcade* como en consola casera e inauguró una industria que desde entonces no dejó de crecer, aunque tuvo un par de malos momentos a finales de los setenta y principios de los ochenta, que hicieron creer a algunos que los videojuegos eran una fiebre pasajera. Con juegos como *Space Invaders*, *Pac-Man*, *Donkey Kong* o *Asteroids* las cifras se multiplicaron. Los japoneses se unieron a la carrera. Empleados descontentos de las primeras compañías crearon firmas alternativas como Activision y gigantes del juguete como Mattel fundaron competidores de Atari como Intellivision.

En la explosión de los ochenta surgieron muchos de los géneros que hoy dominan el paisaje del videojuego: combate físico, acción, acción y aventura, simuladores de vuelo, carreras de autos, estrategia, guerra, rol y horror, mejor conocidos como *survival horror*. Y comenzaron las primeras relaciones con Hollywood, convocando a actores para hacer doblaje de voces en videojuegos o llevando algunos de ellos a la gran pantalla, en particular los de pelea.

Pero en esta historia la protagonista es la tecnología. La competencia japonesa-estadounidense marcó el ritmo de lo que pasaría desde aquellos primeros éxitos de Atari y compañía. La creciente capacidad de los computadores personales para almacenar y correr programas más complejos fue ayudando a que esta entusiasta industria, que ya generaba ganancias de varios miles de millones de dólares por año, conquistara nuevos linderos conceptuales mientras ampliaba su público. Los avances técnicos separaron las trayectorias de los *arcade* (que evolucionaron hacia salas que contenían equipos imposibles de tener en casa), las consolas y los computadores personales, y, en el camino, de los equipos portátiles como el GameBoy de Nintendo. Los discos compactos reemplazaron a los cartuchos, y las imágenes en dos dimensiones quedaron para los nostálgicos, superadas por un 3D cada vez más envolvente.

La aparición de internet y el teléfono celular aceleró el crecimiento de esta industria. De nuevo, esos dos canales significaron tanto logros tecnológicos como la ampliación de las fronteras creativas y comerciales. Los teléfonos celulares se lanzaron a esa arena no desde Japón o Estados Unidos, sino desde Finlandia, pues fue Nokia la primera fabricante que incorporó un videojuego a un móvil, en 1996. Hoy, los celulares son una parte sustancial, faltaba más, del mercado y del fenómeno: el éxito europeo *Angry Birds* conquistó sus millones de adictos por los teléfonos inteligentes. Ahora tiene hasta un parque temático.

La conexión a internet comenzó a utilizarse desde mediados de los noventa, cuando la red apenas se extendía, en ciertos juegos de estrategia y para incorporar a otros jugadores en línea. Eso abrió el camino para lo que hoy es una de las tendencias mayoritarias en este mundo donde millones de personas, especialmente jóvenes, se conectan cada día o cada noche a un entorno administrado por un videojuego donde simulan tener otras identidades —sus avatares— y establecen vínculos con otros jugadores, cuyos nombres reales o nacionalidades nunca llegan a conocer.

La cultura gamer

El componente colectivo tiene una creciente relevancia. En *Destiny*, el usuario puede ir caminando por una ciudad dentro del paisaje del juego y encontrarse con otros jugadores (si está conectado a internet, claro está). Eso ocurre también en juegos de carrera o en *Naruto*, donde es posible ver a un personaje que ha sido creado por otro jugador. Los avatares pueden estar incluso ahí en piloto automático, si sus dueños no están conectados y no los están manejando.

Quizá el mayor exponente del impacto de internet en el negocio y la cultura del videojuego es *World of Warcraft*. Este juego de tema fantástico surgió hace una década y ha ido editando extensiones. Es un «juego de rol en línea multijugador masivo» (MMORPG, por sus siglas en inglés) de universo abierto: uno se suscribe y juega en línea por medio de un avatar en equipo o contra otros jugadores (millones de jugadores, de hecho). *World of Warcraft* ha tenido más de cien millones de suscripciones en su historia; en este momento están activas unas diez millones. Las ganancias de la saga —desarrollada por la empresa californiana Blizzard Entertainment— se calculan en unos 10.000 millones de dólares.

World of Warcraft es una subcultura en sí mismo. Su existencia es muy elocuente para apuntar algunas características de la subcultura de los *gamers*: la colaboración o competencia en línea, la identidad paralela que muchas veces se prolonga a las redes sociales y reemplaza la identidad real, la sintonía con una propuesta estética y narrativa que en unos casos es realista o hiperrealista (como en las sagas *Call of Duty* o *Battlefield*) y en otras es de ciencia ficción o de *survival horror* (como en *Halo*, *Destiny* o *Final Fantasy*, o como en *Silent Hill* y *Resident Evil*).

Esta subcultura absorbe formas y contenidos de la cultura popular, desde *trailers* y estéticas del cine hasta temas y personajes del manga japonés o de la ficción occidental, y a su vez influye en ella, al ceder historias para Hollywood y mercancía para los coleccionistas. Es un mundo con su prensa, sus asociaciones gremiales, sus convenciones y sus circuitos de formación. Sitios de internet como *gamebattle.com* ofrecen competir en línea, en distintos niveles. En la competencia internacional *Dota2*, el equipo ganador, de cinco chinos, se llevó un premio de cinco millones de dólares.

Es muy relevante aquí el periodismo especializado. La industria ha crecido tanto que necesita una cobertura exclusiva, aunque cada vez es más común encontrar blogs o columnas sobre este medio en publicaciones periódicas de interés general o de negocios. Uno de los medios digitales más influyentes, IGN, se encarga de cubrir muchos juegos y producir varios videos diarios para su canal de YouTube (con los que también reseñan series y películas). Las redes sociales han agregado efervescencia y también tensión al medio.

Los aficionados a los videojuegos, los *gamers*, pueden ser conocedores especializados, como la gente que los produce. Hay muchos detalles y mucha información que acumular, porque en verdad pueden ser realmente muy disciplinados

los creadores de videojuegos al enriquecer los universos que crean. Pero no todo es estética y acuciosidad histórica. *Assassin's Creed: Unity* ha sido elogiado por sus imágenes, pero muy criticado en la prensa y los comentarios de los usuarios por la cantidad de errores de sistema que tiene. Al parecer, Ubisoft estaba demasiado apurado por sacar el juego a la venta antes del Día de Acción de Gracias y no terminó de corregir sus fallas.

No todos los jugadores son iguales. Una cosa es la oficinista que juega *Angry Birds* en su celular en el camino al trabajo, y otra el *hardcore gamer*, que lee y ve reseñas, tiene un gran nivel de desempeño, compite y defiende (ardientemente) sus opiniones sobre juegos, consolas, personajes, etc. Entre estos últimos hay una rivalidad entre los jugadores de PC y los que prefieren las consolas. En materia de consolas, para esta gente cuentan las PlayStation de Sony y las Xbox de Microsoft. Las Wii de Nintendo son para niños, mamás, papás, que un *gamer* considera gente torpe que no entiende nada; es allí donde aparecieron los juegos que responden al movimiento del cuerpo, como los del dispositivo Kinect, hasta ahora sin mucho éxito comercial.

PlayStation y Xbox seducen a este creciente mercado de *gamers* dedicados, con equipos que se diferencian del Wii y los celulares por su apabullante sofisticación. Sony apela a la insaciable exigencia de equipos más y más potentes. Microsoft tomó el camino de convertir a la Xbox en un centro de entretenimiento que sirve para jugar, ver películas, conectarse a internet, mirar series en Netflix, etc. En noviembre de 2013, ambas casas lanzaron su octava generación de consolas, con la PlayStation 4 y la Xbox One. Sony ganó la justa vendiendo en las primeras seis semanas 4,2 millones de PlayStation, mientras que en ese periodo Microsoft vendió tres millones de Xbox.

Los géneros son más bien estables. Como en Hollywood, en el repertorio de los videojuegos hay repeticiones y reciclaje de éxitos comprobados, más que margen para el riesgo. El plomero Mario sigue haciendo de las suyas, al igual que el espía de *Metal Gear* y los policías matazombies de *Resident Evil*. Fenómenos que tienen una intensa vida en la cultura popular poseen también su presencia en los videojuegos, como *La guerra de las galaxias*, *El señor de los anillos*, *The walking dead* y *Game of thrones*. Los juegos de pelea, que pueden alcanzar niveles pornográficos de violencia, no son tan populares como lo eran hace cinco o seis años, o en su mejor momento, con los *Street Fighters*, *King of Fighters* y *Mortal Kombat* de entonces, cuando apenas aparecían los *SoulCalibur* y *Trekken*. Ahora están más de moda los *shooters*, el género donde están los títulos más impresionantes, y los de horror, como el escalofriante *Silent Hill*.

Un caso que no puede quedar fuera de esta historia es el de Lego. A finales de los noventa, la venerable compañía danesa de juguetes de construcción acompañó sus (por fortuna exitosos) esfuerzos de reinversión acercándose al mundo de los videojuegos. Con ingenio y mucho sentido del humor, los videojuegos de Lego fueron ganando adeptos, mucho más cuando incorporaron los universos temáticos que los acuerdos de licencia de los juguetes Lego agregaban a la marca: Lego Star Wars, Lego Lord of the Rings, Lego Indiana Jones, Lego Batman, etc. De ese éxito surgió la posibilidad de hacer una película, con el mismo tono e inteligencia que Lego había mostrado en los juegos. *The Lego Movie* se estrenó en febrero de 2014, costó unos sesenta millones de dólares y ha recaudado hasta ahora cuatro veces esa cantidad.

EL LADO OSCURO

World of Warcraft ha sido acusado de ser una fuente de adicción que aparta a quienes caen en ella de las relaciones personales directas, del mundo real. La preocupación por los videojuegos como una costumbre que aliena a los jóvenes y los priva de una vida productiva es con frecuencia alimentada con el nada nuevo caso de un *gamer* que muere por agotamiento, como ha ocurrido varias veces en Asia. Es una discusión que no cesará mientras los videojuegos se extiendan tanto en alcance como en complejidad y, por lo tanto, en capacidad adictiva para ciertas personas, sobre todo si avanzan nuevos horizontes tecnológicos como la realidad virtual, que resucitó como posibilidad con el equipo Oculus.

El otro asunto que suele rodear a los videojuegos es la violencia. En verdad, muchos abundan en ella, a menudo en un grado muy por encima de lo que la mayoría de los padres responsables aceptarían para el consumo de sus hijos menores. Los juegos están clasificados por recomendación de edad, pero el acceso a internet y la ausencia de comunicación efectiva con los padres puede someter a cualquier adolescente mínimamente competente con las computadoras a unas situaciones de juego en las que matan a personas inocentes o agentes de la ley, como en la popular saga *Grand Theft Auto*. Cuando decidió, sin mayor consecuencia, atacar un negocio que en Venezuela está sobre todo a cargo de la piratería, el gobierno no estaba inventando esa desconfianza. Eventos lamentables, como la masacre de la escuela Columbine en Estados Unidos en 1999 (en la que los dos perpetradores eran aventajados *gamers*), han contribuido a reavivar la controversia; de hecho, las familias de algunas de las víctimas de esa tragedia demandaron (sin éxito) a las casas productoras de los videojuegos que más usaban esos dos muchachos.

Como se ha dicho y se dice todavía de la televisión y del cine, y como antes se dijo de la radio y hasta de la literatura, los videojuegos son acusados por los sectores conservadores de incitar a la violencia en la sociedad contemporánea. Pero el más reciente escándalo que involucra a esta industria en la que solo 16 por ciento de los empleados son mujeres tiene que ver con otro problema: la misoginia, a grados criminales.

El escándalo #GamerGate arranca cuando se hace público que la desarrolladora *indie* Zoe Quinn es pareja de un periodista que cubre la industria, del sitio Kotaku. En varias redes sociales se extiende un acoso masivo contra ella, por parte de anónimos, que tienen en común la etiqueta #GamerGate. Había una historia previa de acoso contra ella cuando en agosto publicó un pequeño juego de su autoría basado en su experiencia de depresión. Pero un efecto bola de nieve trajo más y más hostilidad, así como jaques y amenazas directas de violación y muerte, que llegaron no solo al FBI sino a los medios tradicionales. La feminista Anita Sarkeesian, que ha hecho varios documentales en videos sobre la figura femenina o el acoso sexual en los videojuegos en red, también recibió amenazas de violación o asesinato con el #GamerGate.

Es difícil combatir el problema, por tratarse de anónimos en una cantidad incalculable. Pero varios analistas han apuntado a la razón de esta hostilidad, que recuerda en buena medida lo que las mujeres han tenido que sufrir desde que empezaron a reclamar igualdad de derechos en el siglo XX. Los teléfonos celulares y las consolas como el Wii democratizaron el uso de los videojuegos fuera de los *hardcore gamers*, y otras tecnologías hicieron posible que mucha más gente se convirtiera en autora de videojuegos. Las mujeres entraron a un mundo que era principalmente de hombres, y de hombres solitarios. Y ahora quieren hacerles pagar por eso.

Los pixels de la buena fortuna

Los videojuegos constituyen un *cluster* industrial más digital que físico, donde el *hardware* y el *software* se presionan el uno al otro en una interminable carrera hacia más progreso. Es una industria completa, una de las más prósperas del mundo y que lo tiene todo para ser una de las protagonistas del siglo XXI.

Es una industria global. Los japoneses y los estadounidenses han sido responsables de buena parte de esta historia, cada uno con sus escuelas respectivas y sus particularidades; influyen los unos en los otros, pero ya no están solos. Algunos de los grandes actores del negocio no vienen de Japón ni de Estados Unidos. Por ejemplo, Ubisoft es francesa y Electronic Arts es canadiense. De paso, estas compañías tienen sedes en varios países y contratan servicios de otras más regadas por el mundo. Solo en la ciudad de Montreal hay decenas de firmas de distinto tamaño dedicadas a los videojuegos; algunas tienen grandes operaciones con miles de empleados (Ubisoft y Electronic Arts, justamente, entre otras) y otras solo manejan procesos técnicos muy precisos o se encargan de revisar la funcionalidad o las traducciones que los editores principales han encargado a compañías de desarrolladores que están en Seúl o Bangalore.

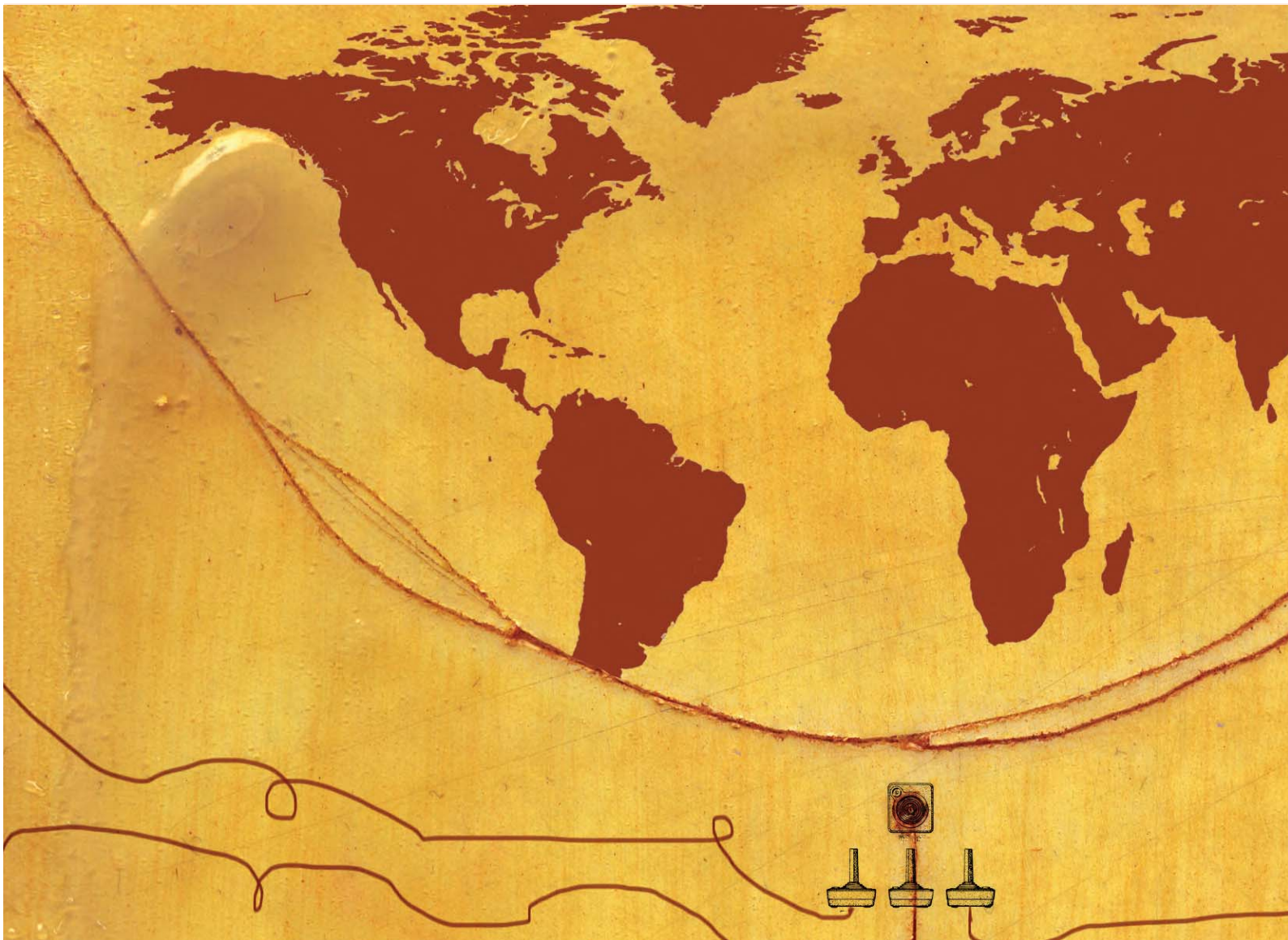
La diversidad de canales que hoy ofrecen los juegos en línea o por descarga, las consolas y los equipos móviles inspiran estrategias de mercadeo cada vez más complejas. La franquicia japonesa de espionaje *Metal Gear*, que empezó en 1987, ha hecho un camino propio que en cierto momento produjo hasta una novela gráfica digital, con algunos

elementos interactivos, que se leía (y se escuchaba) en dispositivos portátiles. La capacidad de los videojuegos para movilizar experiencias y atraer multitudes ha causado interés en otros ámbitos (otro reflejo de lo que ocurrió antes con

La capacidad de los videojuegos para movilizar experiencias y atraer multitudes ha causado interés en otros ámbitos (otro reflejo de lo que ocurrió antes con la prensa, la radio, el cine y la televisión, que se convocaron para la educación y la cultura)

la prensa, la radio, el cine y la televisión, que se convocaron para la educación y la cultura). Hay varias experiencias educativas y de divulgación que se valen de estas herramientas. Un desarrollador que perdió a su hijo a causa de un cáncer lanzó una campaña en Kickstarter para terminar de construir el videojuego que cuenta su historia (y puede incluir otros testimonios), titulado *That Dragon, Cancer*.

El negocio del videojuego pasó de 22 millardos de dólares en 2002 a 101,6 millardos en 2013. La industria del



cine ganó 88,3 millardos de dólares en 2013; y la decadente industria del disco, 1,5 millardos. *Grand Theft Auto V* vendió 800 millones de dólares en su primer día, tres veces lo que costó hacerlo. La cadena Wal-Mart anunció el lanzamien-

En los videojuegos el presente es un lugar peligroso, y el futuro también. Los relatos apocalípticos tienen una extendida presencia en los argumentos de estas historias

to de un programa de venta de videojuegos usados —un mercado que el coloso del detal calcula en dos millardos de dólares— para atender a los «117 millones de *gamers* que hay en Estados Unidos».

Destiny, desarrollado por Bungee y publicado por Activision, fue recibido por la prensa como el más caro jamás producido: unos 500 millones de dólares (en realidad, es la suma invertida en la construcción de lo que se espera sea una serie entera, que empezó con este primer *Destiny*). La revista *The Economist* ha explicado por qué las cifras de producción de esta industria han igualado a las de Hollywood:

la complejidad de los videojuegos exige más costos en recurso humano calificado, doblaje de voz de actores profesionales e incluso famosos, *focus groups* y demás pruebas para sondear las respuestas del público antes de editar las versiones definitivas. Además, los éxitos ya no vienen solo de los grandes editores. También están los independientes: los *indies*, que llaman. *Five Nights at Freddy's*, un juego sencillo que desafía a sus usuarios a sobrevivir cinco noches en un cuarto de vigilancia al ataque de malignos *animatronics* de un restaurante para niños, fue creado gracias a los aportes captados mediante una plataforma de *crowdfunding*. *Minecraft*, ya un pequeño fenómeno pop con franelas y coleccionables que ha vendido 54 millones de unidades en distintas plataformas, fue desarrollado por una pequeña empresa sueca que terminó siendo comprada por Microsoft por 2,5 millardos de dólares.

Más allá de su efecto en las vidas de las personas, o de su dimensión económica, ¿cuál visión del mundo muestran los videojuegos cuando se acercan a la realidad contemporánea o histórica, cuando trascienden los universos más bien inocentes de *Donkey Kong* o *Mario Bros*? Pues algo parecido a lo que muestra el Hollywood más irreflexivo: violencia a cargo de lo que en América del Norte son minorías étnicas, a menudo bajo el mando de poderosas conspiraciones (el terror a la plutocracia) o de organizaciones políticas terroristas de un borroso y amenazante Tercer Mundo. Es interesante ver cómo las noticias se introducen en el repertorio temático de los videojuegos de un modo parecido, pero no igual, a como lo hacen en el hoy muy estrecho registro narrativo del cine comercial. El héroe de *Watch Dogs*, de Ubisoft, es un *hacker*. Los villanos de *Battlefield* son narcos tex-mex. Y la trama del recién lanzado *Call of Duty: Advanced Warfare* describe un mundo acosado por la guerra entre una organización terrorista antiprogreso y una corporación de mercenarios —similar a las que Estados Unidos contrató para invadir a Irak— que termina desplazando a los gobiernos al erigirse como la única solución al conflicto que ella misma alentó en secreto.

En los videojuegos el presente es un lugar peligroso, y el futuro también. Los relatos apocalípticos tienen una extendida presencia en los argumentos de estas historias. Están los temas de la ciencia ficción que estremecen a la humanidad desde la Revolución Industrial —los peligros del progreso cuando viola ciertos límites y los experimentos crean pandemias o catástrofes naturales de alcance planetario— o los horrores de siempre, que han acompañado a la cultura por milenios: los muertos que regresan del averno para vengarse, la soledad en un entorno hostil.

Los videojuegos prosperan por su promesa protésica, su capacidad para proveer la ilusión de dotar de miembros artificiales que permiten hacer lo que siempre se ha soñado y no se ha podido: volar, teletransportarse, viajar por el universo o por el tiempo, infiltrarse en el centro de poder de lo que más odia, matar sin sentir dolor ni pagar consecuencias. Devuelven, como en la infancia, el placer de jugar a ser otro, desarrollar otras identidades más fascinantes y espectaculares, vivir (y morir) en paisajes de ensueño donde las leyes de la gravedad o la debilidad son mucho más flexibles. Como en las historias de superhéroes —y como los cantos homéricos habrán sido para los griegos de la Edad de Bronce— ofrecen brillantes imágenes de mujeres y hombres físicamente perfectos que bajo sus órdenes ejecutan hazañas apabullantes. ■

Ilustración: Gabriella Di Stefano

