



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

El devenir de las civilizaciones: interacciones entre el entorno humano, natural y cultural

Coordinadora
Sandra Olivero Guidobono

Dykinson, S.L.

EL DEVENIR DE LAS CIVILIZACIONES:
INTERACCIONES ENTRE EL ENTORNO HUMANO,
NATURAL Y CULTURAL

Coordinadora

Sandra Olivero Guidobono

Dykinson, S.L.

2021

EL DEVENIR DE LAS CIVILIZACIONES: INTERACCIONES ENTRE EL ENTORNO HUMANO, NATURAL Y CULTURAL.

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2021

N.º 10 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2021

ISBN 978-84-1377-324-7

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Dykinson S.L ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

DEL *HOMO LUDENS* AL *HOMO TRANSMEDIA*⁷²⁸

FRAN MATEU

Universidad Miguel Hernández de Elche, España

RESUMEN

La teoría de juegos de Johan Huizinga se contextualiza históricamente alrededor de los juegos tradicionales. En respuesta a Henri Bergson, que señala que el *Homo Sapiens* es la consecuencia del *Homo Faber* (el ser humano que fabrica), Huizinga propone al *Homo Ludens* (el ser humano que juega) como término más adecuado. Y Roger Caillois expone un planteamiento diferente -más sociológico-, desarrollando una clasificación de los juegos. Inspirado en los trabajos de Huizinga y Caillois, por su parte, Vilém Flusser hace alusión a una sociedad actual que produce contenidos mediante el acto de jugar con la tecnología, una actividad emancipatoria que ha dado paso del ser humano creador al jugador, el cual desea disfrutar de experiencias en una sociedad telemática. Huizinga y Caillois presentan el acto de jugar como una actividad libre, pero Flusser lo estudia como herramienta dialógica de una sociedad que produce información mediante la tecnología lúdica. Por otro lado, Carlos Scolari presentó al *Homo Videoludens*, tratando de acoger la *gamesfera*, donde se convive con mecánicas interactivas y multidireccionales en entornos multimedia. Scolari también propuso el concepto provisorio de *teleusuarios*, que define a los sujetos que proceden de experiencias de consumo televisivo -tanto tradicional, como en nuevas plataformas-, que han interactuado con los dispositivos móviles, los videojuegos y que, actualmente, están viviendo cómo estas experiencias están confluyendo en un mismo entorno. Ante la llegada del *Homo Videoludens* -y como propone Raúl Rodríguez-Ferrándiz, del *Translector in Fabula*-, en un contexto donde la era digital ha fomentado complicidad y diseminación de contenidos, las corporaciones están transfigurando su modelo monomediático al transmediático. Por ello, el *Homo Ludens* de Huizinga ahora juega a través de los distintos medios y plataformas.

PALABRAS CLAVE

Audiovisual, Cine, Narrativas Transmedia, Videojuegos.

⁷²⁸ Este capítulo parte de una tesis doctoral en desarrollo dirigida por el Dr. Raúl Rodríguez-Ferrándiz (Universidad de Alicante).

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente texto consiste en conectar la propuesta de la teoría de juegos de Huizinga con las narrativas transmedia y su contexto en la ludología digital, a través del estudio de diferentes autores a lo largo del siglo XX y XXI⁷²⁹, aportando una nueva expresión: *Homo Transmedia*. Para ello, la metodología empleada es la revisión histórico-bibliográfica mediante información histórica, sociocultural y tecnológica que nos permita concluir que la teoría de juegos mantiene un orden secuencial, a lo largo del tiempo, que da lugar a la evolución lógica del *Homo Ludens* al *Homo Transmedia*.

La teoría de juegos que Huizinga reflejó en su popular obra *Homo Ludens* (2000)⁷³⁰, aunque se contextualiza históricamente alrededor de los juegos tradicionales, también parte como referencia clave en la ludología digital (Martínez Fabre, 2020, p. 51). En respuesta a Bergson (2009), que señala que el *Homo Sapiens* es la consecuencia del *Homo Faber*⁷³¹ (el ser humano que fabrica), Huizinga propone al *Homo Ludens* (el ser humano que juega) como término más adecuado, pues “expresa una función tan esencial como la de fabricar” (Huizinga, 2000, p. 7).

1. DE LA TEORÍA DE JUEGOS AL COMPORTAMIENTO LÚDICO EN HUIZINGA

Huizinga (2000, p. 220) afirma que el desarrollo de la cultura y la sociedad viene condicionado por el ocio (lo lúdico) y los juegos en los que el ser humano ha participado de manera ritual desde sus orígenes. Así, la cultura es el lugar del juego, es decir, la cultura “se juega”, no surge del juego; se desarrolla *en* el juego y *como* juego. Por tanto, los juegos preceden a la cultura y a la civilización humana (Huizinga, 2000, p.

⁷²⁹ Aunque la teoría de juegos y el comportamiento lúdico han sido estudiados por un amplio abanico de autores (Agamben, Avedon, Vaneigem, Sutton-Smith, etc.), en su vertiente más clásica nos centraremos especialmente en Huizinga, Caillois y Flusser.

⁷³⁰ Escrita en neerlandés y publicada originalmente en 1938.

⁷³¹ Propuesta inspirada a raíz de ideas de figuras políticas como Benjamin Franklin o Karl Marx.

11)⁷³². Asimismo, Huizinga (2000, pp. 20-25) presenta las siguientes características de los juegos:

1. Es una actividad libre, no un deber moral. Su participación y abandono son voluntarios, ya que no se trata de una necesidad.
2. No es la vida corriente, es una válvula de escape, cuya actividad desinteresada debe tomarse como una broma. No obstante, desde un primer estadio donde el juego se manifiesta como diversión, se da paso a la competición. Así, el entusiasmo puede implicar cierta absorción, por lo que lo lúdico y lo serio pueden oscilar: “El valor inferior del juego encuentra su límite en el valor superior de lo serio” (Huizinga, 2000, p. 21).
3. Se desarrolla dentro de unos límites de espacio y de tiempo, ya que se aparta de la vida rutinaria por su lugar y duración. De este modo, el juego adopta una estructura de forma cultural, ya que una vez jugado permanece en el recuerdo como creación, pudiendo transmitirse como una tradición.
4. Posee un orden propio y absoluto. Las acciones del juego están reguladas y, si no se cumple alguna de ellas, este deja de tener sentido y se anula. Por ello, el juego adquiere un carácter dual, ofreciendo ritmo y armonía.
5. Genera tensión, es decir, incertidumbre y azar respecto a lo que pueda suceder. La tensión ofrece una dimensión ética, poniendo a prueba las aptitudes de los jugadores.

Así, los juegos son acciones libres al margen de la vida corriente que se llevan a cabo dentro de unos límites espaciotemporales siguiendo reglas *ad hoc* (obligatorias pero libremente aceptadas); cuyas acciones, desprovistas de intereses materiales, son sus fines en sí mismas y las acompañan situaciones de alegría, tensión y del hecho de sentirse de otro modo respecto a la vida rutinaria (Huizinga, 2000, pp. 45-46).

La relación de jugar y llevar a cabo acciones ofrece como resultado la idea de un usuario que es un jugador activo que desea ser partícipe de

⁷³² Huizinga (2000, p. 14) también observa la existencia de la actividad lúdica en el reino animal.

una experiencia que le ofrezca una serie de situaciones emocionales, lo cual guarda cierta imbricación con los formatos transmediáticos de entretenimiento. Asimismo, la esencia en sí misma de jugar va más allá de un posible instinto, sobre todo por la presencia de un elemento inmaterial que no se puede explicar de otro modo que a través de la propia experiencia lúdica, de la que se desprenden sentimientos como la emoción, el sentido, la tensión, la fantasía o la intensidad (Huizinga, 2000, pp. 12-13).

No obstante, y como observa Umberto Eco (2012, pp. 362-366), los posibles intentos de Huizinga por trazar una morfología del juego, o por no haber sido estudiado como lengua y matriz, fueron criticados por autores como Carlo Antoni o Eugenio Garin. El trabajo de Huizinga está enfocado a través de un recorrido histórico en cuanto a su importancia cultural donde, tras advertir sus principales rasgos, lo conecta mediante diferentes líneas temáticas, como el derecho, la guerra, la sabiduría, la poesía y la figuración poética; o bajo determinadas actividades contemporáneas, como las técnicas propagandísticas y publicitarias, siempre provistas del carácter competitivo (Huizinga, 2000, pp. 260-261). Por ello, lo que Huizinga desarrolla realmente es una teoría del comportamiento lúdico, no una teoría del juego (Eco, 2012, p. 371). Además, si Huizinga hubiese planteado su ensayo bajo una matriz morfológica, habría tenido que tomar una elección: si la cultura es juego (en cuanto a su estructura), entonces, o la cultura es gratuidad pura o la característica última del juego es la seriedad, acompañada de su funcionalidad absoluta y constitutiva (Eco, 2012, pp. 370-371).

2. EN EL CÍRCULO MÁGICO DE CAILLOIS

Por su parte, Roger Caillois también fue conocedor de los trabajos de Bergson, dando muestra de ello, por ejemplo, en *El mito y el hombre* (1939)⁷³³, una serie de reflexiones donde cuestiona las investigaciones

⁷³³ Caillois (1939, p. 26) toma como modelo la propuesta de Bergson (2009) en relación a que el ser humano se rige por la inteligencia y los insectos por el instinto.

propuestas por Bergson en torno al mito⁷³⁴ y su relación con los instintos. Posteriormente, y a diferencia de Huizinga, Caillois propone un planteamiento más sociológico que histórico en su búsqueda de una teoría de juegos. En consecuencia, en su ensayo *Les jeux et les hommes (Le masque et le vertige)* (1958), Caillois advierte que Huizinga descuida la tipología de los juegos, que trata genéricamente a pesar de no responder todos a las mismas actitudes psicológicas:

Huizinga s'est brillamment acquitté de cette démonstration, mais s'il découvre le jeu où, avant lui, on n'avait pas su en reconnaître la présence ou l'influence, il néglige délibérément, comme allant de soi, la description et la classification des jeux mêmes, comme s'ils répondaient tous aux mêmes besoins et comme s'ils traduisaient indifféremment la même attitude psychologique. Son ouvrage n'est pas une étude des jeux, mais une recherche sur la fécondité de l'esprit de jeu dans le domaine de la culture, et plus précisément de l'esprit qui préside à une certaine espèce de jeux: les jeux de compétition réglée (Caillois, 1958, pp. 13-14).

Aunque ambos autores se preocupan por la evolución del carácter lúdico hacia nuevas formas, Caillois señala que la obra de Huizinga no trata de un estudio sobre la clasificación y descripción de los juegos, sino una investigación acerca del espíritu de estos en la cultura, especialmente los de competición reglamentada. Además, el autor también apunta que la definición de juego de Huizinga, cuyas acciones están desprovistas de intereses materiales, dejan de lado los juegos de azar, como la lotería o el casino (Caillois, 1958, pp. 15-16). Sobre este aspecto, cabe señalar que Huizinga diferencia el carácter lúdico respecto al juego en sí mismo, ya que para jugar de verdad, hay que sentir la sensación libre de retroceder a la niñez; y si un juego no incluye ese elemento lúdico, se convierte en un juego falso, como puede suceder en algunos ámbitos deportivos, donde la competencia mercantil puede hacer que desaparezca este carácter de autenticidad (Huizinga, 2000, pp. 252-253).

Si bien en algunos extractos del ensayo de Huizinga se puede generar cierta ambigüedad respecto al uso de los términos *lúdico* y *juego*, cuyas

⁷³⁴ Las cuales Roland Barthes continuó posteriormente en *Mythologies* (1957). No obstante, a diferencia del enfoque sociológico de Caillois, Barthes propone un modelo de crítica ideológica y de desmontaje semiológico en torno al mito.

raíces latinas “*ludus, ludere*” abarcan todos los ámbitos (Huzinga, 2000, pp. 54-55)⁷³⁵, el autor se centra en la componente lúdica primaria, desprendiéndose del deseo de establecer una tipología sobre los mismos. El hecho de oponer lo serio⁷³⁶ al mismo acto de jugar, conectándolo con las emociones que pueden retrotraernos a la infancia, dejaría de lado el deseo material de los juegos de azar que señala Caillois, por lo que sus observaciones pueden apuntar a objetivos que, ya desde un principio, Huizinga no pretendía desarrollar, orientándose hacia la importancia del acto de jugar como componente inmaterial en el desarrollo de la civilización. Sin embargo, y como señala Eco (2012, pp. 379-380), Huizinga intuye la unidad que relaciona el *premio* con el *precio* y la *ganancia* con el *salario*, confirmando la identidad existente entre juego y seriedad.⁷³⁷

Así, y en respuesta a la necesidad taxonómica de una teoría de juegos, unida al deseo de que los potenciales jugadores puedan distinguir la existencia de estos, Caillois (1958, pp. 23-24) los define primeramente bajo las siguientes características:

1. Libres. Los jugadores no pueden ser obligados a jugar, es una actividad voluntaria que, de lo contrario, perdería su carácter de entretenimiento.
2. Separados. Se separan de la vida cotidiana dentro de unos límites precisos de espacio y tiempo establecidos previamente.
3. Inciertos. Sus desarrollos y resultados no se pueden determinar.⁷³⁸

⁷³⁵ Abarcan los juegos infantiles, el recreo y la competición, pero también las representaciones litúrgicas, teatrales y juegos de azar. Se advierte así la validez del juego, según Huizinga, para el estudio no solo de las representaciones culturales de una sociedad, sino también de esta misma.

⁷³⁶ Tanto lo serio como lo lúdico son dos atributos opuestos pero, a su vez, fruto de controversia en los estudios de ambos autores.

⁷³⁷ Asimismo, las relaciones materiales de la vida cotidiana también deberían reducirse a reglas de juego para entender mejor su naturaleza y mecánica (Eco, 2012, p. 380).

⁷³⁸ Este rasgo es el que separa principalmente a los juegos de las ficciones narrativas o de las narraciones en general, que establecen un final “clausurante” pese a la incertidumbre que pueda tener el lector mientras se desarrolla la narración. Asimismo, autores como Eco o Žižek no se

4. Improductivos. No se crean bienes o riquezas fuera del juego, pero puede haber un desplazamiento de la propiedad⁷³⁹ dentro del círculo de jugadores, que Caillois llama “círculo mágico”.
5. Reglamentados.⁷⁴⁰ Están sujetos a convenciones que suspenden las leyes ordinarias e introducen momentáneamente una nueva legislación. Además, los juegos consisten en la necesidad de encontrar e inventar soluciones dentro de los límites de las reglas (Caillois, 1958, p. 20).
6. Ficticios. Van acompañados de una conciencia específica de segunda realidad respecto a la vida cotidiana.

Caillois también propone una clasificación de los juegos en base a su esencia e impulsos primarios (idea que recupera de Huizinga), encontrando siempre dos polos posibles. La primera categoría la denomina *paidia*, que son las actividades que se relacionan con la diversión, despreocupación e improvisación, donde domina la fantasía incontrolada y que están representados en su máxima expresión emocional con los juegos de la niñez (Caillois, 1958, p. 27); cuyo instinto y libertad, como condición previa de poder primordial de improvisación y alegría, preceden a la posterior creación de los juegos (Caillois, 1958, p. 52). Para definir a la segunda categoría, Caillois (1958, p. 28) emplea el término *ludus*, donde se encuentran las actividades con cierta dificultad para alcanzar el objetivo final, las cuales implican reglas más elaboradas (manuales, turnos, límites, etc.) y donde se requiere de esfuerzo, paciencia e

muestran a favor del carácter narrativo de las ficciones interactivas, pues para el primero, estas liberan al lector de dos represiones, la de que alguien decida por nosotros el destino de los personajes y la de que exista un abismo infranqueable entre quien escribe y quien lee (ambas pueriles, según Eco); mientras que Žižek señala que existe “demasiada libertad” (sin poder entregarse a los placeres de la narración) y que su fe ingenua en la realidad diegética se muestra amenazada, pues en lugar de leer para descubrir qué le ocurre “realmente” al personaje, debe decidir él mismo sobre el resultado (Rodríguez-Ferrándiz, 2020, pp. 92-96).

⁷³⁹ Este desplazamiento daría cabida a los juegos de azar, cuyos deseos materiales se opondrían a las teorías de Huizinga en torno a la inmaterialidad, considerándose juegos falsos. Asimismo, esta noción de improductividad no concuerda con la mayoría de esferas lúdicas actuales, como sucede en los videojuegos (Martínez Fabre, 2020, p. 52).

⁷⁴⁰ Además de compartir la diferencia entre el juego y el acto de jugar, tanto Huizinga (2000, pp. 24-27) como Caillois (1958, pp. 52-53) señalan la dependencia al cumplimiento de reglas.

ingenio; y que Huizinga (2000, pp. 252-253) definiría como juegos falsos.

En la ludología digital, la espontaneidad de los videojuegos de plataformas, por ejemplo, ofrecen más espacio a la *paidia*, mientras que los videojuegos de estrategia⁷⁴¹ se encuentran más cerca del *ludus*, aunque son dos actividades cuyos impulsos pueden coexistir, pues el poder primario de improvisación y alegría (*paidia*) se puede combinar con el gusto por la dificultad gratuita (*ludus*) para llevar a cabo el acto de jugar (Caillois, 1958, p. 52).⁷⁴²

Dentro de ambas categorías, Caillois profundiza con la propuesta de cuatro subcategorías en función de si en el juego predomina la competición, el azar, el simulacro o el vértigo:

Les jeux disciplinent les instincts et leur imposent une existence institutionnelle. Dans le moment où ils leur accordent une satisfaction formelle et limitée, ils les éduquent, les fertilisent et vaccinent l'âme contre leur virulence. En même temps, ils les rendent propres à contribuer utilement à enrichir et à fixer les styles des cultures (Caillois, 1958, p. 91).

El *Agôn*⁷⁴³ alude a los juegos de competición (como los deportes o el ajedrez), manifestando la forma más pura del mérito personal a través de la disciplina y la perseverancia, lo cual requiere dosis de atención, entrenamiento, esfuerzo y voluntad de ganar (Caillois, 1958, p. 32). En cuanto a los juegos *Alea*, son aquellos basados en el azar, pues los resultados no dependen de los jugadores (que pueden ganar mucho, poco o

⁷⁴¹ Durante las décadas de 1940 y 1950, las matemáticas combinaron el cálculo probabilístico y la topología, dando lugar a una nueva ciencia con aplicaciones muy diversas, haciéndose eco autores como el matemático John von Neumann o el economista Oskar Morgenstern: la teoría de los juegos estratégicos (Caillois, 1958, pp. 269-270).

⁷⁴² Así, el *ludus* es el complemento y la educación (o domesticación) de la *paidia*, a la cual enriquece y dota de disciplina (Caillois, 1958, p. 56).

⁷⁴³ En la cultura griega clásica se empleaba el término *Agôn* (ἀγών) para referirse indistintamente a los juegos de competición y de lucha; además de representar las características formales de los juegos en términos generales (Huizinga, 2000, pp. 48-49).

nada); y donde el destino entra en juego, como sucede con los dados⁷⁴⁴, la ruleta o la lotería (Caillois, 1958, pp. 34-35). En los juegos *Mimicry*, los jugadores juegan, a través del simulacro o del mimetismo⁷⁴⁵, a poseer otra identidad o a hacer creer a los demás que se posee, como sucede, por ejemplo, en las representaciones teatrales. Es decir, se disimula la realidad o se simula una segunda realidad, siendo esta su única regla (Caillois, 1958, pp. 39-40). Por último, los juegos *Ilinx* son aquellos basados en la ruptura de la estabilidad de la realidad a través del riesgo o el vértigo, como las acrobacias aéreas, el alpinismo o el esquí. De este modo, se satisface el deseo de ver el equilibrio corporal temporalmente fuera de control (Caillois, 1958, p. 75).

Al igual que sucede con la *paidia* y el *ludus*, estas cuatro subcategorías también pueden coexistir (además de ser atravesadas por las dos primeras); por ejemplo, hay juegos como las cartas, los naipes o el dominó que combinan el *Agôn* y la *Alea* (Caillois, 1958, p. 118). Así, se presenta una clasificación de impulsos lúdicos que, aunque resumida, revela aspectos interesantes que permiten ser aplicados a estudios sociológicos y culturales:

[...] prédomine le rôle de la compétition, du hasard, du simulacre ou du vertige. Je les appelle respectivement *Agôn*, *Alea*, *Mimicry* et *Ilinx*. Toutes quatre appartiennent bien au domaine des jeux: on *joue* au football ou aux billes ou aux échecs (*agôn*), on *joue* à la roulette ou à la loterie (*alea*), on *joue* au pirate ou on joue Néron ou Hamlet (*mimicry*) on joue à provoquer en soi, par un mouvement rapide de rotation ou de chute, un état organique de confusion et de désarroi (*ilinx*) (Caillois, 1958, p. 27).

Para Caillois, los juegos condicionan a la sociedad, además de formar parte de ella intrínsecamente, siendo el sustrato que permite modelar la cultura. Por ejemplo, dentro de un juego de competición (*Agôn*) como el deporte, este representaría una forma cultural que se mantiene al margen del mecanismo social, mientras que las pruebas y competiciones a

⁷⁴⁴ En latín, *Alea* es el nombre que reciben los juegos de dados.

⁷⁴⁵ Característica extrapolada del mundo animal. Previamente, Caillois (1939, pp. 107-152) ya había desarrollado una teoría acerca de los diferentes grados del mimetismo biológico.

su alrededor serían las formas institucionales integradas en nuestra vida social, donde la corrupción estaría representada mediante la violencia, la fuerza de voluntad o la astucia. Otro ejemplo lo encontraríamos con juegos de simulacro (*Mimicry*) como el cine o el teatro⁷⁴⁶, cuyas representaciones culturales al margen de mecanismos sociales vienen condicionadas por formas institucionales como los modos de consumirlo, mientras que la corrupción se relacionaría, por ejemplo, con situaciones de alienación (Caillois, 1958, p. 92).⁷⁴⁷ Así, el espíritu de los juegos es esencial para comprender mejor la cultura, siendo uno de los sustratos residuales de la misma, el cual permanece con el paso de los siglos (Caillois, 1958, pp. 95-96). Sobre estos aspectos, Jean Baudrillard (1983, p. 132) señala que si se sigue la clasificación de Caillois, la tendencia de nuestra cultura contemporánea nos conduciría desde una relativa desaparición de las formas de expresión y competición, a las ventajas de las formas del riesgo y del vértigo.

No obstante, y al igual que Huizinga generaliza respecto a una tipología de juegos, Caillois también lo hace respecto a sus jugadores. Si un texto fuese un cristal, la cooperación de su lector modelo formaría parte de su estructura molecular (Eco, 1993, p. 273); pero al igual que los textos no son estructuras sólidas, los juegos tampoco lo son, además de compartir ciertas analogías respecto a las seis características que propone Caillois (1958, pp. 23-24): un texto es libre de ser leído, separado de la vida cotidiana en cuanto a la actividad de su lectura, incierto en el desarrollo

⁷⁴⁶ Caillois (1958, p. 66) se refiere específicamente a las ficciones de representación del teatro y el espectáculo en general, lo cual separaría lo que hace una novela de lo que hace una obra de teatro o una película, siendo juegos solo estas últimas. Aunque en una novela no haya nadie simulando ser otra persona, la frontera sería difícil de sostener. En el *Mimicry* no es necesario que se desvele quién está interpretando a Nerón para disfrutarlo como algo lúdico, por ejemplo. Por ello, se puede ver una película y disfrutarla sin saber quién es el actor que está detrás de un personaje (aunque se sepa que no es obviamente quien representa ser); y al revés, se puede saber quién es desde el principio (se sabe que es Marlon Brando quien interpreta a Marco Antonio), pero el disfrute de la ficción no se reduce únicamente a ello.

⁷⁴⁷ Un modelo ludológico sobre el que aplicar una estructura sociológica es un elemento que en la obra de Huizinga tampoco se presenta; y a este respecto, Eco (2012, pp. 371-372) advierte que el autor no ofrece una respuesta sobre si la cultura es *ludus* o posee la naturaleza del *alea*, es decir, si es *play* o *game*.

de su trama, improductivo como generador de riqueza, regulado en cuanto a normas lingüísticas y ficticio respecto a la representación de otra realidad. Sin embargo, estos atributos son muy relativos, sobre todo cuando *entran en juego*, por ejemplo, factores mercantiles. Así, se puede hipotetizar que un juego puede construir a su jugador modelo o implicado, pero el planteamiento de Caillois también puede ofrecer una segunda lectura en relación a un jugador idealizado, cuyos impulsos pueden variar notablemente respecto a los de otro jugador.

3. EL *HOMO LUDENS* Y LA TECNOLOGÍA EN FLUSSER

Por otro lado, en su obra *Fenomenologia do brasileiro* (1998), Vilém Flusser propone tres estrategias que pueden llevarse a cabo en los juegos. La primera sería jugar para tratar de ganar (arriesgando la posible derrota), la segunda sería jugar para no perder (o reducir el riesgo de la posible derrota), y la tercera sería jugar para tratar de cambiar las reglas⁷⁴⁸ del juego (Flusser, 1998, p. 169). En las dos primeras estrategias el usuario está integrado en el juego, pero en la tercera está por encima, tratando de infringir las reglas, lo cual ofrece paralelismos sociales que dan lugar a que el acto de jugar sirva como un constructo a la crítica socio-cultural actual. Inspirado en Huizinga y Caillois, en su ensayo *The shape of things. A philosophy of design* (1999), Flusser hace alusión a una sociedad actual que produce contenidos mediante el acto de jugar con la tecnología, una actividad emancipatoria que ha dado paso del ser humano creador al jugador, el cual desea disfrutar de experiencias. Es decir, la transición desde el *Homo Faber* al *Homo Ludens*, como también señaló Huizinga, pero desde un mundo industrial a una sociedad telemática:

The new human being is not a man of action anymore but a player: *homo ludens* as opposed to *homo faber*. Life is no longer a drama for him but a performance. It is no longer a question of action but of sensation. The new human being does not wish to do or to have but to experience. He wishes to experience, to know and, above all, to enjoy (Flusser, 1999, p. 89).

⁷⁴⁸ Como señala Huizinga (2000, p. 257), las reglas de los juegos pueden cambiarse, aunque no pueden ser desmentidas.

Huizinga y Caillois presentan el acto de jugar como una actividad libre, desmarcada de la idea de producción, además de ser fuente y origen de nuestra cultura. Sin embargo, Flusser lo estudia como herramienta dialógica de una sociedad que, más que trabajar, produce información mediante la tecnología lúdica. Ya no sería tan importante el trabajo, propio de la sociedad industrial, sino buscar información (una de las piedras angulares de la era digital). Respecto a dicha información, en su libro *Towards a philosophy of photography* (2001)⁷⁴⁹, Flusser indica que esta se vehicula a través del lenguaje y las imágenes, estudiando el potencial de la sociedad en crear estas últimas mediante la *imaginación*, que define como la capacidad específica de crear y descifrar imágenes (Flusser, 2001, p. 80).

Como apunta Barthes (1957, p. 75)⁷⁵⁰, la *imaginación* del viaje corresponde a una exploración de lo cerrado; y bajo un contexto de iconicidad, las imágenes son superficies significantes que tienen la capacidad de explorar el espacio y el tiempo para abstraerlos y proyectarlos de nuevo, siendo esta la idea fundamental de la *imaginación* como condición previa para su producción y decodificación; así, los significados de las imágenes se hallan en la superficie, y representan una síntesis de dos intenciones: la manifestada en la propia imagen y la que pertenece al receptor, representando además un medio que se sitúa entre el ser humano y el mundo real (Flusser, 2001, p. 8).

Ante la llegada de la fotografía como manifestación de las primeras imágenes técnicas producidas por la sociedad, y junto a los procesamiento informáticos posteriores, la *imaginación* se reformula al tener que procesar este nuevo código simbólico, ya que la fotografía es una crítica del funcionalismo en todos los ámbitos, convirtiéndose en una crítica cultural general (Flusser, 2001, pp. 87-88). Así, se necesita un nuevo tipo de imaginación para la programación que Flusser (2001, p. 88) denomina *tecno-imaginación*. Ante este nuevo paradigma *tecno-imaginario*, el filósofo propone como estrategia crítica el juego, sobre todo en cuanto

⁷⁴⁹ Publicado originalmente en alemán en 1983.

⁷⁵⁰ En el texto se refiere concretamente a la *imaginación* del escritor Jules Verne.

a su simbología y su *praxis* dialógica con la tecnología (Flusser, 2001, p. 30). Por tanto, la cámara ya no sería una herramienta, sino un juego, y el fotógrafo ya no sería un trabajador, sino un jugador, dando lugar a la transición desde los *Homines Fabri* a los *Homines Ludentes* (Flusser, 2001, p. 27).

4. LA LLEGADA DEL *HOMO TRANSMEDIA*

En 2008, y en el marco de sus eventos anteriores *Gameworld* (2007), que mostraba los distintos enfoques de la creatividad lúdica actual, y *Playware* (2007-2008), que estudiaba la naturaleza social y lúdica del arte interactivo, el Centro de Arte y Creación Industrial *LABoral* de Gijón (España) llevó a cabo un simposio internacional e inauguró la exposición *Homo Ludens Ludens*⁷⁵¹, cuyo título, para ambas actividades, respondía al *Homo Ludens* de Huizinga. A raíz de ambos eventos se publicó el catálogo *Homo Ludens Ludens. Tercera entrega de la teoría del juego* (2008) donde, además de incluir los dos eventos anteriores, se analizó la evolución del acto de jugar en la era digital, configurándose un escenario que abarcaba las diversas teorías y prácticas de autores contemporáneos, como el especialista en tecnoética Roy Ascott o la crítica y diseñadora Anne-Marie Schleiner, entre otros, analizándose el acto de jugar dentro de contextos como la educación, la investigación, el activismo político o la experimentación artística.

En respuesta al *Homo Ludens* de Huizinga, Carlos A. Scolari (2008; 2013a) también presentó el concepto de *Homo Videoludens*, tratando de acoger la *gamesfera* -junto a las propuestas acerca de las prácticas video-lúdicas de Óliver Pérez-Latorre (2012)⁷⁵²-, ofreciendo un nuevo paradigma del espécimen a través de los *game studies* -donde se convive con mecánicas interactivas y multidireccionales en entornos multimedia-, acompañado del *Homo Fabulator* en relación a la creación y consumo de relatos, tan inherente al ser humano (Scolari, 2013a, pp. 11-19). En

⁷⁵¹ Bajo la coordinación de Erich Berger, Laura Baigorri y Daphne Dragona (2008, p. 555).

⁷⁵² Pérez-Latorre (2012, p. 127) indica que en el diseño de videojuegos, una de sus principales tendencias son los rasgos sociales y culturales distintivos de su época.

este sentido, los videojuegos son la consecuencia lógica y tecnológica de las teorías de juegos clásicas ya citadas. Además, el videojuego es uno de los medios contemporáneos que lleva más tiempo repensándose, tanto en su creación como mundo de ficción interactivo, como en la búsqueda de un lenguaje propio (Cuadrado Alvarado y Planells de la Maza, 2020, p. 9).

Asimismo, y en relación al estreno de *Black Mirror: Bandersnatch* (McLean y Slade, 2018)⁷⁵³, película interactiva cuyo visionado se realiza exclusivamente a través de la plataforma *Netflix*, Scolari (2019) también propone el concepto provisorio⁷⁵⁴ de *teleusuarios*. Este término define a los sujetos que proceden de experiencias de consumo televisivo (tanto tradicional, como en nuevas plataformas) que han interactuado con dispositivos móviles, videojuegos y que, actualmente, están viviendo cómo estas experiencias están confluyendo en un mismo entorno. Es decir, los *teleusuarios* están asistiendo a la convergencia de dos experiencias: la del *televidente* y la del *usuario* (Scolari, 2019).

Ante la llegada del *Homo Videoludens* o del *Homo Fabulator*, o como también propone Raúl Rodríguez-Ferrándiz (2014, p. 30), del *Translector in Fabula*⁷⁵⁵, en un contexto donde la era digital ha fomentado la diseminación global de contenidos a través de una amplia variedad de medios y plataformas (buscando complicidades y sinergias narrativas), las corporaciones están cambiando del modelo *monomediático* al *transmediático* (Scolari, 2014, p. 73). Así, las empresas de comunicación que han aparecido en los últimos años se han comenzado a constituir bajo el paradigma de *pensar en transmedia*, lo cual favorece la demanda del

⁷⁵³ En la película, los usuarios deben interactuar con su mando a distancia a medida que avanza la trama, eligiendo entre distintas opciones (algunas más banales y otras con mayor peso lógico en su desarrollo) y contando con cinco finales distintos (Rodríguez-Ferrándiz, 2020, p. 92). Además de sus bifurcaciones narrativas, también se apela al usuario, ofreciendo ambas características la posibilidad de un comportamiento lúdico ante un “producto híbrido a mitad de camino entre la televisión y los videojuegos” (Scolari, 2019).

⁷⁵⁴ Scolari insiste en considerar el concepto de *teleusuario* de manera provisional para reflexionar sobre lo que se está desarrollando dentro y fuera de las pantallas.

⁷⁵⁵ Adaptando la expresión *Lector in Fabula* (Eco, 1993).

mercado español (Scolari, 2014, pp. 73-75). Sobre el hecho de *pensar en transmedia*, y ante la pregunta de Scolari respecto a si existe una nueva generación profesional que ya *piensa en transmedia*, Henry Jenkins (figura clave en este ámbito) respondió lo siguiente:

Yo he definido al transmedia como la cultura producida para la generación que creció mirando *Pokémon*, *Star Wars* y *He-Man and the Masters of the Universe*. [...] la generación entre treinta y cuarenta años que trabaja en Hollywood creció con historias que incluían muñecos, figuras coleccionables y cómics, pero escriben para una generación situada en un nivel sucesivo donde las extensiones son digitales. Dentro de poco encontraremos las estrategias narrativas de los *Pokémon* en las series. Veremos ejemplos de esto alrededor del mundo (Jenkins en Scolari, 2013b, p. 34).

Por su parte, May Silva (2012, pp. 9-10) señala que la transmedialidad se asocia a una serie de contenidos que conectan con las demandas de los llamados *nativos digitales*, donde los *prosumidores* deben ser los principales protagonistas del cambio empresarial respecto a los modelos tradicionales de ocio y negocio.

En este contexto, Marsha Kinder (1991, p. 40) fue quien empleó por primera vez el término *transmedia* para describir la expansión multiplataforma y multimodal de los contenidos mediáticos. Kinder también introdujo el concepto *intertextualidad transmediática* para referirse a las relaciones entre cine, televisión, videojuegos y juguetes, entendiéndose como elementos compatibles -o subsistemas, observándose la relación entre jugar y consumir- que formaban parte de mismo mundo, sin centrarse únicamente en el carácter narrativo y enfatizando las estrategias comerciales:

The most casual glance at Saturday morning American network television yields many examples of transmedia intertextuality among television, movies, and toys. Even in the early days of radio and television, the purchase of a sponsor's product or a program-related premium [...] was frequently used to rate a show's popularity, but by the 1980s this intertextuality and its commodification had been greatly elaborated and intensified (Kinder, 1991, p. 40).

Para Kinder (1991, p. 59), el juego y el juguete cobraron especial importancia en la transmedialidad, ofreciendo a la narración la posibilidad de transitar a través de diferentes medios y plataformas, lo que también permitía el desarrollo de esquemas más complejos de historias que se diferenciaban en conflictos, personajes y modos de producción de la imagen.

En cuanto al anteriormente citado Jenkins, fue quien introdujo el término *narración transmediática* (o *transmedia storytelling*, dentro de un contexto comunicativo), popularizándolo en el ámbito académico al reflexionar acerca de un evento de *Electronic Arts*, donde se buscaban ideas de participación entre la industria del videojuego y los creativos de Hollywood, topónimo de una industria del entretenimiento en permanente evolución:

[...] I attended a gathering of top creatives from Hollywood and the games industry, hosted by Electronic Arts; they were discussing how to collaboratively develop content that would play well across media. This meeting reflected a growing realization within the media industries that what is variously called transmedia, multiplatform, or enhanced storytelling represents the future of entertainment (Jenkins, 2003).

Uno de los principales motivos por los que la transmedialidad apareció en el debate público sobrevino por el deseo de comprender el éxito comercial que tuvo *The Blair Witch Project* (Hale, Cowie, Myrick y Sánchez, 1999), una película independiente de bajo presupuesto cuya popularidad sigue vigente.⁷⁵⁶ Este tipo de acontecimientos, junto a un sustancioso marco teórico y numerosos estudios de caso, derivaron en su libro *Convergence Culture: Where old and new media collide* (2006), donde Jenkins definió la transmedialidad como un procedimiento donde los elementos que integran una narración se expanden sistemáticamente a través de múltiples medios (digitales y tradicionales), proporcionando una experiencia única⁷⁵⁷ de entretenimiento en el receptor,

⁷⁵⁶ La saga *The Matrix* también fue otro de los detonantes (Rodríguez-Ferrándiz, 2014).

⁷⁵⁷ Y coordinada respecto a las demás, pues aunque las plataformas sean independientes entre sí, existe una conexión relativamente cercana. En este sentido, Christy Dena (2009) no

donde lo ideal es que cada plataforma contribuya potenciando sus características intrínsecas (haciendo lo que mejor sabe hacer), al desarrollo de la narración:

A transmedia story unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole. In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best -so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction (Jenkins, 2006, pp. 95-96).

Además de esta expansión, para que exista transmedialidad es fundamental la participación de los fans como creadores de contenidos. Así, el contenido creado por los fans se conoce como CGU (Contenido Generado por el Usuario)⁷⁵⁸, que puede definirse del siguiente modo:

El Contenido Generado por el Usuario (CGU) engloba todos aquellos formatos de contenido, disponibles a través de redes sociales y plataformas *online*, creados y distribuidos por uno o varios individuos no profesionales. El resultado final puede ser tanto la invención de una nueva obra como la adaptación de propuestas anteriores, siempre de forma libre y voluntaria. Este tipo de producciones se caracterizan por su alto componente creativo, por lo general son de carácter transmedia y fruto de dinámicas colaborativas en la web (Fernández-Castrillo, 2014, p. 60).

Bajo este paradigma, Scolari (2013b, pp. 220-222) diferencia a las audiencias transmediáticas entre consumidores (bajo un consumo más casual y pasivo), fans (bajo una relación más continua y estrecha) y los anteriormente citados *prosumidores*⁷⁵⁹, definiendo a estos últimos como receptores que van más allá de las formas de consumo tradicionales,

comparte el carácter independiente entre los distintos medios, pues siempre mantienen una relación cercana entre sí.

⁷⁵⁸ En inglés, UGC (User-Generated Content).

⁷⁵⁹ En relación a este término, fue introducido con anterioridad por Alvin Toffler en su novela *The third wave* (1981, p. 215). Marshall McLuhan y Barrington Nevitt (1972, p. 4) también señalaron el advenimiento de este nuevo modelo, indicando que los avances tecnológicos darían lugar a que los consumidores también podrían convertirse, al mismo tiempo, en sus propios productores de contenidos.

transformándose en productores de nuevos contenidos, especialmente a través del *remix* y la post-producción.⁷⁶⁰

5. CONCLUSIÓN

Si bien los *game studies* han cruzado la frontera para ser analizados de forma autónoma, la ludología digital converge inevitablemente con la literatura y el cine por su carácter narrativo. Sin embargo, aunque los videojuegos se distinguen, en mayor o menor medida, por su naturaleza interactiva respecto a otros medios, los actuales productos de la industria del entretenimiento plantean nuevos modelos de consumo donde estos límites se disuelven, y donde consumir remite a un comportamiento lúdico.

Así, el comportamiento lúdico es una actividad con una importante connotación cultural. Esta afirmación, que ya se plasmó en los primeros estudios sobre la teoría de juegos (como se ha examinado en la revisión histórico-bibliográfica) ha dado lugar a que el acto de jugar sea inherente a la sociedad pero, a su vez, esté condicionado por circunstancias externas. A tal efecto, el valor cultural del juego (Huizinga), su morfología (Caillois) y el contexto de una sociedad que produce contenidos mediante el acto de jugar con la *tecno-imaginación* (Flusser) nos permite concluir, en primer lugar, que “sociedad”, “tecnología” y “juego” son indivisibles, desde su nacimiento hacia su continua evolución.

En segundo lugar, concluimos que el comportamiento lúdico se articula como una actividad inevitable a la hora de consumir productos de la industria cultural en el contexto de la era digital. Así, en dicho paradigma transmediático, consumir equivale a explorar, crear, narrar, interactuar, pero partiendo del deseo lúdico inherente al ser humano. Por tanto, en un contexto actual donde las fronteras entre jugadores y consumidores se desvanecen bajo este nuevo escenario, el *Homo Ludens* ha evolucionado hacia el *Homo Transmedia*.

⁷⁶⁰ Scolari (2009, p. 597) también distingue tres niveles de usuarios: los que consumen un único texto (lingüístico o visual), los que consumen un único medio, y las audiencias transmediáticas, abarcando cada nivel al anterior.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, R. (1957). *Mythologies*. París: Éditions du Seuil.
- BAUDRILLAD, J. (1983). *Las estrategias fatales*. Barcelona: Anagrama.
- BERGER, E., BAIGORRI, L. Y DRAGONA, D. (COORDS.). (2008). *Homo Ludens Ludens. Tercera entrega de la teoría del juego*. Gijón: LABoral Centro de Arte y Creación Industrial. Recuperado de <https://bit.ly/2THqGWZ>
- BERGSON, H. (2009). *L'évolution créatrice* [1907]. París: Presses Universitaires de France.
- CAILLOIS, R. (1939). *El mito y el hombre* [1938]. Buenos Aires: Ediciones Sur.
- ____ (1958). *Les jeux et les hommes (Le masque et le vertige)*. París: Gallimard. Recuperado de <https://bit.ly/2RRi8Lf>
- CUADRADO ALVARADO, A. Y PLANELL DE LA MAZA, A. J. (2020). *Ficción y videojuegos. Teoría y práctica de la ludonarración*. Barcelona: UOC.
- DENA, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments* (Tesis doctoral). Universidad de Sídney, Australia.
- ECO, U. (1993). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo* [1979]. Barcelona: Lumen.
- ____ (2012). *De los espejos y otros ensayos* [1985]. Barcelona: Debolsillo.
- FERNÁNDEZ-CASTRILLO, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67. Recuperado de <https://bit.ly/3rL2FQp>
- FLUSSER, V. (1998). *Fenomenologia do brasileiro*. Rio de Janeiro: EdUERJ.
- ____ (1999). *The shape of things. A philosophy of design*. Londres: Reaktion Books.
- ____ (2001). *Towards a philosophy of photography* [1983]. Londres: Reaktion Books.
- HALE, G. Y COWIE, R. (PRODUCTORES) Y MYRICK, D. Y SÁNCHEZ, E. (DIRECTORES). (1999). *The Blair Witch Project* [Película]. Estados Unidos: Haxan Films.

- HUIZINGA, J. (2000). *Homo Ludens* [1938]. Madrid: Alianza.
- JENKINS, H. (2003, enero 15). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *MIT Technology Review*. Recuperado de <https://bit.ly/22v1yRK>
- ____ (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. Nueva York: New York University Press.
- KINDER, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- MARTÍNEZ FABRE, M. P. (2020). *El videojuego en el cine. Orígenes y perspectivas*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Recuperado de <https://bit.ly/3b7d8zw>
- MCLEAN, R. (PRODUCTOR) Y SLADE, D. (DIRECTOR). (2018). *Black Mirror: Bandersnatch* [Película]. Estados Unidos: Netflix.
- MCLUHAN, M. Y NEVITT, B. (1972). *Take today: The executive as dropout*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- PÉREZ-LATORRE, O. (2012). Del Ajedrez a Starcraft. Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19(38), 121-129. Recuperado de <https://bit.ly/3oclXWf>
- RODRÍGUEZ-FERRÁNDIZ, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, pp. 19-37. Recuperado de <https://bit.ly/3hCn9WG>
- ____ (2020). *Magias de la ficción (Spoiler Warning!)*. Madrid: Devenir.
- SCOLARI, C. A. (ED.). (2008). *L'homo videoludens. Videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Barcelona: Eumo.
- ____ (ED.). (2013a). *Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification*. Barcelona: Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Universitat de Barcelona.
- ____ (ED.). (2013b). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto, S.L.U.

- (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. *Anuario AC/E de Cultura Digital*, 71-81. Recuperado de <https://goo.gl/gwyPT3>
- (2019, enero 6). Bandersnatch. Apuntes sobre la construcción del “teleusuario”. *Hipermediaciones*. Recuperado de <https://bit.ly/2VopjNm>
- SILVA, M. (DIR.). (2012). *Profesionales audiovisuales ante el nuevo escenario transmedia*. Sevilla: Fundación AVA. Recuperado de <https://bit.ly/2TiYcWK>
- TOFFLER, A. (1981). *The third wave*. Nueva York: Bantam Books.