

Narrativa periodística en videojuegos. Estudio de caso del serious game *The Republica Times*

Daniel Alonso Martínez | dalonsom@ucjc.edu

Pablo Navazo-Ostúa | pnavazo@uloyola.es

Marta Pérez-Escolar | martaperez@uloyola.es

Universidad Rey Juan Carlos y Universidad de Loyola, España

Resumen

Palabras clave

“Agenda Setting”; “Educación”; “Narrativa lúdica”; “Periodismo”; “Serious game”; “Videojuegos”.

Sumario

1. Introducción
2. Entre apocalípticos e integrados de los universos narrativos
3. Repercusiones políticas del diseño de software
4. Periodismo y Agenda Setting
5. Metodología
6. Resultados y discusión
7. Conclusiones
8. Bibliografía

Con base en la premisa de que los serious games constituyen una valiosa herramienta de alfabetización en los procesos de aprendizaje, el objetivo principal de esta investigación se centra en estudiar cómo el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) (un simulador donde el jugador adquiere el rol de editor del periódico oficial de la república totalitaria de Republica) es capaz de transmitir y enseñar las rutinas, valores informativos y prácticas profesionales de los periodistas. En otras palabras, el propósito de este artículo es evaluar la funcionalidad ludonarrativa del serious game *The Republica Times* (Pope, 2012), como recurso didáctico para acercar a los jugadores (como pueden ser los futuros profesionales de la comunicación) a la realidad periodística. Para

ello, se ha recurrido a la metodología del análisis textual, propuesta por Cassetti y Di Chio (1996) para el análisis fílmico, para poder analizar el presente estudio de caso. Los resultados obtenidos permiten concluir que *The Republica Times* (Pope, 2012) transmite, eficazmente, valores periodísticos relacionados con la teoría de la Agenda Setting (selección y jerarquización de las noticias), los efectos de la manipulación de la opinión pública o el dilema moral que plantea el valor lealtad a un gobierno autoritario.

Cómo citar este texto:

Daniel Alonso Martínez, Pablo Navazo-Ostúa, y Marta Pérez-Escolar (2020): Narrativa periodística en videojuegos. Estudio del caso del serious game *The Republica Times*, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol.11 (2), pp. 181 a 199. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.338>

Journalistic narrative in video games. Case Study of the serious game *The Republica Times*

Daniel Alonso Martínez | dalonsom@ucjc.edu

Pablo Navazo-Ostúa | pnavazo@uloyola.es

Marta Pérez-Escolar | martaperez@uloyola.es

Universidad Rey Juan Carlos y Universidad de Loyola, España

Abstract

Keywords

“Agenda Setting”; “Education”; “Journalism”; “Ludic narrative”; “Serious game”; “Videogames”.

Summary

1. Introduction.
2. Between apocalypitics and integrates of narrative universes.
3. Political repercussions of software design
4. Journalism and Agenda Setting.
5. Methods.
6. Results and discussion.
7. Conclusions.
8. References.

Based on the premise that serious games are valuable as educational tool in the learning process, the main objective of this research is to study how the videogame *The Republica Times* (Pope, 2012) (a simulator where the player acquires the role of chief editor from the official Republica newspaper) is capable of transmitting the routines, informational values and professional practices of journalism. Therefore, the purpose of this article is to evaluate the functionality of the gamified narrative in *The Republica Times* (Pope, 2012), as an educational resource, to bring players (such as communication

students) closer to the journalistic reality. For that, we had implemented in order to analyze the present case study the textual analysis methodology proposed by Casseti and Di Chio (1996). The results allowed to conclude that *The Republica Times* (Pope, 2012) transmits, effectively, journalistic values related to the theory of the Agenda Setting (news selection and hierarchization), the effects on public opinion influence, or the moral dilemma posed by the loyalty to a authoritarian regime.

How to cite this text:

Daniel Alonso Martínez, Pablo Navazo-Ostúa, y Marta Pérez-Escolar (2020): Journalistic narrative in video games. Case study of the serious game *The Republica Times*, in *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol.11 (2), pp. 181 a 199. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.338>

1. Introducción

El ser humano es, por naturaleza, un “homo ludens” (Huizinga, 1949): el juego forma parte de la idiosincrasia del individuo y es un elemento inherente a la cultura humana (Huizinga, 1949). En la actualidad, lo lúdico no solo se entiende como un elemento reservado para niños, sino que se ha convertido en un componente cotidiano en las sociedades occidentales contemporáneas (Neitzel & Nohr, 2006). Tal y como afirma Bauman (1995: 99), “la marca del adulto posmoderno es la inclinación de acercarse al juego con entusiasmo, como hacen los niños”. Por ello, autores como Raessens (2006) sugieren el término “*ludification of culture*” o “*ludificación de la cultura*” para referirse a este fenómeno global.

En este contexto lúdico, los videojuegos no solo se configuran como uno de los formatos más populares de ocio y entretenimiento, sino que también “ofrecen un enorme potencial para desarrollar acciones formativas” (Calvo-Ferrer, 2018: 193). La revolución digital ha favorecido el maridaje entre lo lúdico y lo educativo, de forma que es cada vez más común hablar de lo que Prensky (2001) denomina como “*Digital Game Based Learning*” (DGBL), es decir, Aprendizaje basado en juegos. En este sentido, los *serious games* o juegos serios (Michael y Chen, 2006) resultan ser los formatos más populares y efectivos como recurso didáctico, porque ofrecen contextos de inmersión mucho más apropiados (Gros, 2009) y ofrecen “una clara relación con realidad y no se entiende el uso de mundos fantásticos, sino que se realiza un vínculo entre el mundo real y el ficticio” (Padilla Zea, 2011: 69).

Así pues, con base en la premisa de que los *serious games* constituyen una valiosa herramienta de alfabetización en los procesos de aprendizaje (Kulik, 1994; Rosas *et al.*, 2000; Rosas *et al.*, 2003; Lacasa *et al.*, 2007; Felicia, 2009; Gros, 2009; Padilla Zea, 2011), el objetivo principal de esta investigación se centra en estudiar cómo el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) (un simulador donde el jugador adquiere el rol de editor del periódico oficial de la república comunista de Republica) es capaz de transmitir y enseñar las rutinas, valores informativos y prácticas profesionales de los periodistas. En otras palabras, el propósito de este artículo es evaluar la funcionalidad ludonarrativa del *serious game The Republica Times* (Pope, 2012), como recurso didáctico, para acercar a los jugadores (como pueden ser los futuros profesionales de la comunicación) a la realidad periodística.

Aunque el objeto de análisis de esta investigación es el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012), este no resulta ser el único *serious games* relacionado con el periodismo: en *The Westport Independent* (Double Zero One Zero, 2016), por ejemplo, el usuario tiene que decir qué se publica y qué no, en el único periódico independiente que queda en el país. Las decisiones que tome el jugador no solo afectarán a la opinión pública, sino que también podrán desencadenar una serie de acontecimientos u otros. Desde una perspectiva más política, cabe destacar *Democracy* (Positech Computing, 2005), otro videojuego de simulación donde el jugador, que se convierte en presidente de un gobierno democrático, debe tomar una serie de decisiones políticas y debe enfrentarse a una serie de situaciones que afectarán al bienestar de la nación. En esta línea, también *SimCity Societies* (Tilted Mill Entertainment, 2007), el *spin-off* de la saga de la serie *SimCity*, se presenta como un simulador social donde el usuario tiene el poder de influir en los acontecimientos cotidianos de una sociedad.

A pesar de la gran variedad de *serious games* que se utilizan en el ámbito educativo, el presente estudio ha estimado pertinente centrarse en *The Republica Times* (Pope, 2012) porque, por un lado, es un videojuego que ha sido poco estudiado por académicos y expertos del universo

ludonarrativo. Por tanto, se considera una oportunidad para alejarse de los ya ampliamente estudiados videojuegos comerciales (como *Assassin's Creed Origins: Discovery Tour* [Ubisoft, 2017] o *Age of Empires II* [Forgotten Empires et al., 2019], entre otros) y aportar una visión nueva y diferente en este campo científico. Por otro lado, desde una perspectiva periodística, *The Republic Times* (Pope, 2012) refleja fielmente los factores y parámetros que influyen en la construcción de la noticia: el videojuego invita a la reflexión y el aprendizaje de, en concreto, la teoría de la Agenda Setting y de los criterios de noticiabilidad; esto es, el jugador, como editor del periódico, debe determinar si un hecho debe ser o no publicado, dónde se ubicaría esa noticia y el espacio que ocuparía dentro del periódico. De esta forma, el videojuego actúa como mediador que acerca al usuario al mundo periodístico y convierte al jugador en un verdadero informador social (con las ventajas e inconvenientes que ello conlleva).

2. Entre apocalípticos e integrados de los universos narrativos

En *Apocalittici e integrati*, Umberto Eco (1964) propone comprender la Comunicación y las Industrias culturales como una experiencia semiótica desde la que interpretar y reapropiarse de los signos que vertebran la cultura de masas. Es esta capacidad de emplear los signos la que nos permite representar fenómenos, analizar la experiencia consciente e imaginar realidades posibles. En esencia, Eco (1964) plantea dos posturas opuestas: *la apocalíptica*, que rechaza la posibilidad de progreso a través del desarrollo tecnológico, y *la integrada*, que fomenta el desarrollo de la cultura a través de los medios de comunicación de masas (Eco, 1964). De manera similar, en este epígrafe, se utilizarán estas categorías (apocalípticos e integrados) para estudiar las corrientes sobre el impacto social de los nuevos medios digitales en las sociedades contemporáneas.

Desde la perspectiva integrada, existen diversos estudios que defienden las ventajas potenciales que el sector de los videojuegos y simuladores pueden aportar al desarrollo de capacidades y habilidades experienciales de los individuos (Schaaf, 2012). Parte de estas capacidades se centran en destacar el desarrollo tangible de las habilidades motoras y de coordinación, de la memoria visual, la capacidad de atención y reactiva a múltiples estímulos de los videojugadores (Green & Bavelier, 2006). Por otro lado, en un plano afectivo-relacional, otra línea de investigación que ha aportado resultados en referencia a las capacidades relacionales de los videojugadores, lejos de asumir el videojuego como una barrera en el desarrollo de las prácticas sociales, apunta que su práctica está relacionada con una mayor extroversión, una mayor motivación hacia la consecución de objetivos tangibles y una mayor tolerancia emocional hacia la frustración (Estallo, 1994; Colwell, Grady y Rhaiti, 1995; Reuters, 2005). Los estudios de Winn (2002), de la *Washington College of Education*, llegan, incluso, a defender la influencia positiva en la capacidad de los individuos expuestos a las dinámicas de videojuegos, en el contexto docente, para resolución de problemas, la asunción de riesgos y la toma de decisiones (Li, Ma y Ma, 2012). En la misma línea, las propuestas de distintos referentes en el campo, como las de Zimmerman (1986) y, especialmente, Gifford (1991), se consideran fundamentales para establecer una serie de características básicas que definen la naturaleza del videojuego como un medio potencial para la experimentación y el aprendizaje efectivo. De esta forma, se defiende que el videojuego:

1. Permite y fomenta el desarrollo de la fantasía, sin limitaciones espacio-temporales.
2. Facilita el acceso a realidades alternas y el intercambio informacional dentro de ellas.
3. Fomenta las dinámicas de *prueba y error* a través de la posible repetición de acciones en un entorno sin riesgos ni consecuencias tangibles.

4. Permite el aprendizaje, experimentación y dominio de habilidades. Los usuarios pueden repetir las funciones, hasta llegar a dominarlas y adquirir una sensación de control.
5. Facilita la interacción de una manera no jerárquica.
6. proyecta una claridad de objetivos bien estructurados de forma clara y concisa, lo que genera un alto nivel de implicación en el usuario.
7. Fomenta un aumento de la atención y del autocontrol del usuario que favorece, a su vez, la consecución de objetivos.

Como parte de este recorrido, donde se destacan las características básicas del formato videojuego desde una visión integrada, no se puede obviar uno de los valores más destacados: la capacidad de incorporar experiencias de aprendizaje en modelos o simulaciones, basados en los mismos patrones que proceden de entornos reales. Tal y como indica Gros (2000: 253), “un factor fundamental de los videojuegos es que proporcionan un entorno rico de experimentación en primera persona. El jugador interactúa con el contexto creado, toma decisiones y percibe inmediatamente las consecuencias”.

Por otro lado, desde la perspectiva apocalíptica, entre los primeros referentes encontramos a Everett Koop, que ya en los inicios de 1980 advirtió de los potenciales efectos mentales y físicos adversos que los videojuegos ejercen sobre los jóvenes, incluyendo una descripción de la alta nocividad para su salud y la adicción que generan los mismos (Koop, 1982). Más adelante, ya en la década de 1993, se llevaron a cabo una serie de sesiones del congreso de los EE.UU. donde se debatió sobre el empleo de la violencia en los videojuegos, especialmente a raíz de los casos de los videojuegos *DOOM* (Id Software, 1993) y *Mortal Kombat* (Midway, 1992), entre otros. Los senadores Liebermann y Kohl expusieron numerosas acusaciones al respecto que, como resultado, dieron lugar al sistema de autorregulación por edades de los videojuegos, en Europa el sistema de calificación llamado PEGI y en los EE.UU. llamado el ESRB.

Analizados los factores relacionados con los rasgos formales del videojuego y sus efectos sobre la experiencia y el aprendizaje efectivo de los usuarios, se señalan a continuación los aspectos intrínsecos a los contenidos y signos distintivos que configuran al videojuego como formato. Entre las nociones más destacables se infiere que el videojuego permite al usuario difundir y reapropiarse del contenido a través de múltiples plataformas digitales. Se trata del fenómeno designado, por Henry Jenkins (2008), como la “convergencia mediática” y que describe un escenario comunicativo donde coexisten múltiples sistemas mediáticos (tradicionales y nuevos), en donde los contenidos se comparten y se transforman con fluidez, influido por el comportamiento migratorio constante de las audiencias (Jenkins, 2008). Esta cooperación entre las diversas industrias mediáticas y culturales, sumado a la constante creación de nuevas estructuras de creación y reapropiación de contenidos, hacen del formato videojuego uno de los más dinámicos y participativos del paisaje mediático contemporáneo.

Dentro del fenómeno de la convergencia mediática, el videojuego adquiere la función de ampliar contenidos que implican a los usuarios, de forma directa, y que se expanden a través de varias plataformas. Este fenómeno se conoce popularmente como *narrativa transmedia* e implica que el “usuario decide su nivel de inmersión y de experiencia con respecto al relato; y la capacidad del mundo narrativo de ser abordado a través de cualquiera de las unidades del relato

que lo componen” (García-Estévez, 2018: 52). Un óptimo producto transmediático, como son los videojuegos, está diseñado para incorporar a múltiples audiencias en los contenidos narrativos de forma diversa y según el potencial de los distintos medios; es decir, que si el medio permite desarrollar contenidos, incorporar a diferentes públicos y ofrecer nuevas experiencias per se, entonces el producto mediático es completo en su transmedialidad, pues la experiencia del usuario resulta ampliada dentro del mismo universo narrativo.

3. Repercusiones políticas del diseño de software

Los medios digitales, como generadores de experiencias, no están únicamente sujetos a la libertad de uso, lúdica o no, del usuario. Como producto cultural, los programas de ordenador están sujetos a una determinada selección de contenidos y situaciones que, al ser enmascaradas tras unas determinadas interacciones de sus usuarios percibidas como propias, pueden favorecer una posterior reflexión sobre la realidad cultural sobre la cual se sustentan, o también erigirse como agentes de reproducción social (Bourdieu, 2018).

“Todo lo que es formado creativamente nos somete a sus condiciones” (von Borries, 2019: 13). El diseño supone un espacio constructivo con un marcado coste de oportunidad. En la definición de las características primordiales de cualquier cosa, ya sea objeto o concepto, el diseñador/creador se decanta por unas potencialidades y descarta un gran número de otras, limitando así el abanico de oportunidades creativas de los individuos que las utilizan y, por tanto, estableciendo su realidad política.

Si reconocemos a las Tecnologías de Información y Comunicación como partes definitorias de nuestro entorno cultural, no podemos olvidar que, tal y como indicaba Geertz (2003), suponen como tales un conjunto de mecanismos de control para la regulación de la conducta. “Los hechos tecnológicos (...) se convierten en hechos y valores sociales” (Gee, 2004: 42).

Desde el punto de vista de la producción de *software*, tal y como indica Manovich (2005), una de las particularidades más definitorias de los nuevos medios es su naturaleza numérica. Un mismo conjunto de datos puede dar lugar a un modelo 3D de un espacio, a una representación 2D abstracta de tipo cartográfico o a un vector matemático. Podemos por tanto decir que, en su nivel más inferior, la información digital es absolutamente multiforme y depende de un proceso de traducción antes de ser presentada al usuario, y por tanto está sujeta a una determinada interpretación (Eco, 2008). El código computacional adopta su propio modelo del mundo, su sistema lógico e ideología, y los mensajes culturales o lenguajes enteros que se creen posteriormente con ese código se verán limitados por ese modelo, sistema o ideología que lo acompaña (Manovich, 2005).

Por otro lado, más allá de las decisiones relativas a la presentación de la información, los medios digitales requieren de la interacción del usuario para definir algunas de sus características o resultados. Es en este espacio donde el programador impone de forma más definitiva la acción del usuario. Tal y como indica Scolari (2004), mediante la selección de una determinada sintaxis de interacción, así como de un conjunto de posibilidades (*affordances*) y limitaciones (*constraints*) operativas, el programador impone un régimen de acción que obliga al usuario a adaptarse a un determinado patrón de comportamiento. Un programa puede aparentar una gran libertad de acción, cuando en realidad es una adaptación de los objetivos funcionales e incluso ideológicos de su diseñador, salvaguardados por el conjunto de reglas que conforman el programa que actúa como agente vigilante y sancionador de las acciones del usuario (Aarseth, 1997).

En el momento en que esas prácticas y procedimientos se convierten en un estándar operativo delimitan, como hace el lenguaje, la capacidad de los usuarios para pensar en dicho ámbito. A este respecto, autores como Tufte (2006), Manovich (2013) o Lanier (2011; 2019) advierten del empobrecimiento derivado de asumir irreflexivamente pautas de comportamiento adquiridas mediante el uso de programas, que en última instancia repercuten en las prácticas sociales y en las formas en las que los individuos conciben la realidad.

En definitiva, se hace evidente que los programas de computador, como cualquier otro medio de comunicación, son activos políticos para la transmisión de conocimientos y pautas de comportamiento social, y como tales han de ser considerados con la debida responsabilidad por sus usuarios y por sus programadores. Tal y como indica Rheingold (2012), la sociedad puede beneficiarse de las posibilidades tecnológicas del computador, pero siempre que sea capaz de encontrar un equilibrio que canalice su poder político.

4. Periodismo y Agenda Setting

Los medios de comunicación tienen una significativa influencia en la opinión pública, ya que “determinan el modo como debe ser percibido el mundo y las perspectivas morales que deben coordinarse para obtener dicha representación” (Luhmann, 1996: 115). Por ello, el periodismo se concibe, popularmente, como el *cuarto poder* o como un “gobierno en la sombra” (Dader, 1998). Se dice que el escritor y pensador irlandés Edmund Burke ya acuñó este término a los medios de comunicación cuando, en el siglo XVIII, Burke pronunció la siguiente frase ante la Cámara de los Comunes: “Vosotros sois el cuarto poder” (Diezhandino, Coca y Bezunarte, 1994: 19).

Los efectos de los medios de comunicación en la sociedad han adquirido tal trascendencia que, a principios del siglo XX, nació en Estados Unidos la Mass Communication Research, una corriente que estudiaba estos efectos de los medios desde tres perspectivas: en primer lugar, entre 1920 y 1940, se impuso la enfoque de los *efectos directos*, que sostenía que los medios de comunicación ejercen un gran impacto en la sociedad. El ciudadano es un sujeto pasivo y maleable que no puede sustraerse de la influencia mediática (De Fleur, 1976: 169). De esta forma, se establece una dependencia cognitiva entre los medios de comunicación y la opinión pública: “las representaciones simbólicas de los medios se utilizan como recursos para elaborar sistemas de conocimiento de los consumidores” (Wolf, 1994: 113-114). Tal y como afirma Harris (2009: 62):

En muchos sentidos, los medios de comunicación sí que muestran lo que ocurre en el mundo. No obstante, también eligen qué contarnos sobre lo que está sucediendo en el mundo (Agenda Setting) y nosotros aceptamos esta interpretación, la cual convertimos posteriormente en parte de nuestra memoria y nuestra experiencia.

En segundo lugar, entre 1940 y 1960, apareció el paradigma de los *efectos limitados*, que cuestionaba que los medios de comunicación tuvieran efectos poderosos y apreciables en la audiencia, ya que, en realidad, es el individuo quien elige a qué mensajes desea prestar atención y de qué modo (Klapper, 1974). Por tanto, los ciudadanos abandonan su rol como masa inerte y se transforman en una audiencia soberana que interpreta y otorga significado a los mensajes mediáticos con total libertad (los efectos mediáticos son limitados o prácticamente nulos).

En tercer y último lugar, a partir de 1960, se implantó la corriente de los *efectos poderosos bajo condiciones limitadas*. Según esta perspectiva mediática, los medios de comunicación sí influyen en

el público, ya que condicionan la forma en la que los ciudadanos conocen el mundo, dan sentido a la realidad que les rodea e interactúan en sociedad; pero no tienen el poder de determinar comportamientos y actitudes a corto plazo (Igartua y Humanes, 2004: 53). En este campo, nacen estudios subyacentes, como la teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972), la teoría *framing* (Goffman, 1974), la teoría de la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1995), la teoría de usos y gratificaciones (Katz, Blumler y Gurevitch, 1973) y la teoría del cultivo (Gerbner, 1969; 1970), entre los paradigmas más destacados (Igartua y Humanes, 2004: 197).

Ente el gran abanico de posibilidades que surgen en este contexto mediático, se ha estimado conveniente recurrir a la teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972) para contextualizar el presente estudio de caso, ya que parece ser la corriente más adecuada y pertinente para comprender las rutinas, valores y prácticas periodísticas (Márquez-Domínguez *et al.*, 2020). En este sentido, la teoría de la Agenda Setting sostiene que los medios de comunicación pueden modificar el nivel de entendimiento y comprensión que los ciudadanos tienen sobre la realidad porque las noticias no solo fijan la agenda de la opinión pública (contribuyen a presentar determinados temas como más importantes que otros que cuentan con una menor presencia en los medios), sino que también dictan al público, de un a forma implícita, una forma de pensar sobre ciertos asuntos.

De esta forma, los periodistas son *gatekeepers* de la información, es decir, son profesionales que trabajan en instituciones mediáticas y participan en el proceso de selección y jerarquización de las noticias (tienen el poder de decidir qué información puede publicarse y qué información debe bloquearse). La selección y jerarquización de las noticias no se realizan según una valoración individual de noticiabilidad, sino que dependen más bien de un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos (López-López, 2018). Así, el estudio de la figura del *gatekeeper* implica entender que la noticia es un producto social moldeado por una variedad de demandas organizativas y profesionales. En este sentido, las noticias no reflejan la realidad, sino que la crean: la noticia se convierte en un producto manufacturado para el consumo público.

Por todo lo expuesto, el proceso de *gatekeeping* supone una forma de control de la información que implica la elección o rechazo de un suceso informativo. El periodismo implica, irremediamente, valorar y esta actividad lleva inherente un sustrato ideológico desde el momento en que los medios de comunicación no reflejan la realidad fielmente (Acosta Peña, 2013; Benavides, 2017). Esta ideología se refleja tanto en lo que se selecciona como en lo que se omite (Sears y Kosterman, 1994). Esta situación alimenta la manipulación mediática de los políticos a los ciudadanos (Chomsky, 2010), ya que los medios solo comunican lo que les interesa (a ellos y a los políticos) y ocultan aquello que consideran que pueda resultar peligroso para el país. Por ello, Chomsky (2010) afirma que existe una especie de acuerdo tácito, entre el gobierno de un país y los medios, que auspicia el advenimiento de una sociedad manipulada (Arnstein, 1969).

Siguiendo el planteamiento de Chomsky (2010) y Arnstein (1969), se reconoce que la relación que se establece entre la prensa y el gobierno en el videojuego *The Republic Times* (Pope, 2012) corresponde a un modelo autoritario (Siebert *et al.*, 1956); esto es, el periódico abandona su independencia informativa y se convierte en un instrumento propagandístico al servicio del régimen. Al igual que las monarquías europeas del siglo XV, o algunos gobiernos contemporáneos, como los de Corea del Norte, en el videojuego *The Republic Times* (Pope, 2012) también existe la figura del “Gran y Honorable líder”. Siguiendo la teoría normativa autoritaria,

Dios ha designado a este soberano y le ha dado total autoridad para dirigir y controlar al Estado de forma buena y sensata. Por este motivo, la prensa debe estar también al servicio de este poder, ya que así lo quiere Dios. Este modelo autoritario, que se recrea en el videojuego y que ha sido implantado en muchos países a lo largo de la historia, fue defendida por filósofos como Platón, Maquiavelo, Hobbes, Rousseau o Hegel, entre otros.

5. Metodología

Los videojuegos, como forma flexible y no estrictamente limitada al ámbito de los juegos mediados por computador, tienen ya un recorrido histórico que se acerca al medio siglo (Etxeberría, 2001; Estallo, 1995). No obstante, el análisis formal académico de los videojuegos ha estado, generalmente, acotado por técnicas de análisis textual propias de otros campos mediáticos, como el cine o la televisión (Ryan, 2004; Machado, 2009).

Si bien es complicado ignorar la naturaleza de los videojuegos como textos complejos y multiformes, lo cierto es que su infraestructura sistémica, la flexibilidad de su composición textual e, incluso, el valor procedimental de algunos de sus contenidos, los convierten en entidades textuales particulares que, en ocasiones, adolecen de una especificidad metodológica dentro de los estudios más ortodoxos. No es objeto de este trabajo resolver esta problemática, detectada desde hace tiempo y sobre la que versan numerosas propuestas resolutorias desde diversos campos de estudio (Aarseth, 1997; Scolari, 2004; Soler Gallego, 2012).

Así pues, el objetivo principal de esta investigación se centra en estudiar la funcionalidad ludonarrativa y didáctica del videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) para acercar a los jugadores a la realidad periodística (sobre todo, en relación con las rutinas, valores informativos y prácticas profesionales de los periodistas). Con base en este propósito, se han planteado las siguientes preguntas de investigación:

PI 1.- ¿Cuál es la funcionalidad ludonarrativa del videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012)?

PI 2.- ¿Cómo el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) consigue generar y transmitir los valores periodísticos?

PI 3.- En caso de que el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) logre transmitir esos valores periodísticos, ¿qué recursos utiliza para obtener dicho fin?

Para responder a estas preguntas de investigación, el presente artículo presenta un estudio de caso (Hammersley, 1986; Yin, 1989; Hamel, Dufour & Fortin, 1993; Stake, 1994; López-Barajas y Montoya, 1995; Coller, 2005; Gill, 2011; Hernández-Sampieri *et al.*, 2014), en donde se examina el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) desde la metodología del análisis textual, propuesta por Cassetti y Di Chio (1996) para el análisis fílmico. La validez del método de Cassetti y Di Chio (1996) ha quedado confirmada en estudios previos sobre narraciones videolúdicas (Pérez Latorre, 2010) y en investigaciones más generalistas sobre lo audiovisual (Hermida Bellot, 2013; Martinelli, 2020). Así, tal y como indican Cassetti y Di Chio (1996), la metodología de análisis textual consta de 4 procedimientos generales: un proceso de descomposición de las diversas partes del texto en unidades cada vez más pequeñas (Cassetti y Di Chio, 1996: 38); un posterior análisis de dichas partes; la recomposición de los valores semánticos derivados en cuatro fases (enumeración, ordenamiento, reagrupamiento y modelización) (Cassetti y Di Chio, 1996: 49); y en última instancia, adquirir una meta-comprensión, es decir, comprender por qué

comprendemos.

En el videojuego independiente *The Republica Times* (Pope, 2012), el usuario toma el papel de editor del diario oficial de la hipotética república autoritaria de Republica. El objetivo del juego es hacer una selección de las noticias que van llegando al diario para confeccionar la portada del rotativo (en donde se deben ensalzar los valores del Estado). Al principio de cada día diegético, el Ministerio de Medios (mano operativa del gobierno) ofrece un comentario sobre los objetivos de la jornada, a la vez que presiona al jugador para que, de forma consciente, manipule la información con el fin de asegurar así la lealtad del pueblo al Estado de Republica. Tras esta introducción, se ofrece al usuario un repertorio de noticias con cierta carga política (tanto a favor como en contra del gobierno) e informaciones neutras (como informaciones sobre el clima) para que el jugador pueda elegir dónde ubicar cada información y en qué formato. Al igual que ocurre en cualquier redacción, el usuario tiene un tiempo determinado para cumplir con esta tarea (diseñar el periódico), a la vez que se concienza de la dificultad que conlleva granjearse el apoyo de la opinión pública del ficticio Estado de Republica, en un ambiente caracterizado por el creciente descontento social e insurgencia civil.

6. Resultados y discusión

La descomposición de los elementos del juego en unidades mínimas textuales, así como el análisis y reorganización de las mismas, han servido para generar un modelo textual abstracto.

Los resultados obtenidos se han ordenado de forma que respondan a las preguntas de investigación planteadas en este estudio. Así, en relación con la PI 1, se plantea que la funcionalidad ludonarrativa del videojuego se centra en dos ámbitos: por un lado, *el público o número de lectores (readership)* al que debe interpelar el jugador remite a la noción de opinión pública que se ha descrito en este estudio. Además, la narración de este videojuego también introduce el valor de la *lealtad (loyalty)* hacia el gobierno, que es esencial para manipular a la opinión pública mediante la selección y jerarquización informativa de los contenidos del diario.

Por otro lado, la posibilidad de seleccionar entre una variedad de informaciones de distinta carga política, y que dicha selección tenga un impacto en la realidad que se presenta, remite indiscutiblemente a la teoría de la Agenda Setting. Por último, los jugadores, inmersos en un contexto diegético que les impele a seguir, por necesidad, las directrices del gobierno (al tiempo que son informados, al inicio de cada jornada, de las repercusiones sociales de sus acciones) deben decidir si desarrollar su labor con éxito y convertirse en portavoces del poder o, por el contrario, prefieren actuar siguiendo los códigos morales de la profesión periodística. Por tanto, puede afirmarse que el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) transmite, eficazmente, las citadas nociones.

En relación con la PI 2, se infiere que el videojuego consigue transmitir valores periodísticos a través de diversas estrategias. Por un lado, el programa atribuye valores específicos a noticias de diversa carga política: se crea así una relación dicotómica entre la exaltación del hipotético Estado de Republica y otras naciones enemigas o movimientos insurgentes. Esta coyuntura afecta, a su vez, a los valores de *lealtad y al número de lectores*. A los jugadores se les presenta un repertorio informativo aleatoriamente generado, sin posibilidad de modificación, del que han de seleccionar, cuidadosamente, material suficiente para llenar el espacio de portada del diario, al tiempo que cumplen diversos objetivos relativos al número de lectores y su lealtad hacia el Estado. Si no consiguen cumplir sus objetivos, los jugadores reciben todo tipo de intimidaciones y se les

amenaza con castigar a sus familias, por lo que la continuidad del juego depende del rendimiento del jugador, es decir, cómo consigue desarrollar estrategias comunicativas que favorezcan un determinado modelo de realidad.

Por otro lado, otra de las estrategias que utiliza el videojuego para transmitir valores periodísticos se basa en la aparición, a partir del tercer día de juego, de comunicaciones dirigidas al jugador, que provienen de un grupo insurgente que solicita publicar informaciones negativas sobre el Estado de Republica, con el fin de debilitar al gobierno. De este modo, se exige a los jugadores tomar una decisión ideológica: o bien apoyar al Estado para garantizar el bienestar de su familia, o bien respaldar a los insurgentes para que reemplacen al *establishment político*. De este modo, mediante el uso de diversos recursos narrativos, se evidencia también la dimensión ideológica del juego.

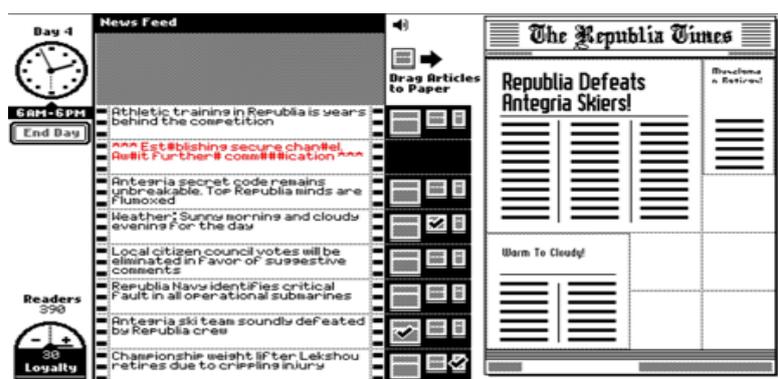


Figura 1. *The Republica Times* en el día 4 del juego (2012). Lucas Pope & 3909 LLC ©.

En última instancia, en relación con la PI3, los recursos utilizados por el juego para transmitir valores periodísticos son, principalmente, pequeños fragmentos de texto que describen los objetivos y resultados al inicio y final de cada jornada (Figura 1). Estas breves descripciones, que se presentan en forma de titular de noticias, tienen un determinado tono ideológico en relación con el universo diegético. A esto cabe añadir que el apartado gráfico es, en esencia, sencillo en su iconicidad y presenta una escala de color de blancos y negros únicamente transgredida por el color rojo de las comunicaciones del grupo insurgente. La escala gráfica no es meramente decorativa, ya que permite atribuir distintos valores a cada una de las noticias y ubicarlos, según su importancia, en distintos espacios de la portada del diario (jerarquización de la información). Con todo, el apartado gráfico es generalmente menos importante que el contenido escrito.

7. Conclusiones

Desde una perspectiva técnica, *The Republica Times* (Pope, 2012) supone un juego de breve jugabilidad temporal, simple en extremo y minimalista en sus formas. Del mismo modo, no posee ninguna complejidad ética o moral en sus planteamientos de juego, pero sí consigue tener un impacto efectivo en el usuario como consecuencia del cinismo de la dinámica de juego. Este impacto se traduce en mostrar al jugador las dinámicas implícitas en la teoría de la Agenda Setting, así como los valores, responsabilidades y prácticas periodísticas. Como editor de contenidos del diario, el usuario se expone a diferentes tipos de noticias (matrimonios y divorcios de celebridades sensacionalistas, noticias deportivas, el parte meteorológico, información sobre la agitación políticosocial en Republica, etc.) con el fin de elegir qué contenido informativo debe utilizar para configurar el diario *The Republica Times* (Pope, 2012).

Con este estilo irónico, *The Republica Times* (Pope, 2012) trata de abordar la potencial influencia que los medios de comunicación ejercen sobre la percepción social de la realidad. El videojuego representa una analogía audiovisual de la teoría de la Agenda Setting: el medio valora qué acontecimientos son suficientemente relevantes para ser difundidos, a la vez que jerarquizan y priorizan dónde irán publicadas esas noticias. Esto implica asumir también que lo que no entra en el diario no existirá para la sociedad. Los acontecimientos que se seleccionan y que se jerarquizan afectan a la percepción que tienen los ciudadanos de Republica sobre los hechos y sucesos que acontecen en el mundo. En este sentido, el videojuego también ahonda en el lado más sombrío y pernicioso de la relación entre prensa y Estado. En los gobiernos autoritarios, como el de Republica, el periodismo se transforma en una forma de propaganda política al servicio del poder. De esta forma, el jugador puede ir comprobando cómo sus acciones (como editor del diario) se van limitando y se van sometiendo a los deseos y órdenes del “Gran y Honorable Líder”.

El propio desenlace del juego muestra también un escenario lúgubre y definitorio. La jugabilidad temporal de *The Republica Times* (Pope, 2012) termina en la undécima jornada del juego, donde el usuario se convierte en editor jefe y comprueba que existen dos finales posibles: por un lado, el líder del gobierno decide cerrar el diario porque quiere prescindir de la prensa escrita como medio de comunicación e invertir en nuevas tecnologías digitales. En este posible contexto, el gobierno acabaría también con la vida de la familia del jugador. Por otro lado, el periódico cierra porque *Republica* es derrocada por los grupos rebeldes y pasa a ser denominada *Democria*. Tanto en un caso como en otro, la dinámica del juego refleja las dinámicas de manipulación mediática de gobiernos. Tal y como describía Chomsky (2010), existe una especie de acuerdo tácito entre el gobierno de un país y los medios de comunicación, ya que el establecimiento de la agenda mediática se trata de otro tipo de propaganda en las sociedades, pues, en realidad, la opinión pública está políticamente manipulada gracias al poder de los medios de comunicación.

Además, el juego también refleja cómo el gobierno autoritario utiliza la prensa sensacionalista para crear cortinas de humo y sociedades desinformadas. Tal y como sostenía Arnstein (1969), en su paradigma de la escalera de la participación, los ciudadanos viven una realidad distorsionada que, en cierto sentido, podemos asimilar con el régimen autoritario que George Orwell (1948) plasmó en su novela 1984. Para Arnstein (1969), esa cortina de humo o “*tokenism*” es una estrategia de distracción propia de sociedades controladas y supeditadas a la influencia del gobierno (modelo normativo autoritario) y, en cierto sentido, también de los medios de comunicación, que actúan como portavoces de las élites políticas.

Por tanto, ante todo lo expuesto, y en relación con el objetivo principal de la presente investigación (evaluar la funcionalidad ludonarrativa del serious game *The Republica Times* (Pope, 2012), como recurso didáctico, para acercar a los jugadores a la realidad periodística), se concluye que el videojuego *The Republica Times* (Pope, 2012) constituye una herramienta educativa funcional y útil para alfabetizar a los alumnos, como pueden ser los futuros profesionales de la comunicación, a la realidad periodística, ya que el videojuego no solo enseña el proceso de producción del diario (selección y jerarquización de la información) desde la perspectiva de la Agenda Setting, sino que también muestra los riesgos y repercusiones asociadas a la información que se publica: manipulación, distorsión de la realidad, ciudadanos desinformados, etc. En consecuencia, a pesar de que el videojuego no deja de ser una simulación y de que el escenario presentado corresponde a una realidad política alejada de la que podemos encontrar en las democracias

occidentales, lo cierto es que ofrece un acercamiento más real y práctico a la actual coyuntura social, mediática y política, de lo que puede ofrecer una clase teórica en el aula (con las ventajas que conlleva este tipo de enseñanza centrada en un aprendizaje más innovador e inmersivo).

Por último, cabe destacar que, a pesar de que el videojuego posee un diseño pixelado, que puede parecer algo arcaico o rudimentario, lo cierto es que resulta ser una herramienta educativa eficaz para ilustrar cómo cualquier sociedad (ya sea democrática o autoritaria) pueden convertirse en una sociedad manipulada por la intervención de los medios de comunicación, que actúan como portavoces de la élite política para configurar la realidad según intereses particulares (en lugar de actuar al servicio de la ciudadanía). Además, el videojuego ha tenido importantes repercusiones, dentro de la comunidad *gamer*, y se ha convertido en un producto de culto que ha inspirado la creación de otros videojuegos de pago, como *The Westport Independent* (Double Zero One Zero (2016)).

8. Bibliografía

Aarseth, E. (1997). *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. United Kingdom: Johns Hopkins Press.

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners (JAIP)*, 35(4), pp. 216-224.

Acosta Peña, R. A. (2013). Producción y circulación de la noticia: el newsmaking. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (123), pp. 64-75.

Bauman, Z. (1995). *Life in Fragments. Essays in Postmodern Morality*. Oxford: Blackwell.

Benavides, J. (2017). El Newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), pp. 28-41.

Bourdieu, P. (2018). *Las estrategias de la reproducción social*. Argentina: Siglo XXI.

Calvo-Ferrer, J. R. (2018). Juegos, videojuegos y juegos serios: Análisis de los factores que favorecen la diversión del jugador. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9(1), pp. 191-226. Doi: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.232>

Casetti, F. y Di Chio, F. (1996). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

Chomsky, N. (2010). Diez Estrategias de Manipulación Mediática. Archipiélago. *Revista cultural de nuestra América*. Recuperado de <https://bit.ly/39pRPEP>

Coller, X. (2005). *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Colwell, J., Grady, C. y Rhaiti, S. (1995). Computer Games, Self-Esteem, and Gratification of Needs in Adolescents, *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 5(3), pp. 195-206.

Dader, J. L. (1998). *Tratado de Comunicación política*. Primera parte. Madrid: CERSA.

- De Fleur, M. (1976). Teorías de la comunicación masiva. Buenos Aires: Paidós.
- Diezhandino, M., Coca, C. y Bezunartea, O. (1994). *La élite de los periodistas*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Double Zero One Zero (2016). *The Westport Independent* [software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/2XymfRs>
- Eco, U. (1964). *Apocalittici e integrati*. Milano: Bompiani.
- Eco, U. (2008). *Decir casi lo mismo*. Barcelona: Lumen.
- Estallo, J. A. (1994). Videojuegos, personalidad y conducta. *Psicothema*. 6,(2), pp. 181-190.
- Estallo, J. A. (1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta.
- Etxeberria Balerdi, F. (2001). Videojuegos y educación. *Education in the knowledge society (EKS)*, (2). Recuperado de <https://bit.ly/33SlgOW>
- Felicia, P. (2009). *Videojuegos en el aula. Manual para docentes*. Bruselas: European Schoolnet. Recuperado de <https://bit.ly/2JiUhSY>
- Forgotten Empires, Tantalus Media, Wicked Witch (2019). *Age of Empire II* [Software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/2yDT5I7>
- García-Estévez, N. (2018). Narrativa transmedia en el spot publicitario. estudio de caso de las campañas de la lotería de Navidad. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1(9), pp. 49-70. Doi: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.229>.
- Gee, J. P. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Málaga: Aljibe
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gerbner, G. (1969). Toward 'cultural indicators': The analysis of mass mediated public message systems. En G. Gerbner, O. Holsti, K. Krippendorff, W. J. Paisley y P. J. Stone (Eds.), *The analysis of communication content: Developments in scientific theories and computer techniques* (pp. 123-132). Nueva York: John Wiley & Sons.
- Gerbner, G. A. (1970). Cultural indicators: The case of violence in television drama. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388, pp. 69-81.
- Gifford, B. (1991). The learning society: Serious play. *Chronicle of Higher Education*, 7.
- Gill, T. G. (2011). *Informing with the Case Method*. California: Informing Science Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. London: Harper and Row.

- Green, S. y Bavelier, D. (2006). Effect of action video games on the spatial distribution of visuospatial attention. *Journal of Experimental Psychology: Perception and Performance*, 6(32), pp. 1465-1478. Doi: [10.1037/0096-1523.32.6.1465](https://doi.org/10.1037/0096-1523.32.6.1465)
- Gros, B. (2000). La dimensión socioeducativa de los videojuegos. *Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (12). Doi: <https://doi.org/10.21556/edutec.2000.12.557>
- Gros, B. (2009). Certezas e interrogantes acerca del uso de los videojuegos para el aprendizaje. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1(7), pp. 251-264.
- Hamel, J. Dufour, S. y Fortin, D. (1993). *Case Study Methods. Qualitative Research Methods*, Series 32. California: SAGE Publications.
- Hammersley, M. (1986). *Case studies in classroom research: a reader*. Milton Keynes: Open University Press.
- Harris, R. J. (2009). *A cognitive psychology of Mass Communication*. Nueva York: Routledge.
- Hermida Bellot, C. (2013). Utilización del análisis textual en el estudio de las series de ficción televisivas. En M. Vicente Mariño (Ed.), *Investigar la comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (pp. 629-644). Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, M. D. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Huizinga, J. (1949). *Homo ludens. A study of the play-element in culture*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Id Software (1993). *DOOM* [Software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/2X6LtHw>
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Jenkins, H. (2008). Convergene Culture. *La cultura de convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Katz, E., Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), pp: 509-523.
- Klapper, J. T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas*. Madrid: Aguilar.
- Koop, E. (1982, November 10). Around the Nation; Surgeon General Sees Danger in Video Games. *The New York Times*.
- Kulik, J. (1994). Meta-analytic studies of findings on computer-based instruccion. En E. Baker y H. O'Neil (Eds.), *Technology assesment in education and training* (pp. 9-34). Nueva York: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Lacasa, P., Martínez-Borda, R., Méndez, L., Cortés, S. y Checa, M. (2007). *Apreniendo con los*

videojuegos comerciales. Un puente entre ocio y educación. Recuperado de <https://bit.ly/3br1zAa>

Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital*. Barcelona: Debate.

Lanier, J. (2019). *El futuro es ahora: Un viaje a través de la realidad virtual*. Madrid: Debate.

Li, J., Ma, S. y Ma, L. (2012). The study on the effect of educational games for the development of students' logic-mathematics of multiple intelligence. *Physics Procedia*, 33, pp. 1749-1752.

López-Barajas, E. y Montoya, J. M. (1995). *El estudio de casos. Fundamentos y metodología*. Madrid: UNED.

López-López, P. C. (2018). La investigación de la comunicación política. En López-Golán, M., Campos-Freire, F., López-López, P. y Rivas Echeverría, F. (Eds.), *La comunicación en la nueva sociedad digital* (pp. 345-357). Quito-Mérida: Centro de Publicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Consejo de Publicaciones de la Universidad de Los Andes.

Luhmann, N. (1996). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.

Machado, A. (2009). *El sujeto en la pantalla*. Barcelona: Gedisa.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Manovich, L. (2013). *El software toma el mando*. Barcelona: UOC Press Comunicación.

Márquez-Domínguez, C., Caridad Ruiz-Onofre, D. y Moreno-Gudiño, B. P. (2020). Análisis de la agenda mediática. Estudio de caso: El Comercio de Ecuador. *Miguel Hernández Communication Journal*, 1(11), pp. 139 a 154. Doi: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.313>

Martinelli, D. (2020). *What you see is what you hear. Creativity and Communication in Audiovisual Texts*. Suiza: Springer.

McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.

Michael, D. y Chen, S. (2006). *Serious games: games that educate, train and inform*. Boston, MA: Thomson Course Technology.

Midway (1992). *Mortal Kombat* [Software]. Recuperado de <https://bit.ly/2B4S3pn>

Neitzel, B. y Nohr, R. (2006). *Das Spiel mit dem Medium: Partizipation, Immersion, Interaktion*. Marburg: Schüren.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.

Orwell, G. (1948). *1984*. Londres: Secker & Warburg.

Padilla Zea, N. (2011). *Metodología para el diseño de videojuegos educativos sobre una arquitectura para el*

- análisis del aprendizaje colaborativo* (Tesis doctoral). Universidad de Granada, Granada.
- Pérez Latorre, O. (2010). *Fundamentos teóricos del juego, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discurso* (Tesis doctoral). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- Pope, L. (2012). *The Republic Times* [software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/3d9L9NL>
- Positech Computing (2005). *Democracy* [Software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/3dbxqGm>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), pp. 1-6. Doi: <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Raessens, J. (2006). Playful identities, or the ludification of culture. *Games and Culture. A Journal of Interactive Media*, 1(1), pp. 52-57. Doi <https://doi.org/10.1177/1555412005281779>
- Reuters (2005). Los videojuegos mejoran la sociabilidad y las habilidades directivas. *El País*. Recuperado de <https://bit.ly/3aog1sL>
- Rheingold, H. (2012). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Rosas, R., Grau, V., Salinas, Correa, M. M., Nussbaum, M., López, X., Flores, P. y Lagos, F. (2000). Más Allá de Mortal Kombat: Diseño y Evaluación de Videojuegos Educativos para Lenguaje y Matemáticas del Nivel Básico 1. *Psyke*, 9(29), pp. 125-141.
- Rosas, R., Nussbaum, M., Cumsille, P. Marianov, V., Correa, M. Flores, P., Grau, V., Lagos, F., López, X., López, V., Rodríguez, P. y Salinas, M. (2003). Beyond Nintendo: Design and assessment of educational video games for first and second grade students. *Computers & Education*, 40(1), pp.71-94. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0360-1315\(02\)00099-4](https://doi.org/10.1016/S0360-1315(02)00099-4)
- Ryan, M. (2004). *La narración como realidad virtual*. Barcelona: Paidós.
- Schaaf, R. (2012). Does digital game based learning improve student time-on-task behavior and engagement in comparison to alternative instructional strategies? *Canadian Journal of Action Research*, 13(1), pp. 50-64.
- Scolari, A. C. (2004). *Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Sears, D. O. y Kosterman, R. (1994). Mass media and political persuasion. En S. Shavitt y T. C. Brock (Eds.), *Persuasion. Psychology insights and perspectives* (pp.221-242). Madrid: Universitas.
- Siebert, F., Peterson, T. & Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Chicago: University of Illinois Press.
- Soler Gallego, S. (2012). El videojuego como tipo textual multimodal, multimedia e interactivo: Parámetros de descripción textual y narratológica. En S. C. Colado, M. D. P. Triviño, A. L. Alonso y A. Álvarez Lugrís (Eds.), *Traducir en la frontera* (pp. 761-774). Barcelona: Atrio.

Stake, R. E. (1994). Case Studies. En N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 236-247). California: Sage Publications.

Tilted Mill Entertainment (2007). Simcity Societies [Software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/36AWiEW>

Tufte, E. (2006). *The Cognitive Style of PowerPoint: Pitching Out Corrupts Within*. Connecticut, EEUU: Graphics Press.

Ubisoft (2017). *Assassins Creed Origins: World Tour* [Software de PC]. Recuperado de <https://bit.ly/2XA7huo>

Von Borries, F. (2019). *Proyectar mundos. Una teoría política del diseño*. Santiago de Chile: Ediciones / Metales Pesados.

Winn, W. (2002). What can students learn in artificial environments that they cannot learn in class? *First International Symposium*. Open Education Faculty, Anadolu University, Turkey.

Winn, W. (2002). Current trends in educational technology research: The study of learning environments. *Educational Psychology Review*, 15(4), pp. 331-351.

Yin, R. (1989). *Case Study Research. Design and Methods*. Londres: SAGE.

Zimmerman, B. J. (1986). Models of Self-Regulated and Academic Achievement. En B. J. Zimmerman y D. H. Schunk (Eds.), *Springer Series in Cognitive Development* (pp. 1-25). Nueva York: Springer. Doi: https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3618-4_1

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org

Cómo citar este texto:

Daniel Alonso Martínez, Pablo Navazo-Ostúa, y Marta Pérez-Escolar (2020): Narrativa periodística en videojuegos. Estudio del caso del serious game The Republica Times, en *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol.11 (2), pp. 181 a 199. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.338>