

Ajiaco Gaming: Videojuegos Made in Colombia

Tesis de Pregrado
para optar por el título de Periodista

Investigación Periodística en formato multimedia

Universidad del Rosario
Escuela de Ciencias Humanas
Programa de Periodismo y Opinión Pública

Director de tesis: Óscar Parra Castellanos

Presentado por

Lucas d'Auria Sánchez
Fernando Gómez Gómez

Entregada en el Semestre II, 2017

Link del especial multimedia

http://conlupa.co/ajiaco_gaming/Ajiaco_Gaming.html

Nota aclaratoria de correcciones realizadas

De acuerdo con los conceptos enviados por los profesores Óscar Antonio Caballero y Fátima Martínez, fueron realizados los siguientes cambios al proyecto de tesis *Ajiaco Gaming: Videojuegos Made in Colombia*.

- a) En virtud de la observación del profesor Caballero sobre la falta de estructura de la información presentada y la carencia de claridad sobre el eje del trabajo, se tomó la decisión de realizar un nuevo diseño web para todo el especial. El nuevo diseño es más simple y amigable con el usuario.
 - a. Especial atención fue prestada al *home*, o página introductoria. El nuevo *home* es, ahora, un simple punto de acceso de los demás contenidos del especial. Consta de unos párrafos que sirven de introducción corta al especial multimedia.
 - b. Los párrafos antes mencionados en el nuevo *home* explican al usuario qué clase de contenido encontrará en el especial y exponen de forma breve de qué se compone cada uno de los apartados principales del mismo.
 - c. Ahora existe un cuarto apartado en el especial multimedia: *Un Colombiano en Tokyo*. Antes, este era uno de los textos que hacía parte de la sección de *Los Bugs*, pero se tomó la decisión de separarlo de los otros tres textos en virtud de sus diferencias narrativas y de puntos de vista.
 - d. Los apartados principales son cuatro (4): *Historia*, donde se encuentra la línea de tiempo; *Los Bugs*, donde se encuentran los cuatro textos fundamentales del reportaje; *Documental: Pixel(a)Dos*, una página aparte donde solo se encuentra el documental realizado; y *Un Colombiano en Tokyo*, un texto que expone la experiencia de un ingeniero de sistemas colombiano que viajó a Japón para encontrar trabajo como desarrollador de videojuegos.
 - e. La nueva página introductoria y su nuevo diseño dan cuenta, a la vez, del eje temático del reportaje. De este modo, se hace más evidente la estructura lógica que antes no era clara en el especial.
 - f. Por último, se hizo más claro en el texto introductorio que el centro del reportaje no es el auge de la industria de los videojuegos en Colombia, sino los problemas que afectan a la misma.
 - g. Cada uno de los tres apartados principales tiene, ahora, su propia página a la cual es posible acceder desde el *home*. Así, el apartado *Los Bugs*, antes poco claro, resalta que tener cuatro puntos de vista distintos es, justamente, el objetivo de esta sección.
 - h. Los menús que permiten acceder a las diferentes partes del reportaje fueron ligeramente modificados en su aspecto y los vínculos a los cuales redirigen fueron revisados y corregidos.

- i. Los *sub-menús* que antes se encontraban dentro de los textos *La costumbre de no jugar* y *Nobody's Business* fueron eliminados, pues se consideró que tener un tercer menú dentro del especial podía confundir al lector. Sin embargo, las separaciones que hacen las veces de capítulos dentro de esos dos textos fueron mantenidas.
- b) Las afirmaciones que no habían sido desarrolladas más adelante en el trabajo y que daban impresión de vaguedad y poca profundidad investigativa fueron eliminadas del apartado que incluye la línea de tiempo.
- c) La línea de tiempo que compone la sección *Historia* fue ampliada bajo las sugerencias del profesor Caballero: antes, dicha línea de tiempo terminaba con un evento del 2001. Ahora han sido incluidos otros eventos emblemáticos de la industria de videojuegos colombiana que llegan hasta el mes de noviembre de 2017.
- d) Siguiendo, también, las correcciones sugeridas por la profesora Martínez, se desarrolló la concepción gráfica del reportaje con más profundidad.
 - a. Fueron agregadas nuevas fotografías y vídeos a los textos que componen el apartado *Los Bugs* donde fuere posible. Cada fotografía ahora incluye un pie de foto.
 - b. El apartado *Los Bugs* incluye, además, una galería pequeña con fotografías de los principales “personajes” del reportaje, a excepción de Óscar Rodríguez (colombiano que vive en Tokyo, Japón), pues no fue posible obtener una fotografía suya.
 - c. El servidor en el que se alojan las imágenes de reportaje fue cambiado, pues la profesora Martínez no había tenido la posibilidad de ver portadas y otras imágenes presentes en el trabajo.
- e) En cuanto a las correcciones de forma, fueron llevados a cabo los siguientes cambios:
 - a. En el texto *La Costumbre de No Jugar*, fueron corregidos los errores de tipeo y párrafos repetidos evidenciados por el profesor Caballero en su concepto.

El error semántico del párrafo sobre el *work for hire* fue corregido por medio de una modificación de este. El nuevo párrafo dicta lo siguiente y deja más claro qué se entiende por *work for hire*:

“En ese sentido, Efecto Studios tiene una particularidad: es una empresa que aprovechó el declive de su pasado y mantuvo los contactos que había hecho en el mundo de los videojuegos por fuera de Colombia. Esto le permitió desarrollar un modelo de negocios que es clásico de los países de América Latina y que se conoce como *work for hire* (que, prácticamente, traduce "trabajo por encargo"). En pocas palabras, esta es una modalidad de producción de contenido original que estipula que quien hace el producto no es considerado legalmente como su verdadero autor y, por consiguiente, no es el dueño del producto. En otras palabras, diseña una gran parte del videojuego bajo encargo de otra empresa y, al final, ganas el dinero pero los derechos de autor no son tuyos. A modo de ejemplo, el primer gran proyecto de Immersion Games ilustra esta modalidad de producción.

Hace ya varios años, Televisa, la gran compañía de telecomunicaciones mexicana, tuvo la idea de hacer un videojuego cuya base era la lucha libre enmascarada. Nada más mexicano que eso. Por esos mismos años, los primeros del siglo XXI, nació el primer **publisher** latinoamericano: Slang. Esta empresa tenía la intención de publicar videojuegos con temáticas hispanas y latinoamericanas, y cuando

descubrieron el trabajo de Immersion Games, los llamaron de inmediato para que lo diseñaran. En la carátula y créditos del producto figuraría Immersion Games como el estudio desarrollador, pero los derechos de autor serían de Televisa. El juego se tituló *Lucha Libre AAA: Héroes del Ring*. Los chicos de Immersion Games viajaron a México para recopilar información sobre la lucha libre enmascarada. El trabajo de campo les permitió capturar la esencia del deporte que intentaban llevar al videojuego que les habían encargado, y el apoyo mediático de Televisa fue de gran ayuda. Muy a su pesar, el juego no tuvo el éxito esperado. Fue este el juego que, según cuenta Julián Castillo, llevó a la quiebra a su primera empresa.

- b. Con respecto al párrafo en el que se menciona el problema de la academia, se elaboró una infografía que muestra los programas de estudio de varias universidades para dar más contexto a la información dada por el profesor Pablo Figueroa. Además, se agregaron unos párrafos adicionales con información sobre la oferta académica del sector.
- c. Del mismo modo, fueron corregidos los errores de tipeo en los testimonios de los cuatro textos y los párrafos repetidos fueron eliminados.
- f) Fueron agregados los créditos al final del documental Pixel(a)Dos, antes ausentes.
- g) Se renovaron los vínculos de las notas de audio de la herramienta SoundCite en los cuatro textos.
- h) Se agregó un vídeo de *gameplay*, realizado por los mismos alumnos, del juego Space Overlords en el texto *Dos son compañía, tres son necesidad*.

Problema de Investigación

Durante la primera mitad de los años 50, los videojuegos fueron vistos desde una perspectiva particular: eran un reto para los programadores y expertos en el mundo de la computación en cuanto al diseño se refiere. Para los programadores, crear un videojuego no era una tarea que se hacía para ganar dinero, sino un pasatiempo similar a la solución de un rompecabezas, o la resolución de una ecuación para un físico o un matemático. Los juegos de video eran un reto intelectual para quienes los diseñaban y para quienes tenían que probarlos.

Con el pasar de los años, la evolución de las ciencias de la computación permitió que se crearan juegos un poco más complejos, pero al mismo tiempo de manera más sencilla, con más herramientas que permitían simular situaciones (reales o menos) de manera más precisa. Lo que en un principio había nacido para probar las capacidades de procesamiento de las primeras computadoras se convirtió, con el pasar de más o menos tres décadas, en un producto cuyo objetivo era proveer entretenimiento virtual.

La producción de videojuegos se transformó en una industria de gran envergadura con la aparición de las primeras consolas de hogar construidas por Sega y por Nintendo, compañías sin las cuales la industria no se habría convertido en el imperio que es hoy en día, que no sólo produce, sino que vale, millones de dólares anuales y que, además, está incursionando (aunque bajo serios debates y controversias) en el mundo de los deportes.

El problema que planteamos en esta investigación de índole periodística tiene que ver con la situación de esta industria en Colombia. Debido a que el país latinoamericano no dispone de recursos suficientes para apoyar el desarrollo de software y hardware (es decir, tecnología relacionada con la computación) a gran escala, la producción y el diseño de juegos de vídeo no es muy prominente ni desarrollada.

Sin embargo, en el país las universidades han proporcionado herramientas para el estudio de la ingeniería de sistemas y de las ciencias computacionales, de modo que varios egresados de dichos estudios han incursionado en el mundo de los juegos. En los últimos diez años han surgido pequeñas compañías y empresas colombianas que se dedican a programar y diseñar videojuegos, sobre todo para las plataformas móviles que ahora hacen parte de la vida cotidiana de la mayoría de los habitantes del globo. A estas compañías se les denomina “compañías de desarrolladores independientes” o “third party developers”, pues no están afiliadas a ninguna firma de gran tamaño como Sony o Microsoft.

Pocos son quienes conocen de la existencia de estas empresas, pues los juegos son aún vistos como objetos lúdicos y no suelen ser tomados con seriedad. Entre las empresas colombianas hay tres o cuatro que se han aliado en proyectos con los grandes productores a nivel mundial (de la talla de Square Enix, que ha traído las últimas entregas de *Final Fantasy* y *Tomb Raider* al mundo) y Sega, e incluso otros desarrolladores independientes en países europeos.

Justificación

Este tipo de producto periodístico cobra importancia debido a que nunca se ha hecho en Colombia. La industria de los videojuegos es una industria que ha venido en crecimiento muy acelerado desde el 2001 alrededor de todo el mundo, en gran parte debido a un auge jamás antes visto de las consolas de videojuegos para el hogar. El campo de la programación para consolas ha crecido aún más desde la aparición de las plataformas móviles.

Gracias a la llegada del primer iPhone en el 2007, los desarrolladores encontraron nuevas plataformas de juego y distribución (como, por ejemplo, la AppStore), al igual que nuevos lenguajes de programación. Esto le dio espacio a nuevos productos en el mercado y, por consiguiente, a una nueva generación de jugadores. Antes, cuando los videojuegos se desarrollaban únicamente para consolas (bien sea consolas portátiles como el GameBoy de Nintendo, o consolas de hogar como la Playstation de Sony), los desarrolladores encontraban varias limitaciones que, en esencia, permitían que el desarrollo de juegos se pudiese hacer solo en países tecnológicamente muy desarrollados.

El auge de nuevas tecnologías y fenómenos de globalización permitieron que los programadores, primero, pudiesen llevar sus creaciones a más de una consola (que se conoce como programación para multiplataforma); segundo, que pudiesen desarrollar desde sus países y con los recursos que estos podían proporcionarles. Es el caso de India, por ejemplo, donde la industria de programación para móviles se consolidó como una de las más grandes del globo en menos de 10 años.

En Colombia ahora está sucediendo algo similar. Una de las evidencias de esto es la creación de programas de especialización y programación de videojuegos, así como la aparición de empresas (aunque pequeñas) colombianas interesadas en entrar al mercado global, como Brainz, Efecto Studios o Glitchy Pixel. Este fenómeno es lo que queremos exponer en nuestro trabajo periodístico. Nos parece relevante para la opinión pública pues es una industria poco visibilizada en el país y que quizás con más conocimiento no solo podría recibir más apoyo en términos de inversión y proporcionamiento de recursos, sino que además podría contribuir a instruir a la opinión pública (y, sobre todo, a los escépticos) sobre un trabajo que, primero, es muy remunerativo cuando se hace bien y, segundo, que hay historias de humanos, de personas dedicadas a una profesión real, detrás de lo que es un juego.

Hay varios productos que hablan sobre los videojuegos, como documentales realizados en Estados Unidos y Canadá (donde la industria de los juegos es muy próspera), y en Colombia existen medios que se han dedicado, en menor o mayor medida, a reportar sobre este mundo. Sin embargo, parece que no existe un producto multimedia que documente de manera más precisa o más amplia este creciente sector en nuestro país.

Preguntas de Investigación

Interrogante Principal

Asumiendo que la producción (y el diseño) de videojuegos es, en ocasiones, concebida como una “realidad” tangencial y poco desarrollada en el país, ¿cuál es el panorama general de la industria de los videojuegos en Colombia y el de sus personajes?

Interrogantes Instrumentales

- ¿Cuál es el estado de la industria del videojuego en Colombia y cómo está en comparación con el resto del mundo?
- ¿Cuál es la cultura de trabajo en la industria de los videojuegos, cómo son sus vidas y qué tienen para contarnos sobre su “mundo”?
- ¿Cómo se produce, diseña y distribuye un videojuego?

Hipótesis

El diseño y producción de videojuegos en Colombia son actividades casi desconocidas y no renombradas que carecen de un apoyo más consistente para su desarrollo y su visibilización, ya no como una actividad y un trabajo que se centra en el *ludos*, sino como un negocio y un trabajo que realmente aporta algo al mundo.

Objetivos

- Revelar un panorama generalizado de la industria de los videojuegos en Colombia.
- Dar a conocer ciertas especificidades del trabajo de los desarrolladores independientes.
- Revelar aspectos de una parte de la cultura del mundo digital que en este país no ha sido masificada.

Estado del Arte

El estado del arte sobre la industria de los videojuegos en Colombia no es particularmente amplio. Está compuesto, en realidad, de una cantidad de noticias y artículos de revistas y periódicos un poco aislados que han ido surgiendo en los últimos 5 años gracias al trabajo de revistas como Enter.co y a las secciones de tecnología de periódicos como El Tiempo.

Sin embargo, hay trabajos de otros países que son útiles para ilustrar el panorama internacional de la industria de los videojuegos. Por ejemplo, la página web Investissement Québec contiene datos económicos y estadísticos sobre la industria de los juegos en Québec, Canadá, donde es

particularmente próspera debido a la presencia de grandes estudios como Ubisoft y Square Enix. Igualmente, hay trabajos publicados en la revista del grupo Desjardins (el grupo de asociaciones de crédito más grande de Norteamérica) sobre la industria de los videojuegos en Canadá (Noreau, 2013).¹

En cuanto a productos nacionales se refiere, el artículo “E-Sports: videojuegos que llena estadios”, publicado por El Tiempo, profundiza sobre los E-Sports, o deportes electrónicos (en palabras más burdas, los videojuegos a nivel competitivo). En el artículo se mencionan ciertas cifras, como los premios en dinero que se otorgan en los campeonatos mundiales de ciertos videojuegos hechos para PC. En el artículo, además, se cuenta de manera breve la historia de tres jugadores profesionales de League of Legends. Dos de ellos son colombianos.

El artículo de Enter.co “¿Cómo va Colombia en la industria de los videojuegos?”, de febrero del 2014, hace un diagnóstico de los desarrolladores independientes de juegos en Colombia. Se habla de empresas muy pequeñas, como Glitchy Pixel, y se da un panorama muy general de la producción de juegos de vídeo para dispositivos móviles en el país, pues al parecer es la que está creciendo más rápidamente en el país.

Por otro lado, existen productos audiovisuales elaborados en otros países que, a pesar de no tener parecido con el proyecto que se plantea en este trabajo de tesis, nos dan pistas sobre cómo se pueden desarrollar contenidos audiovisuales para incluir en nuestro especial multimedia. Uno de esos productos es el documental “Indie Game”, un documental de producción canadiense que sigue la historia de 4 pequeños desarrolladores independientes mientras desarrollan sus juegos más exitosos. El documental esclarece varios aspectos de la programación y producción de un juego en Canadá, que es actualmente uno de los países donde la industria está creciendo más rápidamente.

Otro de esos productos es el documental “Vivir/Jugar”, un documental que muestra la vida de 5 jugadores de League of Legends (uno islandés, uno egipcio, una brasileña, un coreano y un estadounidense) que se dedican a entrenar y jugar para las competencias profesionales.

Por último, entre los varios productos que componen un estado del arte para este trabajo, se encuentra un conjunto de producciones audiovisuales hechas por las grandes compañías productoras de videojuegos. El objetivo de estos trabajos, que de hecho son documentales sobre los juegos mismos, es mostrar paso a paso todo el proceso de producción y diseño del juego, de los programas en sí y de la música del producto final. A estos documentales se les conoce como “development diaries” o “diarios de desarrollo”. El modelo de estos diarios se viene usando, más o menos, desde el 2002, cuando aún eran conocidos como vídeos “Making of” y no eran una estrategia de mercadeo muy común. Hoy en día, los diarios de desarrollo son un producto común que se ofrece con las ediciones especiales de ciertos videojuegos. Pese a que esta clase de materiales no es precisamente lo que buscamos hacer con nuestro trabajo

¹ Los vínculos a dicha información son insertados a continuación:

<http://www.investquebec.com/international/en/industries/multimedia.html>

<https://www.desjardins.com/ressources/pdf/per1113-e.pdf?resVer=1385157151000>

periodístico, hace las veces de ejemplo para incluir productos audiovisuales serios en el reportaje.

Hemos decidido tomar dos ejemplos significativos de diarios de desarrollo. El primero, del año 2002, es el de uno de los juegos más aclamados de la historia: Age of Mythology, de la compañía Ensemble Studios, cuya duración es de más o menos 20 minutos. El segundo ejemplo, mucho más complejo, largo y actual es el de la más reciente entrega de Tomb Raider, otra de las franquicias más aclamadas de la historia de los videojuegos. A continuación dejamos a los lectores de este proyecto los enlaces a los vídeos mencionados:

- Age of Mythology – The Making Of:
<https://www.youtube.com/watch?v=8pBnAFcUqIU>
- Tomb Raider - The Final Hours:
<https://www.youtube.com/watch?v=s9CX7x8Rbx0>

En cuanto al mundo académico se refiere, se ha escrito una gran variedad de libros, artículos de revista y trabajos de corte académico sobre el juego, el videojuego y sus correspondientes teorías. En este Estado del Arte abordaremos cuatro autores en particular cuyo aporte desde la academia a los Estudios sobre Juegos consideramos significativos para el trabajo de grado planteado. Los referentes conceptuales propios de estos autores serán abordados de manera más rigurosa en el apartado *Marco Teórico* de este proyecto.

El primero es el texto *Homo Ludens* del alemán Johan Huizinga. En este texto del año 1938, el profesor alemán le dio un estatuto diferente al juego. Para Huizinga, la distinción que se hizo en el mundo occidental con Platón entre lo serio y lo lúdico no era suficiente para clasificar a los juegos. Todas las definiciones dadas hasta ese entonces subordinaban el juego a otras actividades y utilidades y no servían para darle al juego un estatus de seriedad en sí mismo.

Para Huizinga, el juego debe ser tratado como una especificidad que ya no tiene nada que ver con la utilidad. El juego para Huizinga cobra importancia debido a que se separa de la vida ordinaria y normal en la medida en que modifica y manipula cierta imaginación (Huizinga, 1938, p. 4).

Esta especificidad encuentra entonces su lugar ya no en aquello a lo que es útil, que sirve o que explica, sino en la diversión. Esta última es un elemento propio del juego que persiste, como una suerte de esencia inamovible. Es la diversión la que explica por qué un jugador/apostador (gambler) puede perderse en su pasión y por qué una multitud puede estallar en frenesí en un partido de fútbol, la diversión es entonces el poder intensificador y enloquecedor que hacer que el juego absorba al jugador (Huizinga, 1938, p. 2-3) o a su espectador.

Según este autor, esto lleva a que el juego sea tratado con seriedad por el jugador a pesar de que este está consciente de que “solo es fingiendo” o “solo es por diversión” (p. 8). Esto significa que hay una voluntad de simulación en el juego que hace más difusa la división entre lo serio y lo no-serio.

La aparición de esta voluntad de simulación pone de manifiesto otra característica que Huizinga otorga al juego: este es libre, no se puede ordenar a otro ni suspender ese marco de realidad que otorga la vida real para sumergirse en el mundo de lo imaginado y lo pretendido del juego

con sus reglas y sus disposiciones. Se juega por diversión, por gusto, no puede ser un deber, se juega siempre en momentos de ocio, de tiempo libre (Huizinga, 1938, p. 7-8). En este sentido, lo que intentó hacer Huizinga fue darle al juego un estatuto ontológico particular en un trabajo académico, argumentando que el juego es una actividad desligada de otras formas de ser en el mundo y otorgándole vida propia.

Por otro lado, en 1958 fue publicado por Roger Caillois una respuesta al *Homo Ludens* de Huizinga. Se trata del texto *Man, Play and Games*, en el que el profesor francés sostiene que la definición de Huizinga del juego es demasiado comprensiva y a la vez muy restringida. Caillois decide adoptar la definición de juego del profesor alemán pero agregar ciertos detalles que permiten incluir otros tipos de juegos no contemplados por Huizinga y, por consiguiente, proceder con una clasificación de los juegos mismos.

Cuando Huizinga y Caillois escribieron sus libros, las técnicas de la ingeniería electrónica no eran particularmente avanzadas. En particular, Huizinga, que publicó su *Homo Ludens* en los años 30, no pudo considerar el plano de los videojuegos en su análisis. Caillois, por otro lado, que publicó su escrito en 1958, estuvo muy cerca. El “primer videojuego” de la historia fue una modificación (o mejor, un *hack*) del sistema operativo de una de las primeras computadoras utilizadas por el MIT: la TX-0.

Pequeños ajustes a los sistemas como este se usaron en un comienzo para medir y poner a prueba las capacidades de procesamiento de las computadoras: se necesitaban máquinas potentes para poder localizar aviones en el espacio aéreo, para poner a funcionar las primeras redes y antenas de telecomunicaciones y para desarrollar los primeros prototipos de inteligencia artificial en los laboratorios. Una descripción más detallada de la historia de los videojuegos sería muy extensa, pero es posible vislumbrar que, al manipular el procesamiento de datos de máquinas que funcionaban con códigos binarios simples y con pocos píxeles en una pantalla, menos de 20 años (en 1972) después de la publicación de Caillois surgiría la compañía Atari Inc. junto con el famosísimo juego Pong (Kent, 2001).

Con el nacimiento y el consiguiente auge de los videojuegos surgió un área de estudios que se conoce como *Game Studies*, o Estudios sobre Juegos. Entre los varios libros y artículos académicos publicados en estos Estudios, se encuentran los de James Paul Gee y Jesper Juul. El primero argumenta en su texto *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy* que los videojuegos son un asunto serio y que no es verdad que no sirven para nada como mucha gente sostiene. Debido a que Gee es un filósofo del lenguaje, su argumentación se construye a partir de lo que él llama *campos semióticos*.

Siendo que los videojuegos son un campo semiótico en sí mismos, es posible traer beneficios en educación desde un punto de vista metodológico al jugarlos y obtener experiencia de ellos. Luego, Jesper Juul, en su libro *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*, realiza un estudio sobre el fenómeno de los juegos casuales en oposición a los juegos más tradicionales para consola. Al mismo tiempo, sostiene el nacimiento de estos juegos también trajo un cambio en los modos de ser y actuar de los jugadores, dando lugar a una distinción entre jugadores *hardcore* y jugadores casuales.

Por último, los juegos no solo han evolucionado en cuanto juegos, sino que también han sido los pivotes alrededor de los cuales han girado otra clase de productos del mundo contemporáneo. Como lo explica Eva Domínguez-Martín (2015), las tecnologías de realidad virtual y el segundo son las influencias más grandes que la nueva narrativa inmersiva digital ha tenido, puesto que la primera posibilita la percepción sensorial de explorar un espacio sin

estar realmente en él, y el segundo permite que el usuario interactúe con un contenido específico. Los avances en estas tecnologías han dado lugar a nuevas formas de narrar en la web y, por consiguiente, también de hacer periodismo.

Según Domínguez-Martín, el videojuego es un heredero del cine y de la narración audiovisual (cosa que de hecho podemos constatar si nos remitimos a los videojuegos más actuales, como Tomb Raider y Grand Theft Auto 5). La implementación de la narrativa audiovisual del cine y la interactividad propia del videojuego se fundieron e hicieron nacer lo que se conoce como *newsgames*, o juegos noticiosos. El newsgame es una forma particular de hacer periodismo inmersivo. Siendo que este último se caracteriza por proporcionar al usuario la experiencia de un escenario virtual donde se narra y recrea un contenido periodístico, el videojuego lo lleva al siguiente nivel al no solo hacer que el espectador “se sienta ahí”, sino que haya acciones que el espectador puede llevar a cabo relacionadas con el “ahí”, con el contenido. No solo se es en el espacio, sino que se actúa sobre el espacio.

Esto significa que, dependiendo de las acciones del espectador, el orden del relato periodístico puede cambiar (p. 416-418). Siendo así, el espectador asume una nueva identidad (una vez más, encontramos una convergencia con la teoría de Gee citada más arriba) y *su* punto de vista hace parte de la narración. Esto es muy claro en juego documental muy famoso, además citado por la autora: Fort McMone y es un *game documentary* canadiense que explora el impacto de la explotación del petróleo en un pequeño pueblo de Canadá. Este juego documental incluye el elemento de personificación al que Domínguez-Martín hacen referencia, pues el “jugador” tiene libertad de caminar por el pueblo y hablar con las personas que fueron entrevistadas, hacerles preguntas y expandir el árbol narrativo de la historia. No es ni siquiera necesario que empiece por una fuente específica para sumergirse en el relato, sino que tiene la libertad de escoger cómo teje él mismo la historia.

Marco teórico

Hay una distinción clara entre aquello que consideramos serio y lo que por el contrario entra en el campo de la risa, de lo cómico, del juego. Esta distinción, que parece estar enclavada en la tradición occidental, es denunciada por Johan Huizinga en 1938 en *Homo Ludens*, quien desea otorgarle al juego aquello que la tradición occidental parece haberle negado, esto es, una esencia propia, “una función significativa que trasciende las necesidades inmediatas de la vida y le otorga significado a las acciones” (Huizinga, 1938, p. 1).

Huizinga nota que, a pesar de que la tradición occidental, desde el mismo Platón, hizo una separación tácita entre lo serio y lo lúdico (es decir, aquello que entretiene), esta no era del todo adecuada. Así, una primera definición del juego será aquella que le otorga la función de entrenar a los más jóvenes para los serios trabajos que la vida adulta requiere y de ella se derivan también otras cuantas que explican al juego como una urgencia por el ejercicio de alguna facultad o el deseo de dominar y competir (Huizinga, 1938, p. 2). Estas son, dirá Huizinga, todas definiciones que subordinan al juego a cierta función o utilidad, sirven a algo que no es el juego en sí mismo, sino a ciertas necesidades de socialización o a instintos y propósitos biológicos.

Estas explicaciones son insuficientes para este autor, pero señalan la importancia del juego en la cultura, cosa que Huizinga no entrará a discutir. Por el contrario, dándolo por sentado, se pregunta por el concepto de juego en su especificidad, ya no sujeto a estas funciones sino

totalmente libre de ellas y como actividad que existe y es relevante en cuanto tal. Y llega a una primera definición del juego:

“Es una actividad libre que se mantiene conscientemente fuera de la vida ‘cotidiana’ por ser no sería, pero al mismo tiempo absorbiendo al jugador de manera intensa y definitiva. Es una actividad que no está conectada con intereses materiales y de la cual ninguna ganancia puede obtenerse. Es una actividad que procede con sus propios límites de espacio-tiempo correspondientes a determinadas reglas y [finalmente] es una actividad que promueve la formación de grupos sociales que tienden a envolverse a sí mismos con secretismo y que enfatizan sus diferencias con el resto del mundo mediante el gusto u otros medios” (Huizinga, 1938, p. 13)

La definición de Huizinga pone de manifiesto la necesidad de dar un nuevo lugar al juego y la actividad de jugar, le asigna un rol altamente performativo en el que la teatralidad del juego insta una voluntad de simulación que hace al juego posible, le asigna sus normas, delimita sus disposiciones, su orden y su jerarquía. lo que hace que muchas actividades humanas como los ritos de las comunidades africanas, los carnavales, los ritos religiosos y hasta la guerra puedan ser considerados como expresiones del juego. Huizinga pone de manifiesto el carácter lúdico de la vida humana, el juego pone en disputa los modos de vida, las costumbres, aquello que es más fundamental en la vida humana.

Este primer concepto es útil en este trabajo en la medida en que permite dar una definición amplia de lo que es un juego y le asigna una importancia significativa al juego en las sociedades y sus modos de vida, aspectos que son fundamentales en lo que queremos mostrar en nuestro reportaje. Esta primera definición, sin embargo, tiene la dificultad de ser demasiado comprensiva y al mismo tiempo demasiado restringida (Caillois, 2001, p. 4), En ella tienen cabida muchas cosas y al mismo tiempo se dejan por fuera muchas otras. Esta es la postura de Roger Caillois en *Man, Play and Games* en donde se ocupa de hacer una clasificación más detallada del juego. Caillois nota que la definición de Huizinga es sumamente valiosa en tanto describe ciertas formas de ser que pueden describirse como juegos, pero olvida algunas particularidades de la actividad que sin embargo son necesarias para su completa definición.

Así, Caillois acepta la definición de Huizinga pero realiza ciertas modificaciones a ella a fin de que esta sea más consistente con su propuesta, empieza entonces por modificar la idea de que el juego no tiene fines lucrativos o que ninguna ganancia puede sacarse de él, para Caillois esto dejaría por fuera a los juegos de azar que pueden ser extremadamente lucrativos o ruinosos. Esto, sin embargo, no cambia el hecho de que este tipo de intercambio en los juegos de azar son completamente improductivos en la medida en que la suma de las ganancias del ganador será equivalente a las pérdidas de los otros jugadores, ningún bien o propiedad son producidos sino apenas transferido (Caillois, 2001, p. 5).

Del mismo modo encuentra en la capacidad de simulación y la constitución de reglas del juego como dos características no siempre compatibles, esto en la medida que una constitución de reglas en determinadas circunstancias puede aniquilar cualquier voluntad de simulación, cualquier “hacer creer” pues transportaría la actividad del juego al ámbito de la vida ordinaria, normalmente sobre poblada de órdenes y reglas (Caillois, 2001, p. 9),. Así, el juego, redefinido por Caillois es una actividad libre, circunscrita, incierta, improductiva y gobernada por reglas o regida por una voluntad de simulación (make-believe) (Caillois, 2001, p. 9-10),

Se introdujeron, entonces, dos factores fundamentales que hacen necesaria una clasificación de los juegos, unas que tengan presente las particularidades del azar y de la ganancia que de él

puede desprenderse, así como también la relación compleja que guardan la constitución de normas en el juego. Así, Caillois propone dividir los juegos en cuatro categorías principales dependiendo de qué rol del juego es el dominante, si la competencia (agôn) el azar (alea) la simulación (mimicry) o el vértigo (ilinx) las cuales se manifiestan en una incontrolada fantasía que puede ser designada por el término *paidia* la cual es disciplinada y sometida por su complementaria el *ludus* (Caillois, 2001, p. 12).

Lo que tenemos aquí es un esbozo de principios del siglo XX de lo que hoy en día se conoce como *Game Studies* o Estudios sobre los Juegos. Gracias al trabajo teórico de Huizinga y de Caillois, fue posible revelar que el juego en sí, es decir, el juego como actividad, es una práctica específica que está ligada al modo de ser de los seres vivos y a su(s) cultura(s) particular(es). La clasificación de Caillois mantiene las particularidades de la definición de Huizinga pero permite hacer un análisis diferenciado, lo cual es útil para nuestro trabajo pues los videojuegos se ven comprendidos dentro de las clasificaciones de Caillois (como si fuesen un aspecto micro del juego) sin necesariamente abandonar la definición de Huizinga al presentar a la actividad de jugar (playing) y el juego (game), junto con sus *sets* de reglas y de modalidades, como un conjunto de prácticas que dicen y afirman cosas sobre la realidad en la que surgen.

El juego, entonces, se hace visible como un espacio y práctica cuyos mecanismos son útiles para comprender, a su vez, otras prácticas más complejas de una sociedad dentro de un tiempo y un espacio. Siendo que el juego ha sido una práctica performativa y teatral que ha atravesado la historia de los seres vivos desde casi sus inicios, sus manifestaciones tangibles han cambiado de una época a otra sin perder su sentido y sus características originales. Las prácticas de este tipo pueden ser entendidas como lenguajes que, gracias a ciertas normas gramaticales y sintácticas, nos comunican cosas cuando nos ponemos a la tarea de descifrarlas.

Cuando Huizinga y Caillois escribieron sus libros el videojuego aún no existía, sus análisis y formulaciones apuntaban a dar cuenta de otras formas de vida lúdica. Sus conceptualizaciones son, en ese sentido, apenas una formulación temprana. Por el contrario, hoy podemos hablar no solo de los juegos, sino de una subcategoría de estos, que son los videojuegos y proyectar estas conceptualizaciones iniciales a nuevas prácticas

Siguiendo la línea argumentativa anterior sobre las prácticas, James Paul Gee (2003) sostiene que podemos aprender mucho sobre estas prácticas sin necesariamente tener que intervenir en ellas, y que conocer una práctica social quiere decir que se reconocen varias y distintas formas de actuar, de interactuar, evaluar y siempre se usan varios objetos y tecnologías propias de la práctica que se intenta entender (p. 15). En este sentido, las actividades de la vida cotidiana (y también las que no hacen parte de esta categoría), como jugar basketball, ajedrez, o un videojuego, pueden ser “leídas” de múltiples maneras y, por consiguiente, son consideradas como diferentes modalidades de “literatura”.

Para Gee es necesario alejarse de la idea de que la literatura y aquello que puede ser leído está exclusivamente impreso en papel: los contenidos perceptibles deben ser subdivididos en *campos semióticos*, conjuntos de prácticas que recurren a una o más modalidades para comunicar distintos tipos de significados. Si se conoce el lenguaje de un campo semiótico particular (como por ejemplo el del basketball) se es capaz de “leer” el contenido de aquel campo semiótico y poder “producir” nuevos contenidos con esos significados. El trabajo de Gee es esclarecedor en cuanto deja de tratar a los videojuegos como una actividad vacía y libre, y empieza a considerarlos como campos semióticos en sí mismos. Esto significa que, en realidad, jugar un videojuego no es necesariamente una pérdida de tiempo, y que no es cierto que jugando un juego “no se aprende nada” (pp. 45-46).

El trabajo de Gee tenía el objetivo de responder a la crítica que a los juegos se les hace con regularidad, esto es, decir que son una pérdida de tiempo. Lo que se suele pensar es que, mientras se juega, ni se aprende nada ni se es productivo. Esta idea viene de la clásica concepción grecolatina del *otium* opuesto al *negotium* (*nec-otium*): mientras que el *otium* es una etapa contemplativa, el *negotium* es el conjunto de actividades valiosas y productivas.

Así, queda claro que el juego puede entrar en lógicas productivas, tanto para quienes los juegan como para quienes los producen. De ello la importancia de los conceptos presentados por Gee y por Caillois, quienes ponen de manifiesto esta particular capacidad productiva de la vida lúdica. La distinción entre las actividades que son productivas y aquellas que son ociosas se hace más difícil de plantear en principio y, en consecuencia, las lógicas tanto del ocio (juego) como del negocio (producción del juego) cambian para dar lugar a nuevas formas de interacción.

De este modo, se muestra que el juego es una actividad cuyo ser ha oscilado entre lo productivo y lo improductivo. Aquí es fundamental resaltar que, según el análisis de Gee, hay un espacio y un tiempo específicos para jugar, del mismo modo en que hay un espacio y tiempo específicos para trabajar. Empero, la segunda mitad del siglo XX y el comienzo del siglo XXI han proporcionado adelantos en el campo de los juegos que hacen que la barrera entre el espacio y el tiempo del trabajo y los de la actividad lúdica ya no sean tan marcados.

En este contexto particular aparece el concepto de *juego casual*, pues con el surgimiento de las plataformas móviles como los teléfonos inteligentes, las tabletas, entre otros, los videojuegos están pasando por una etapa de re-estructuración que elimina las barreras de espacio y de tiempo a las cuales estaban sujetos antes. Para Jesper Juul, autor del libro *A Casual Revolution: reinventing videogames and their players*, en la actualidad ha surgido en el mundo de los videojuegos esta subcategoría de *juegos casuales*, que han reinventado el modo de ser del videojuego y, al mismo tiempo, el modo de ser del jugador.

Para Juul, los juegos casuales han creado al jugador casual, término que se opone al clásico *hardcorce gamer* (jugador duro o curtido). El jugador curtido es el que ha tenido una vasta experiencia en el mundo de los videojuegos, está dispuesto a emplear una gran cantidad de horas en la actividad de juego y disfruta juegos difíciles. El casual sería su opuesto: prefiere los juegos sencillos, no está dispuesto a emplear muchas horas jugando y conoce una cantidad restringida de títulos (Juul, 2010, p. 8).

La diferencia parece ser muy sencilla en un comienzo, pero pronto Juul empieza a aclarar que la frontera entre ambos estereotipos de jugador es más bien muy difusa. Ateniéndose a ciertas encuestas, el autor resalta que los jugadores casuales se comportan de la misma manera en que lo haría un jugador curtido, gastando una enorme cantidad semanal de tiempo frente a la pantalla de juego. Esto se debe, entre otras cosas, a que los juegos más contemporáneos permiten tener experiencias de juego significativas en lapsos muy cortos (p. 9). El autor afirma que esta clase de fenómeno ocurre porque los juegos se han adaptado a las necesidades que este período histórico exige. Antes, los jugadores curtidos lo eran porque habían crecido jugando juegos complejos y, por ende, aprendiendo un “set de convenciones” que posibilitaban el acceso a otros juegos (p. 11). Esta noción es muy similar a la explicada por Gee en términos de lenguaje. Muchos jugadores curtidos, a medida que iban creciendo, tenían menos tiempo para jugar, de modo que emplearon su poco tiempo libre en juegos menos complejos y más cortos, ofreciendo un mercado para el surgimiento de los juegos casuales.

Siguiendo con el argumento, para Juul hay ciertos elementos de diseño que diferencian a los juegos casuales de los demás. Uno de los más importantes es el de la “interruptibilidad”. Si bien es cierto que los jugadores contemporáneos casuales juegan muchas horas, los juegos que usan les permiten interrumpir la partida cuando quieren sin necesariamente limitar la experiencia de juego a partidas cortas. Otros elementos son la dificultad y el castigo por perder y lo jugoso que el juego puede ser (ofrece una retroalimentación positiva al jugador cuando cumple con ciertos logros, tiene mucho contenido, etc.).

Todo esto lleva a Juul a afirmar que una diferente construcción de los juegos ha afectado la manera en la que el público ve y entiende el juego mismo: hay personas que juegan de manera casi compulsiva videojuegos casuales y no se consideran jugadores, o inclusive no consideraban que lo que estaban haciendo fuese jugar (pp. 11-14). Es, grosso modo, a este fenómeno al que el autor llama “revolución casual” de los videojuegos, sus conceptos nos permiten abordar los modos de vida del jugador en nuestro reportaje. Es gracias a todas las teorías y trabajos citados que podemos decir, con toda seguridad, que los videojuegos en el mundo contemporáneo son un asunto bastante serio. Por ende, se justifica la elaboración de productos que traten acerca de este mundo que muchos aún estigmatizan como puro entretenimiento y falta de contenido y conocimiento.

Sinopsis

Ajiaco Gaming: Videojuegos Made in Colombia es una plataforma multimedia periodística que, a través de la experiencia de varias compañías desarrolladoras de videojuegos en Colombia, expone las particularidades del funcionamiento de esta industria en el país, narra sus modos de vida, su relación con el Estado y la academia desde una perspectiva a la vez económica y humana. Al mismo tiempo es un documento que revela al espectador poco familiarizado los modos de producción de este tipo de productos culturales que hoy ocupan parte importante del imaginario cultural colectivo de las nuevas generaciones.

Cronograma de trabajo

Fase	Fechas
Preproducción	<p>Agosto 2016 - Diciembre 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grabación de todas las entrevistas de las varias fuentes citadas en el reportaje y recolección de los datos de los estudios realizados por Datexco, la Universidad de los Andes y la Cámara de Comercio de Bogotá. -Entrevistas a distancia realizadas a Óscar Rodríguez, quien vive en Tokyo. -Transcripción de las entrevistas -Clasificación por fecha y hora del material audiovisual.

	<p>Enero 2017 - Marzo 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> -Grabación del documental tipo <i>slice of life</i> Pixel(a)dos. -Clasificación del material audiovisual recolectado por fecha y por hora. -Transcripción de las entrevistas adicionales para Pixel(a)dos. -Construcción del guión inicial de Pixel(a)dos. -Entrevistas a fuentes del Ministerio de Cultura.
Producción	<p>Abril 2017 - Julio 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de tres (3) textos para el reportaje. -Edición del material en audio usando el software Adobe Audition. -Primera edición del material audiovisual usando el software Adobe Premiere Pro. -Comienzo de la etapa de construcción del diseño web: <ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración de una plantilla en HTML5, CSS3 y Javascript ● Construcción de la línea de tiempo con animaciones en lenguaje Javascript. ● Construcción de los primeros modelos de infografías en Piktochart y Venngage. ● Elección de diseño definitivo para el reportaje en la web: home, menús, páginas adicionales para los textos. Construcción de los efectos parallax en HTML5 y CSS3 para las fotos de los textos. <p>Junio 2017 - Julio 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> -Edición del documental Pixel(a)dos
Posproducción	<p>Julio 2017 - Septiembre 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> -Finalización de la construcción del diseño web <ul style="list-style-type: none"> ● Cambio del modelo de infografías: se adjuntaron dentro de los textos y se eliminó la idea de tener todas las infografías juntas en un solo espacio ● Montaje de las entrevistas en audio a

	<p>la herramienta Soundcite.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Montaje de las entrevistas en vídeo a Youtube como vídeos no listados. ● Revisión del diseño web y corrección de detalles de navegación con la ayuda del director de tesis ● Corrección de los textos del reportaje y elaboración de un cuarto texto
--	---

Diseño

Ajiaco Gaming está diseñado para informar al usuario a través de varios textos periodísticos tipo reportaje, contenido audiovisual y herramientas iconográficas como líneas de tiempo e infografías. Finalmente presenta a los lectores un vídeo *slice of life* de los desarrolladores *indie* de la empresa Glitchy Pixel en el que se pueden ver las características del proceso de desarrollo de un videojuego y la forma de vida de las personas que se dedican a esta actividad. Este último contenido es enteramente de carácter audiovisual con el fin de redondear la experiencia final y dar un sentido de cierre al reportaje multimedia.

El especial se puede visualizar haciendo scroll vertical sobre la página, lo cual le dará acceso a cada una de las secciones o a través del menú de navegación que dirigirá al usuario a cada una de las secciones de manera rápida. En cada inicio de sección hay un botón de volver al inicio para que la navegabilidad de la plataforma no se interrumpa.

Distribución de la información

Cada sección del especial está desarrollada de manera que el lenguaje utilizado responda mejor a las necesidades y objetivos periodísticos. Así las cosas, la distribución de contenidos es la siguiente:

1. Un home inicial con una ilustración de una de las artistas participantes del especial y una frase de su autoría que sirve de epígrafe. seguido a ello se encuentra una introducción al resto del contenido que plantea los temas a tratar en el especial.
2. Una línea de tiempo detallada en la que se reconstruye la historia de los videojuegos en Colombia y el mundo. Esta línea de tiempo da paso narrativamente a los 4 reportajes centrales
3. Home del reportaje principal en el que se da una introducción y se presentan los objetivos y personajes de los cuatro (4) textos que componen la parte escrita del reportaje. Cada uno de ellos se encuentra en micrositos independientes que permiten tener acceso al home del reportaje, al home del especial y a cada texto.
 - a. Cuatro textos que componen el reportaje que van acompañados de vídeos y audios de los entrevistados que robustecen sus declaraciones, así como de infografías que detallan a un nivel más macro las cifras duras de la industria en el país y en el mundo. Cada texto se puede leer de manera independiente, sin un orden específico.

4. *Slice of life* audiovisual en el que se relata cómo es hacer un videojuego desde la perspectiva de dos desarrolladores *indies* colombianos. En esta sección hay un pequeño texto introductorio y el contenido audiovisual.

Menús

El menú de navegación del portal es bastante simple; un menú fijo en la parte superior, compuesto por cuatro botones dan acceso a las cuatro unidades discursivas del especial: Inicio, línea de tiempo, los 3 bugs y Pixel(a)dos. De esta manera el usuario de la página puede recorrer el contenido del especial sin hacer scroll.

En el caso concreto de “Los 3 Bugs”, otros cuatro botones rojos dan acceso a cada historia. Estas no tienen un orden de navegabilidad indicado y narrativamente pueden leerse como textos periodísticos separados, en cada micrositio habrá otros cuatro botones, también rojos, a través de los cuales puede volverse al inicio del especial o remitirse a cualquiera de los otros tres textos que componen el reportaje. Dentro de cada texto se ofrece un menú de navegación por capítulos cuando el texto así lo permite.

Vínculos

En el reportaje una cantidad importante de información se almacena en servidores como Youtube y Soundcite, los cuales se pueden consultar directamente en la plataforma.

Conexión con la audiencia y redes sociales

La plataforma multimedia está dirigida a cualquier lector interesado en conocer la industria de los videojuegos en Colombia, desde el público especializado y familiarizado con el medio como quienes no lo conocen. Debido a su enfoque múltiple, tanto económico como humano, también puede ser de interés para quien desee comprender el funcionamiento de las industrias creativas en Colombia, como para quien desee conocer a las personas detrás de la creación de este tipo de contenidos.

La estrategia para distribuir los contenidos será la difusión a través de las redes sociales y compartir el especial directamente con los miembros de la industria que participaron en su realización.

Informaciones

Informamos sobre el estado de la economía creativa en Colombia y especialmente en relación al desarrollo de videojuegos en el país. de la relación de los desarrolladores colombianos con la academia, el estado y entre ellos para dar un panorama general de un gremio productivo en crecimiento al que lo acusan dificultades estructurales para su consolidación.

Accesos directos

El especial no tiene accesos directos.

Anexos de contratos y cesión de derechos de autor

Contamos con permisos de todas las personas que participaron en el desarrollo de Ajiaco Gaming. Se enviaron escaneados de conformidad con lo solicitado.

Bibliografía

- Gee, J. P. (2003). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Huizinga, J. (1949). *Homo Ludens*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Caillois, R. (2001). *Man, Play and Games*. Chicago: University of Illinois Press.
- Juul, J. (2010). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge, Massachusetts, USA: The MIT Press.
- Kent, S. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokémon and Beyond - The Story Behind The Craze That Touched Our Lives And Changed The World*. New York: Three Rivers Press.
- Domínguez-Martín, E. (2015). *Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad*. *El profesional de la información*, 24 (4), 413-423.