



#PUENTE BIENVENIDO, H. y SEQUEIROS BRUNA, C. (2014). Poder y vigilancia en los videojuegos. *Revista Teknokultura*, 11(2), 405-423.

Recibido: 16-05-2014

Aceptado con correcciones : 04-07-2014

Aceptado: 27-07-2014

Link open review:

<http://teknokultura.net/index.php/tk/pages/view/opr-227>

Poder y vigilancia en los videojuegos

Power and Surveillance in Video Games

Poder e vigilância nos videogames

Héctor Puente Bienvenido y Costán Sequeiros Bruna

Universidad Complutense de Madrid

hector.puentebienvenido@gmail.com - costansb@gmail.com

RESUMEN

En el presente artículo se plantea un análisis sobre la evolución de los videojuegos multijugador desde la perspectiva de las relaciones de poder y agencia entre jugadores e industria del software lúdico. De este modo, recorreremos distintos períodos desde la etapa de dominio vertical inicial, alcanzando la creciente horizontalidad de la estructura actual, hasta llegar a las nuevas formas que están emergiendo y se vislumbran en un futuro cercano.

PALABRAS CLAVE

Comunidad, conflicto, emergencia, empoderamiento, juegos *online*.

ABSTRACT

In this article we explore the history of video games (focusing on multiplayer ones), from the perspective of power relationships and the ways in which authority has been exercised by the game industry and game players over time. From a hierarchical system of power and domain to the increasing flatness of the current structure, we address the systems of control and surveillance. We will finish our display assessing the emergent forms of production and relationships between players and developers.

KEYWORDS

Community, conflict, emergence, empowerment, online games.

RESUMO

No presente artigo se coloca uma análise sobre a evolução dos videogames multiplayer a partir da perspectiva das relações de poder e agência entre jogadores e a indústria do software lúdico. Desse modo, recorreremos a distintos períodos desde a etapa do domínio vertical inicial, alcançando a crescente horizontalidade da estrutura atual, até chegar às novas formas que estão emergindo e se vislumbram num futuro próximo.

PALAVRAS-CHAVE

Comunitárias, conflito, emergência, empoderamiento, jogos *on-line*.

SUMARIO

Introducción

El Gran Hermano

Juego de agencias y resistencias. El auge de la emergencia

Los ojos del futuro

Referencias

Ludografía

SUMMARY

Introduction.

The Big Brother

Games of agencies and resistances. The rise of the emergency

Eyes of the future

References

Ludography

SUMÁRIO

Introdução

O grande irmão

Jogo de agências e resistências. O auge da emergência

Os olhos do futuro

Referências

Ludography

Introducción

Las relaciones de poder y agencia en los videojuegos en red conforman un campo emergente que ahonda sus profundas raíces en el difuso mapa de la historia del videojuego en sí (Hui-zinga, 1954; Caillois; 1967; Aarseth, 1997; Salen y Zimmerman, 2004), y que está cobrando una progresiva importancia en el mundo actual tan tecnológicamente mediado (Latour, 1994; Lasén, 2012; Tirado Y Domènech, 2005) y remediado (Bolter y Grusin, 2000). Aún hoy, altamente denostado y percibido como un objeto banal, frívolo, por la cultura dominante, ha pasado a convertirse en la primera industria cultural española moviendo más dinero que el cine y la música juntos (AEVI, 2011).¹ Con lo cual, se ha ido convirtiendo cada vez más en un espacio de conflicto y construcción de las identidades de aquellos jugadores que invierten su tiempo en el mismo y cada vez construyen más relaciones en el interior de este campo.

Estas interacciones, sin embargo, no son neutrales y las dinámicas de poder, de conflicto y de lucha que se observan en el conjunto de la sociedad son también visibles en el mundo de los videojuegos. Por ello, creemos que analizar las estructuras y formas en que se produce el conflicto en el interior de los mismos es una forma de observar el modo en que el conjunto de la sociedad se prepara y experimenta nuevas formas de interacción, conflicto y poder. Lo cual convierte al campo (Bourdieu, 2008) de los videojuegos en uno de los campos pioneros de los cambios que más tarde se extenderán, o no, al conjunto de la sociedad, al ser capaz de crear nuevos capitales y *habitus* que luego pueden extenderse fuera del mismo.

Una vez realizada esta introducción, a lo largo del presente artículo, recorreremos la breve, pero intensa, historia de la vigilancia y el poder aplicada al ubicuo universo de los videojuegos. A partir de una observación extensiva (derivada de la experiencia de los investigadores como propios sujetos videojugadores) combinada con una dilatada revisión de literatura y datos secundarios, comenzaremos analizando brevemente las formas “clásicas” y tradicionales de poder y vigilancia en los *softwares* de entretenimiento, para a continuación dibujar el mapa de la situación actual de la industria (centrado en el modelo actual de poder y agencia). Finalizaremos trazando unas conclusiones que apuntan a cómo se está gestando el futuro del videojuego en la actualidad.

¹ Asociación Española de Videojuegos. Accedida el 4 de Junio de 2014 y disponible en: <<http://www.aevi.org.es/>>

En cuanto a los objetivos de investigación, trataremos de analizar cómo se han articulado las relaciones de poder entre la empresa y los individuos, los modelos de vigilancia y las opciones y consecuencias de la resistencia que estos han generado. Todo eso desde una perspectiva que combina la teoría sociológica aplicada con los enfoques de análisis crítico de los *game studies* (Taylor, 2006, 2007; Pearce, 2009; Hjorth, 2011) así como la teoría del poder más clásica (en especial, Foucault a lo largo de toda su obra). En el plano de lo metodológico, nuestros análisis se centraran en los juegos multijugador online y, más especialmente, los masivos (MMO's).²

Con esto dicho, es el momento de introducirnos al modelo clásico de control y organización que operó en los servidores de los primeros juegos masivos existentes.

El Gran Hermano

Hablar del comienzo de la creación del campo de los videojuegos en su faceta multijugador es el equivalente a hablar de los primeros modelos de poder que se han ido empleando en la sociedad. Nos encontramos así con que la primera estructura de poder era la de una jerarquía vertical, donde la empresa controlaba los distintos aspectos de la jugabilidad, así como las distintas formas en que la comunidad podía relacionarse con el juego. Era un modelo de control vertical estilo *top-down*, donde la empresa se situaba en el lugar que Orwell (1957) entrega a su Gran Hermano: en el centro, como el ojo que todo lo ve y todo lo regula.

Así, los primeros videojuegos masivos se asemejan en gran medida a la estructura que Foucault observa y describe en su introducción a *El panóptico* (Betham, 1979): en el centro de la estructura hay un vigilante que lo ve todo, y que puede controlar la acción de cada uno de los usuarios. En este caso, originalmente los vigilantes eran los *admins* o administradores de los juegos, que mediante su capacidad de control de la consola de edición y el acceso a los *logs* que registran toda la actividad que tiene lugar en los servidores, podían controlar y modificar las situaciones en las que se veían involucrados los jugadores, sancionando a aquellos que violasen las normas. Los jugadores, sin embargo, se encontraban en las celdas del panóptico y, por tanto, carecían del poder tanto de monitorizar como de responder al uso del poder por parte de los administradores aceptados en el sistema por la empresa propietaria del juego. El caso del *Ultima Online* (1997) es especialmente claro en este sentido, ya que fue uno de los primeros juegos en centrarse lo más posible en el uso único de los servidores oficiales.

² Siglas de *Massive Multiplayer Online* (Juego multijugador masivo).

Esta preponderancia de la empresa se beneficia de heredar una situación donde la mayoría de los juegos eran de un único jugador y, por tanto, no existía comunidad en ellos. Internet, por entonces, aún estaba en pañales en muchas de sus dimensiones, lo cual reforzó que aunque apareciesen las primeras comunidades de jugadores (por ejemplo en los MUSH), éstas tenían pocas herramientas para organizarse y coordinar sus esfuerzos, siendo en general bastante incapaces de responder al poder centralizado de la empresa.

Obviamente, estas comunidades, por pequeñas que fuesen, sí lograban abandonar el panóptico del servidor central controlado por la empresa, al colocarse en foros al margen de la misma, lo cual inicialmente creaba conflictos hasta el punto de que las empresas desincentivaban todo lo que podía la construcción de comunidades y páginas de *fans* lejos de su control (apoyando, por ejemplo, el establecimiento de revistas oficiales en vez de redes creadas por usuarios que no recibían publicidad ni modo alguno de visibilización). Los esfuerzos de la empresa resultaban eficaces para garantizar que su poder de resistencia a la centralización del poder fuera lo menor posible. En este sentido merece la pena reparar en el análisis de Taylor (2007) respecto a los EULA (los contratos de licencia que aceptan los jugadores al jugar a un juego), donde todos los derechos de explotación y uso del juego eran únicamente propiedad de la empresa y se restringía todo lo posible cualquier uso posible del contenido del mismo en el exterior del circuito controlado por la misma.

Por tanto, la empresa no sólo servía como rey del panóptico a su servicio, sino que incluso iba más allá. Pudiendo controlar la experiencia de juego en todas sus dimensiones, el *gameplay*,³ la empresa se erigía eficazmente como el centro de un biopoder (Foucault, 2003) capaz de controlar las expectativas y los deseos de los usuarios, conformándolos en base a sus necesidades. Por supuesto, nunca llegó a ser un biopoder tan efectivo como el del Estado y su monopolio de la educación pública, en gran parte por la competencia de otras esferas capaces de construir la identidad de las personas (el Estado, los grupos de amigos, los medios de comunicación, etc.) y también por la competencia entre las distintas empresas de videojuegos, capaces de construir distintos discursos. Sin embargo, ello no debe hacernos olvidar que en esta época los videojuegos, y las empresas tras ellos, tenían gran capacidad de conformar la conciencia y de impactar de modo muy serio en sus usuarios: podemos recordar, por ejemplo, como el actor Robin Williams llamó a su hija Zelda en honor al icónico personaje de Nintendo. Así que las experiencias que las empresas diseñaban como juegos realmente se

³ El *gameplay* se refiere a la experiencia de juego pretendida por los diseñadores que emerge y se construye a partir del sistema formal de reglas existente.

transferían al usuario por medio de un proceso de inscripción (Foucault, 1983) que lograba que el usuario aceptase parte del discurso y lo interiorizase como suyo, pasando a formar parte de algunas de las dimensiones de su personalidad.

Y esto lo hacía de modo lineal, ya que en la primera etapa de los videojuegos la comunidad no tenía una capacidad de respuesta, de modo que todo lo que podía hacer era reflexionar críticamente acerca del mensaje que estaba recibiendo, pero no podía construir mensajes alternativos, ni oponerse en tanto comunidad, sino tan solo de forma individual. Todo esto creaba un campo de acción muy limitado para los jugadores, que se veían con muy poco capital de acción y con un *habitus* impuesto desde el exterior (Bourdieu, 2008) que les privaba de una capacidad de agencia real. Y la poca que les quedaba, como ocurría con la construcción de comunidades ajenas a la empresa, se veía de nuevo desincentivada e incluso combatida por los intereses monopolizadores de la empresa.

Se construye así un sistema donde su propia arquitectura (Lessig, 2009) servía para construir un modelo de poder claro, centralizado y jerarquizado, con la empresa en su cima. El protocolo TCP/IP servía en este sentido como una herramienta arquitectónica clara, ya que limitaba el acceso de los usuarios a los servidores con capacidad de manejarlos y, en aquel entonces, hospedar un MMO requería una capacidad fuera del alcance de los usuarios normales, con lo que debían recurrir al uso de los servidores oficiales en propiedad de la empresa. Incluso en aquellos casos donde no hacían falta servidores centralizados porque las partidas eran entre menos jugadores (el caso de los FPS,⁴ por ejemplo), la existencia de multiplicidad de servidores pequeños servía para evitar que se construyese una comunidad, al fraccionar al conjunto de los jugadores en muchos grupos que tenían poca o ninguna relación entre sí.

Todo esto, sin embargo, no quiere decir que la comunidad estuviera completamente desempoderada. Tenía cierto espacio de maniobra cuando se salía de los espacios controlados por las empresas, pero ese espacio era minoritario y, en la medida en que lo era, carecía de capital político como para poder modificar el campo de los videojuegos. Sin embargo, con el paso del tiempo, lo que encontramos es que los jugadores lentamente se van empoderando, crecen las comunidades exteriores a los juegos, aumenta la capacidad de los *hackers* y otros usuarios de modificar el contenido de los mismos y el conjunto de la industria comienza a cambiar pese a sus resistencias.

⁴ FPS significa *First Person Shooters*, los clásicos juegos de acción con cámara en primera persona herederos de Wolfenstein 3D (1992).

El punto de inflexión, probablemente, podríamos colocarlo en *Half-Life* (1998), el clásico juego de Valve que inaugura una comunidad de *modders* que hacen modificaciones al juego para construir juegos alternativos. Y de ahí surgen algunas modificaciones que hoy en día son franquicias por sí mismas: *Counter-Strike*, *Team Fortress*, *Day of Defeat*, *Natural Selection*,... No es el primer juego en tener *mods*, pero el impacto que estos tuvieron en la comunidad fue tan grande que Valve se encontró con que las ventas de *Half-Life* incrementaron exponencialmente gracias a ellos, hasta tal grado que realmente se puede decir que el juego vendió más por el interés de los jugadores en lo que hacía la comunidad que en lo que hacía la empresa por sí misma.

A partir de entonces, ante los ojos del mundo de las empresas, se abrió la puerta a la acción de los jugadores; al hacerlo se encontraron con que la comunidad podía pasar de ser un enemigo al que controlar y manejar para que compre tus juegos, a convertirse en una potencial fuente de atracción e interés hacia sus productos que, al final, se tradujese en un aumento de las ventas. No podían, así, ser tratados únicamente como súbditos/clientes, sino que hacía falta un nuevo modelo de relaciones.

Juego de agencias y resistencias. El auge de la emergencia

El auge de las comunidades de jugadores, y su progresiva toma de conciencia como actantes empoderados, junto a la paulatina liberalización y democratización de los *softwares* lúdicos e Internet, cambiaron radicalmente las reglas de la industria del videojuego. Desde unas relaciones de poder y control totalmente férreas y verticales (*top-down*), las productoras de videojuegos empezaron a preocuparse acerca de las crecientes demandas de la comunidad de jugadores. En línea con Taylor (2006), las comunidades de videojugadores, conscientes de su potencial importancia como agentes transformadores de la realidad, comenzaron a dejar de ser percibidas como meros consumidores pasivos por las grandes productoras (un ejemplo de ello serían las redes sociales de videojuegos como *Steam*), reconociendo, de este modo, la existencia de una agencia compartida entre productoras, jugadores, comunidad y dispositivos tecnológicos (Latour, 1994; 2012; Hjorth, 2011). Pero, ¿qué entendemos exactamente por agencia compartida en este contexto de poder y control? La agencia compartida haría referencia a la compleja red de mediaciones y actuaciones imbricadas y asimétricas donde lo humano y lo tecnológico confluyen, donde la materialidad y socialidad se diluyen en una difusa red de actuaciones interconectadas y recíprocas que ponen en cuestión los modelos jerárquicos de interacción.

En dicho contexto de progresivo empoderamiento de las comunidades de jugadores, las desarrolladoras de videojuegos empezaban a encontrar grandes dificultades para controlar a los jugadores en un espacio virtual que progresivamente se volvía más poroso, difuso y permeable. Los foros y comunidades online no oficiales crecían a un ritmo pasmoso que superaba, en muchos casos, a sus contrapartes oficiales. El fenómeno de la emergencia cultural (procesos emergentes *bottom-up*) manifestado principalmente a través del contenido generado por el usuario, se convirtió en un fenómeno tan significativo que revolucionó radicalmente la industria y subvirtió las relaciones de poder establecidas (extensión de foros y comunidades alternativas fuera de la vigilancia y ampliación del juego más allá de los límites del originales del mismo).

Sin embargo, tal y como veremos a continuación, los procesos emergentes van mucho más allá de la producción de contenido generado por el usuario o la subversión del sistema dominante (servidores de juego pirata, *cracks*, HUD's, vídeos *machinima*, *fandom*, *mods*, *skins* o guías y tutoriales). Es más, incluso las *affordances*⁵ del entorno virtual pueden ser utilizadas como formas de resistencia por los jugadores, ya que en ocasiones las interacciones que se establecen con los objetos del entorno virtual son rearticuladas por los usuarios con fines y utilidades bien distintas de las que fueron diseñadas en un principio.⁶ Existen, por tanto, multiplicidad de ejemplos de estrategias emergentes de resistencia.

¿Pero qué entendemos exactamente por emergencia cultural? Los procesos de emergencia en videojuegos (Pearce, 2009; Juul 2002; Salen y Zimmerman 2004) pueden ser entendidos como aquellos comportamientos no previstos, o ajenos al cometido con el que el juego ha sido diseñado, que surgen desde la propia comunidad de jugadores y que generan nuevas formas de práctica, experiencia y consumo. Frente a las visiones tradicionales que siguen considerando a los videojugadores como consumidores digitales pasivos (McVeigh, 2001; Stallabras, 2003), en realidad, los jugadores,

⁵ El concepto de *affordance* haría referencia a las posibilidades de interacción con un objeto, es decir, qué cualidades o atributos percibe un sujeto como susceptibles de interacción. Dichos atributos condiciona a su vez los modos de uso.

⁶ Un poco más adelante citaremos el ejemplo de la ciudad virtual de Forjaz en *World Of Warcraft* (2004).

no se limitan a adoptar las normas del juego como dadas, sino que crean regularmente sus propios caminos de consecución de logros y dan sentido a los marcos de juego de maneras no siempre previstas por los diseñadores

(Taylor, 2007, p.113).

La cultura emergente en los juegos puede tener muy diversas manifestaciones: desde la compleja relación entre múltiples interacciones sociales espontáneas y libres hasta la emergencia de interacciones sociales organizadas y deliberadas que dan muestra de la capacidad de agencia de la comunidad. Un ejemplo célebre de emergencia, citado por Pearce (2009), sería la protesta que llevaron a cabo un conjunto de jugadores en *World of Warcraft* (2004) en la que un gran número de guerreros de diferentes razas existentes (organizados a través de foros externos), insatisfechos con las modificaciones introducidas a través de un nuevo parche que les perjudicaba grandemente, decidieron reunirse en el centro de una de las ciudades virtuales del juego (Forjaz) a modo de protesta aspirando a colapsar la ciudad. En el proceso de protesta, los jugadores lograron inhabilitar el servidor temporalmente, pues éste no estaba diseñado para concentrar a una cantidad tan numerosa de jugadores en una misma localización simultáneamente. Es muy interesante la respuesta que dió Blizzard a dicha estrategia de resistencia, y que Pearce describe de la siguiente forma:

Game operator Blizzard, in the typically top-down approach of corporations, squelched any further uprisings by banning⁷ players found to be involved in or planning in-world protest

(2009, p.40).

Como se observa, Blizzard, en un acto típicamente despótico decidió *bannear* a los jugadores implicados, dando muerte virtual a los personajes de los jugadores. Este ejemplo refleja a la perfección la capacidad de agencia que detentan los jugadores (y su progresiva toma de conciencia) llegando incluso a enfrentarse a la “todopoderosa” compañía internacional. Afortunadamente, existen numerosos ejemplos en los que las demandas de la comunidad fueron escuchadas y satisfechas. Este tipo de resistencias, si bien aparentemente fallidas,

⁷ *Bannear* (del inglés ban) a un jugador, consiste en expulsar, total o parcialmente, a un usuario o cuenta eliminándolo de la lista de servidores (e hipotéticamente obligando al jugador a comprar una nueva cuenta para seguir jugando).

fueron calando e inscribiéndose (Foucault, 1983) entre los jugadores de tal manera que el nivel de presión sobre las compañías empezó a ser mucho más patente. La decisión cuasi totalitaria adoptada por Blizzard empezó a dejar de ser tan frecuente entre las empresas de la industria del videojuego, al encontrarse evidencias notorias de las consecuencias catastróficas que podía llegar a tener para las desarrolladoras enfrentarse a su propia “población” (sublevaciones y pérdida de jugadores). Derivado de ello, la industria del videojuego empezaría a ser mucho más receptiva ante las demandas surgidas, reconociendo, de este modo, la existencia de una agencia compartida con los jugadores. Así mismo, una de las consecuencias inmediatas serían los cambios paulatinos en las estrategias de vigilancia y control, virando hacia modelos claramente más horizontales y reticulares.

Otro de los fenómenos interesantes a desarrollar en el presente apartado se trataría de la incentivación de la aparición de comunidades de usuarios como medio para conseguir ventas. Las desarrolladoras empiezan a percibir a las comunidades de jugadores como plataformas de *marketing*, publicidad y potencial *testing (feed-back)* para el desarrollo continuado del juego. Pese a su gran popularidad en la actualidad, las prácticas conocidas como *beta-testing* (empleo de la comunidad de jugadores para poner a prueba los diferentes prototipos de juego) no siempre han sido un fenómeno extensivo y abierto. En origen, los *beta-testers* tendían a ser jugadores o testadores profesionales especialmente seleccionados (de hecho, tradicionalmente ha sido un fenómeno muy común encontrar departamentos de *testeo* entre las distintas compañías de la industria), mientras que en los últimos años, el modelo ha ido progresivamente virando hacia la incorporación masiva de todo tipo de jugadores (mediante *betas* abiertas o masivas) que han modificado las relaciones de poder establecidas. Por ejemplo, continuando con el caso de Blizzard, durante el lanzamiento de su último videojuego, titulado *Hearthstone: Heroes of Warcraft* (2014), cualquier jugador con cuenta en alguno de sus diferentes títulos disponibles podía solicitar su participación como jugador *beta-tester*.

Así mismo, otro de los campos donde se puede apreciar un notable cambio en los modelos de control serían los contratos de licencia de usuario. Los EULA, cada vez más flexibles y permeables, facilitan progresivamente la participación y creación de contenido por parte de jugadores que antaño fueron sancionados y hostigados por unas desarrolladoras que recelaban de cualquier tipo de intromisión y/o co-agencia. De hecho, en los últimos años hemos asistido al progresivo auge de las *gifts economies* (economías de regalos) (Postigo, 2003; Taylor, 2007), donde los jugadores libremente deciden programar *mods* para ganar prestigio y reconocimiento entre la comunidad de jugadores, aspirando a obtener ofertas de trabajo (u otro tipo de

recompensas) dentro de la industria del videojuego (un ejemplo paradigmático sería el caso de *World of Warcraft* (2004) o *The Elder Scrolls: Skyrim* (2011)).

Las comunidades de jugadores, a día de hoy, siguen reivindicando su papel de actantes dentro de la red y realidad del juego (agencia compartida) mientras continúan innovando y desarrollando estrategias de resistencia como las mencionadas (escapando al control de la industria). El creciente tamaño de las comunidades de jugadores, su progresiva toma de conciencia, la imbricación de espacios y escenarios de juego difusos (Hjorth y Richardson, 2014), así como el auge de nuevas formas de producción de meta-contenido y la ubicuidad del juego, han resituado las relaciones de poder entre los diferentes agentes implicados en la conformación de la realidad socio-lúdica.

Pero entonces, ¿qué consecuencias han generado dichos cambios? Pese a las dificultades a la hora de realizar generalizaciones, es cierto que se percibe un cambio notable en el modelo actual de control y poder en la industria del videojuego. De acuerdo a autores como Pearce (2009) o Taylor (2007) podríamos afirmar que las nuevas lógicas de relación y poder se podrían caracterizar por una creciente “democratización” y progresiva horizontalidad (tendiendo a modelos de interacción más equilibrados, y en ocasiones, incluso de tipo *bottom-up*).

Por tanto, ¿será el fin de las relaciones de control jerarquizadas y dominadas por la industria tradicional? Ni mucho menos, pese a que en los últimos años hemos asistido a ciertos cambios transcendentales que han reequilibrado las relaciones de poder y control (las dinámicas dinámicas *top-down* y *bottom-up* han empezado a convivir imbricadas) aún es pronto para afirmar que nos encontramos ante un modelo igualitario y/o horizontal. Las nuevas formas emergentes de creación y distribución de contenidos (empresas independientes, nuevas formas de producción colaborativas, plataformas de distribución comercial digital, microcomunidades de juego, o nuevos espacios y contextos de creación) tendrán un impacto cuantioso en el vigente sistema y estructura de relaciones de poder y control que ya se empieza a manifestar.

Los ojos del futuro

La sociología nos enseña la imposibilidad de pronósticos futuros fiables; sin embargo, en la actualidad ya se pueden observar las trazas de los cambios que están afectando al mundo de los videojuegos y que van a marcar los modelos por venir. Y es que, a medida que la industria ha crecido en volumen de ventas y cantidad de empresas y jugadores, hemos observado como ha pasado de un modelo *top-down* a un modelo más horizontal, y lo que se puede decir del porvenir claramente marca la tendencia hacia esa mayor horizontalidad pero no en un modelo tan claro de empresa-comunidad, sino en un entorno con muchos más vectores de relaciones.

Y es que el modelo que revolucionó *Half-Life* (1998) y marcó el cambio de ciclo en el pasado, se ha ido extendiendo hasta el punto de que el conjunto de la arquitectura del sistema está cambiando hacia una nueva organización. Plataformas de *micromecenazgo* como *Kickstarter* y los sistemas de distribución digital como *Green Light de Steam* están permitiendo que aparezca una nueva industria de videojuegos, la *indie*: pequeñas compañías capaces de explorar nuevas jugabilidades y nuevos mensajes gracias a producciones mucho más baratas que, sin embargo, alcanzan al público objetivo. Surgen así propuestas extrañas y originales, que no caben en un modelo empresarial como el que se observa en la actualidad, dominado por las grandes franquicias de las desarrolladoras famosas. *Juegos* como *Dear Esther* (2012) que fusiona el videojuego con la poesía, o *Bientôt l'été* (2013) que busca explorar las relaciones entre jugadores desconocidos, o *The Stanley Parable* (2013) que indaga en los límites de la libertad dentro del entorno de un programa pre-programado, son completamente impensables en una industria centrada en juegos que cuestan años de programación y millones de euros de presupuesto. Pero *Kickstarter* también está posibilitando el desarrollo de juegos, como el futuro *Kingdom Come: Deliverance* (planeado para 2014), que la empresa tradicional denegó futuro alguno y que, sin embargo, recibió un gran apoyo cuando se encontró con una comunidad que demostró estar realmente interesada.

Esta nueva arquitectura en la distribución y creación de juegos posibilita y empodera a la comunidad para explorar temáticas nuevas y campos originales, así como modelos alternativos de entender el mundo de los videojuegos con propuestas arriesgadas que las grandes productoras no están dispuestas a explorar. Ello no implica que vayan a destruir a *Blizzard* o a *Electronic Arts*, sino que se hacen un hueco en el campo en interacción con ellas, combinándose para explorar juntas distintas facetas y abrir diferentes opciones a los jugadores que ven como su capacidad de acción en el campo de los videojuegos va aumentando. Esta contraposi-

ción y conflicto entre el modelo empresarial tradicional de las grandes editoras y el modelo de la industria indie redonda, por tanto, en un crecimiento del empoderamiento de la comunidad, que no sólo ha aprendido a reconstruir los videojuegos que les venden de modo que se ajusten a sus gustos mejor, sino que gana la capacidad misma de dictar qué juegos quiere.

Lo cual se une a la eclosión de la comunidad de jugadores y su entrada en el ámbito *mainstream*. Los torneos internacionales de *League of Legends* (2007) ya mueven millones de espectadores y de dólares en premios, la universidad Chung-Ang de Corea del Sur ofrece becas deportivas a los mejores videojugadores (Elite Daily, 2014), etc. Todo ello permite el aumento en fuerza de la comunidad de jugadores, cada vez más consciente de sí misma, de sus intereses y de su capacidad para luchar por ellos. Podríamos decir, que la comunidad de jugadores ha tomado conciencia de clase *para sí*. El empoderamiento va así unido a la aparición de nuevas plataformas de esa comunidad, que se expande por nuevos foros, por páginas de *streaming*, por tutoriales colgados en Youtube y en las páginas de *fans* en las redes sociales principales, ocupando así cada vez más un espacio de construcción conjunta con las empresas pero fuera del control jerárquico de las mismas. Estos espacios guían a las empresas, grandes y pequeñas, en la construcción de sus juegos futuros y en los cambios que introducir en sus juegos actuales, convirtiendo a la comunidad de jugadores en uno de los actores centrales del campo de los videojuegos. Ejemplos de esto hay miles, como la reciente aparición de *raids* de pocos jugadores en el *World of Warcraft* (2004), fruto del deseo de la comunidad de interactuar de nuevas formas, en este caso sin la necesidad de tantos jugadores como eran requisito antes para derrotar las *raids*.⁸

Empresas que incluso están yendo más allá a la hora de integrar sus comunidades en el desarrollo y construcción de los juegos, al permitir la compra y acceso a los juegos que todavía están en fase *beta* (juegos prácticamente terminados pero que todavía falta pulir) o, incluso, en fase *alpha* (como por ejemplo en el caso de *Day Z* cuya salida a la venta oficial está planeada para 2014 y 2015, pero para el cual ya se puede comprar la entrada en la fase *alpha* y que los jugadores futuros del juego sugieran ya cambios a sus desarrolladores mientras el juego se va gestando). Se consigue así que la comunidad misma participe directamente en la elaboración de los juegos incluso antes de que se terminen, creando una comunidad en torno a ellos que los apoye cuando salgan al mercado e introduciendo el *feedback* de los usuarios directamente en el centro del proceso de creación.

⁸ Una *raid* es una misión o *dungeon* muy complicada que, tradicionalmente, requería grandes cantidades de jugadores coordinados para poder completarse y, a cambio, ofrecía las mayores recompensas.

Se erige así un modelo de vigilancia imperfecta e incompleta, donde el poder se mueve en muy diversos vectores entre empresas, diseñadores, jugadores y *testers*, configurando una estructura crecientemente *bottom-up*. Es un proceso todavía en sus inicios y aún sujeto a muchos posibles avatares de cara al futuro, debido a que muchos de los poderes realmente requeridos para construir una estructura así siguen estando en manos de las empresas (como la capacidad de modificar el código/arquitectura de cada uno de los juegos, actualmente limitada a las manos de los programadores en los servidores oficiales), pero la capacidad de resistencia de los jugadores y de agencia a la hora de construir el mundo que desean crece a tal velocidad (no en vano, hemos pasado a través de los tres modelos en un plazo de unos 17 años, desde la salida del *Ultima Online* en 1997) que se vuelve el empuje principal de la industria, ya que los beneficios económicos cada vez dependen más de ello, arrastrando así a las empresas a aceptar las nuevas reglas emergentes. Así, muchas veces las modificaciones que los programadores de las empresas introducen en los juegos son fruto de los cambios demandados por la comunidad en los foros oficiales, demostrando que el control del código no depende únicamente de la cuestión técnica de quién puede acceder y cambiar el código fuente.

En resumen, podemos afirmar que el poder ha pasado de las pocas manos que lo poseían originalmente (las empresas, básicamente) a la combinación creciente con la comunidad como actor central. No obstante, como decíamos en la introducción, el campo de los videojuegos es un reflejo de la sociedad en general y en el interior del mismo se permite la experimentación con nuevos modelos de organización política, aprendizaje y percepción del mundo, que afecta a los jugadores incluso cuando desconectan de sus cuentas. El mundo de los videojuegos avanza en dirección a modelos de organización política y social mucho más emergentes como la democracia fuerte (Barber, 2004) o participativa. Un cambio que resuena con muchos de los movimientos sociales que vemos aparecer, desde la Primavera Árabe en Oriente Medio al 15-M en España o *Occupy Wall Street* en Estados Unidos, que confirman que el mundo de los videojuegos, como el cine o la novela, puede ser un actor político relevante a la hora de conformar voluntades, opiniones y consciencias en los ciudadanos/jugadores.

Bibliografía

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEJUEGOS (2011). *El videojuego en España*. Disponible en:
<<http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-espana>>
- AARSETH, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- BARBER, B. (2004). *Democracia fuerte. Política participativa para una nueva época*. Córdoba: Almuzara.
- BOLTER, J., GRUSIN, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press.
- BOURDIEU, P. (2008). *El sentido práctico*. Madrid: Siglo XXI.
- CAILLOIS, R. (1967). *Los juegos y los hombres, la máscara y el vértigo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- ELITE DAILY (2014, 20 de marzo). *University In South Korea Will Offer Athletic Scholarships To The Best Video Game Players*. Disponible en:
<<http://elitedaily.com/sports/university-in-south-korea-will-offer-athletic-scholarships-to-the-best-video-game-players/>>
- FOUCAULT, M. (1979). El ojo del poder. En J. BENTHAM, *El panóptico* (pp. 9–26). Madrid: La Piqueta.
- FOUCAULT, M. (1983). The Subject and Power: Beyond Structuralism and Hermeneutics. En H. DREYFUS y P. RABINOW, *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics* (pp. 208–226). Chicago: The University of Chicago Press.
- FOUCAULT, M. (2003). *Historia de la Sexualidad vol I: La Voluntad del Saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- HJORTH, L. (2011). *Games and Gaming (An introduction to new media)*. Nueva York: Berg.
- HJORTH, L. y RICHARDSON, I. (2014). *Gaming in social, Locative and Mobile Media*. Palgrave: Macmillan.
- Huizinga, J. (1954). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza/Emecé
- JUUL, J. (2002). The Open and the Closed: Game of emergence and games of progression. En F. MÄYRÄ (Ed.), *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings* (pp. 323–329), Tampere: Tampere University Press. Disponible en:
<<http://www.jesperjuul.net/text/openandtheclosed.html>>

- LESSIG, L. (2009). *El código 2.0*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- LASÉN, A. (2012). Autofotos. Subjetividades y Medios Sociales. En N. GARCÍA-CANCLINI y F. CRUCES, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, el campo editorial y la música*. (pp. 243-262) Madrid: Ariel.
- LATOUR, B. (1994). De la mediación técnica: filosofía, sociología, genealogía. *Oeste. Revista de arquitectura y urbanismo del Colegio Oficial de arquitectos de Extremadura*, 16, 130-160.
- MCVEIGH, T. (2001). Computer games stunt teen brains. *The Guardian* [en línea]. Nº 19-08-2001. Disponible en:
<<http://observer.guardian.co.uk/international/story/0,6903,539166,00.html>>
- ORWELL, G. (1957). *1984*. Barcelona: Destino.
- PEARCE, C. (2009). *Communities of play. Emergent cultures in multiplayer games and virtual worlds*. Massachusetts: MIT Press.
- POSTIGO, H. (2003). From Pong to Planet Quake: Post-industrial transitions from leisure to work. *Information, Communication, and Society*, 6(4), 593-607.
- SALEN, K. y ZIMMERMAN, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Londres: MIT Press.
- STALLABRAS, J. (2003). Computer fictions. *Prospect Magazine*. Nº 20-03-03. Disponible en:
<http://www.prospect-magazine.co.uk/article_details.php?id=5509>
- TAYLOR, T. L. (2006). *Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture*. Cambridge: MIT Press.
- TAYLOR, T. L. (2007). Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture. En J. KARAGANIS (ed.), *Network_Netplay: Structures of Participation in Digital Culture*. (pp. 113-130). Nueva York: Social Science Research Council.
- TIRADO, F. y DOMÈNECH, M. (2005). Asociaciones heterogéneas y actantes: el giro post-social de la teoría del actor-red. *Revista de Antropología Iberoamericana*, núm. especial, 1-26.

Ludografía

Bientôt L'été (2013). Tale of Tales.

Day Z (planeado para 2014-2015). Bohemia Interactive.

Dear Esther (2012). The Chinese Room.

Half Life (1998). Valve Corporation.

Heathstone: Heroes of Warcraft (2014). Blizzard Entertainment.

Kingdom Come: Deliverance (planeado para 2014). Warhorse Studios.

League of Legends (2007). Riot Games.

The Stanley Parable (2013). Galactic Cafe.

The Elder Scrolls: Skyrim (2011). Bethesda.

Ultima Online (1997). Electronic Arts.

Wolfenstein 3D (1992). ID Software.

World of Warcraft (2004). Blizzard Entertainment.

