

## **GUERRA Y PAZ EN LOS VIDEOJUEGOS**

**Erika Prado Rubio<sup>1</sup>**  
**Universidad Rey Juan Carlos**

### **1.- Mercado de los videojuegos**

Hoy por hoy, nadie pone en duda la gran capacidad del mercado de los videojuegos. Este sector ha resultado casi inmune a la crisis de 2008, siendo el de mayor crecimiento junto con la industria de Internet fijo y móvil y el cine. En España, la digitalización<sup>2</sup> todavía tiene un largo camino por recorrer y en Internet el contenido es el rey. Según el informe trimestral de la DGOJ<sup>3</sup>, el mes con los ingresos netos más altos en juego online en España fue marzo, con 20.869.166 euros registrados. No obstante, estos no son los únicos juegos que se han visto beneficiados. La facturación de la industria de los videojuegos registró, en 2012, hasta 428 millones de euros<sup>4</sup>.

Aunque la mayor parte de los ingresos por software se debe a las consolas, el Mobile Gaming se abre camino.

La revolución de los smartphones ha conseguido lo que los gigantes de las consolas siempre soñaron. En el siguiente cuadro, del informe anual de "La Sociedad en Red", se puede ver la penetración que han tenido los diferentes dispositivos.

---

<sup>1</sup> Erika.Prado.Rubio@gmail.com

<sup>2</sup> Informe Anual "La Sociedad en Red Edición 2014" Las perspectivas de expansión son muy positivas. Así, la consultora IDATE prevé que en 2017 los servicios de Internet podrían alcanzar una facturación de 402,4 miles de millones de euros, equivalente a un crecimiento del 81,8% en cuatro años."

<sup>3</sup> Elaborado por la Dirección General de Ordenación del Juego. Informe del tercer trimestre de 2013 sobre la evolución del juego online en España. <http://www.ordenacionjuego.es/es/estudios-informes>

<sup>4</sup> En el año 2012, en todo el mundo, se registró un gasto total en videojuegos tradicionales de 14.960 millones de euros, de los cuales, 10.670 millones fueron de contenidos.

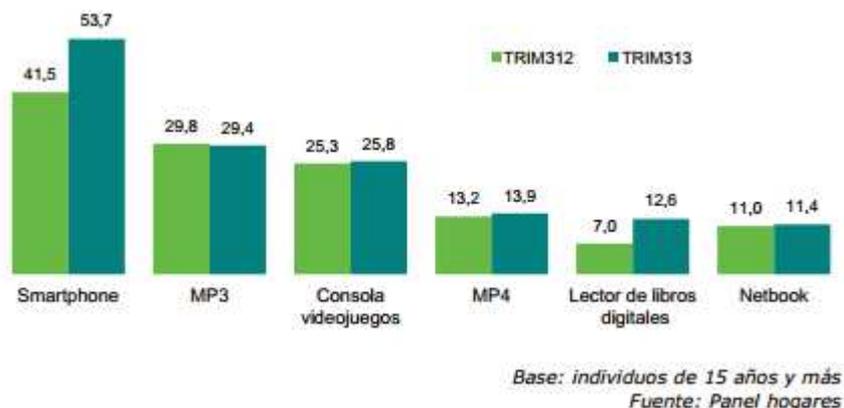


Figura 1<sup>5</sup>

Es precisamente, gracias a este nuevo dispositivo móvil, al que debemos el auge de los videojuegos que se vive actualmente. La repercusión que han tenido los smartphones ha llegado a modificar el consumo y el perfil de sus usuarios. Por primera vez, el desarrollo de videojuegos, se convierte en algo posible para muchos. Software de fácil acceso y con licencias libres, se prestan al servicio de autores creativos con ganas de diseñar juegos para todo el mundo. Además, el modelo de micropagos que proponen estos videojuegos, pone al alcance de muchos el disfrute de estos contenidos digitales con la libertad que permiten los dispositivos móviles actuales. Todo ello con la tecnología más avanzada en pantallas, tarjetas gráficas y la velocidad del 4G.

Para empezar, los contenidos de los videojuegos ya no son exclusivos para el público masculino, siendo un 45%, de los usuarios de videojuegos en todo el mundo, mujeres. En 2013, se registró una bajada de un 1%, respecto al año anterior, en el gasto mundial en consolas. Sin embargo, en juegos para dispositivos móviles vivió un aumento del 35% comparando con 2012, haciendo una facturación total de más de ocho millones de euros. En cuanto a las edades, es el público infantil el que más gasta. Por otro lado, el mercado de los

<sup>5</sup> Informe Anual "La Sociedad en Red" Edición 2014. [http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe\\_anual\\_la\\_sociedad\\_en\\_red\\_2013\\_ed.\\_2014.pdf](http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_anual_la_sociedad_en_red_2013_ed._2014.pdf)

videojuegos es global y está presente en todos los continentes, con una especial fuerza en Asia con los MMO<sup>6</sup> y la gran apuesta de la última generación de consolas por los países de América del Sur.

En vista del auge de este sector, ¿sería posible utilizar los videojuegos para algo más que la simple diversión? ¿Es una forma eficaz de comunicar mensajes? ¿El contenido de los videojuegos puede ser de cualquier tipo? Para contestar a estas preguntas será necesario hacer una revisión de los juegos que existen y de su repercusión en el mercado.

## 2. La violencia y la guerra en los videojuegos

El contenido de los videojuegos, en la actualidad, puede ser muy variado. Los avances tecnológicos han conseguido intensificar la experiencia del jugador.

En 1997, Nintendo añade al controlador de su N64<sup>7</sup> el Force Feedback<sup>8</sup>. Sin duda, este puede ser el primer avance de una consola que pretende ofrecer una experiencia más real. Ahora no solo se debe engañar la vista y el oído del jugador. También el sentido del tacto formará parte de la experiencia y el mensaje del propio juego. Esta tecnología añadía una respuesta háptica al usuario. En momentos determinados del juego, el mando, como respuesta, vibraba en las manos del jugador. Más tarde, la casa nipona Sony, haría lo mismo para su PlayStation presentando sus mandos con Dualshock<sup>9</sup>. Más tarde, en 2005, Nintendo vuelve a ser pionera con su consola Wii. La gran característica de esta es el control de movimiento en sus mandos. Pero Sony, nueve meses más tarde, con un original comercial<sup>10</sup>,

---

<sup>6</sup> Los videojuegos de Multijugador Masivo, en el año 2013, han supuesto un aumento en gasto global del 4% respecto al año anterior, sumando hasta 10.740 millones de euros.

<sup>7</sup> Nintendo 64 fue la tercera consola de sobre mesa la marca Nintendo, lanzada en 1996.

<sup>8</sup> Trade Mark de Force Feedback <http://www.trademarkia.com/force-feedback-75912590.html>

<sup>9</sup> Trade Mark DualShock <http://www.trademarkia.com/dual-shock-75400063.html>

<sup>10</sup> Comercial PlayStation Control Sixaxis  
<https://www.youtube.com/watch?v=L0ET0gSewYM>

presenta la tecnología Sixaxis,<sup>11</sup>. En 2009, PlayStation Move sale al mercado, el mismo año que Microsoft saca para Xbox360 su periférico Kinect<sup>12</sup>, en el principio de una batalla por hacerse con el liderazgo en la venta de consolas. Más tarde vinieron otras novedades, como las pantallas táctiles o la tecnología NFC, que prometían una mayor experiencia para los usuarios; que ya se imaginaban que su inversión en videojuegos tendría que ser cada vez mayor.

La inmersión del jugador fue cada vez mayor gracias a estos avances en la consola y en sus controladores, pero no fue lo único. La calidad gráfica hiperrealista y la complejidad de la narrativa de los videojuegos actuales, consiguen atraer a nuevo público, cada vez más acostumbrado a los contenidos digitales y por ello, tan difícil de sorprender. Sin duda, los juegos que mejor aprovecharon todos estos recursos fueron los videojuegos de acción, pero no fueron los únicos. La red social, Raptr, especializada en videojuegos, lanzó una lista<sup>13</sup> de los juegos más jugados en plataforma PC en julio de 2014. De los veinte que forman este ranking, todos son juegos violentos, pero en medidas muy diferentes. Además, League of Legends y Dota 2, que ocupan los dos primeros puestos, son juegos free-to-play y tienen un gran componente de estrategia en su dinámica. Todos los juegos de la lista también comparten una característica. Son juegos multijugador.

Por ello, todos estos videojuegos tienen un computo de horas de juego mucho mayor a otros que no tienen una versión online de juego. Es precisamente la competitividad entre jugadores lo que consigue su popularidad. Otro dato a tener en cuenta de los juegos que aparecen en esta lista es que la violencia en ellos no es la misma. Por ejemplo, en el puesto número cinco, de los videojuegos más jugados de este Julio, se encuentra Minecraft. A pesar de que existen enemigos que debes eliminar, esta actividad no ocupa al jugador durante mucho tiempo. Los componentes más importantes en Minecraft son la construcción y la recolección de objetivos. Además, el propio diseño gráfico del juego no puede compararse con el hiperrealismo fotográfico de otros más violentos.

---

<sup>11</sup> Trade Mark Sixaxis <http://trademarks.justia.com/766/65/sixaxis-76665530.html>

<sup>12</sup> Trade Mark Kinect <http://www.trademarkia.com/kinect-85023473.html>

<sup>13</sup> <http://caas.raptr.com/most-played-pc-games-july-2014-summer-winner-and-losers/>



Figura 2<sup>14</sup>.



Figura 3<sup>15</sup>.

Por otro lado, si se analizan los juegos más vendidos, la diferencia es significativa. VGChartz publicó, el pasado mes de julio de 2014, un ranking de los videojuegos más vendidos, con independencia de su plataforma. Se puede ver que Wii Sport es el juego, hasta ahora, más vendido. Seguido del éxito Super Mario Bros

---

<sup>14</sup> Captura de gameplay de Minecraft.

<sup>15</sup> Captura de gameplay de Call of Duty: Black Ops.

de NES<sup>16</sup>. En el puesto número tres se encuentra Mario Kart Wii, seguido por otro de los juegos de deporte de Nintendo, Wii Sport Resort. En resumen, aunque se pueda considerar la saga de Mario Bros como violenta, los juegos de deporte son los más elegidos por los compradores.



Figura 5<sup>17</sup>.

A pesar de la extrema violencia de la que se habla habitualmente, cuando se trata de videojuegos, existen otras muchas opciones. No hay duda de que todos los momentos que componen la historia de la humanidad han dejado huella en muchos aspectos. No

---

<sup>16</sup> Lanzada a la venta 1983, en Japón se conoce como Famicom, diminutivo de Family Computer. Supuso un cambio fundamental en la producción de videojuegos de calidad, añadiendo narrativas complejas y con la licencia de famosas y exitosas sagas.

<sup>17</sup> En la saga de Mario Bros, existen varios enemigos a los que el jugador deberá aplastar o disparar, como tortugas o champiñones. Por otro lado, la organización contra la violencia animal PETA acusó al personaje de vestir piel de animal en su edición Super Mario 3D Land aunque más tarde rectificó diciendo que solo era una broma para llamar la atención sobre la violencia a los animales en los videojuegos.

solo en las leyes que gobiernan nuestros países o en la expresión artística de las obras literarias, pictóricas o en la propia arquitectura. Los videojuegos también reflejan acontecimientos y actividades humanas tan antiguas como la civilización. No es necesario recurrir a los juegos más violentos del mercado para encontrar historias que cuenten lo sucedido en los periodos más belicosos de nuestra humanidad. De todos los videojuegos que tienen como protagonista la guerra, Valiant Heart: The Great War, se propone como una de las mejores opciones para entretener y enseñar a sus jugadores.

### 3.- Análisis de Valiant Heart: The Great War

El 25 de junio de 2014, Ubisoft Montpellier lanza Valiant Heart: The Great War<sup>18</sup>. Este videojuego, con estética de comic animado en scroll lateral, funciona de forma espectacular como aventura gráfica, donde el jugador deberá resolver rompecabezas para poder seguir avanzando. Está disponible en las consolas PlayStation y Xbox y en PC. Este videojuego narra la historia de cinco personajes, que han sido afectados por la Primera Guerra Mundial, entre los años 1914 y 1918. Los protagonistas se irán conociendo a lo largo del juego y sus caminos se encontrarán en diferentes puntos. La amistad entre ellos irá creciendo y esto ayudará al jugador a poder superar todos los obstáculos que puedan aparecer. Además de contar con cutscenes, que separan los diferentes capítulos del videojuego, los protagonistas se encontrarán con objetos y cartas que cuentan diferentes partes de la historia que rodea la Primera Guerra Mundial.

---

<sup>18</sup> Trailer de presentación Valiant Heart  
<https://www.youtube.com/watch?v=MP8q5F6dFqQ>



Figura 6<sup>19</sup>



Figura 7<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Captura de cutscene entre capítulos. Muestra una cinemática en la que se cuenta el destino de los varios protagonistas.

<sup>20</sup> Captura de pantalla de gameplay de Valiant Hearts. Muestra una de las alertas del juego donde explican un hecho histórico.

Una de las características más interesantes del videojuego es la aparición de alertas en la esquina superior derecha de la pantalla. No interrumpe el juego, pues para verlas, se debe dar a un botón del teclado. Cuando se abre la alerta se muestra una ficha con un acontecimiento histórico que está presente en la narración del juego. Además, existen dos botones que te permiten compartir estos detalles del juego en redes sociales. Por otro lado, la historia te permite visitar varias ciudades francesas además de vivir algunas batallas que tuvieron lugar en esta guerra.



Figura 8<sup>21</sup>.

Este videojuego supone un equilibrio entre jugabilidad, entretenimiento y valor educativo. El trailer del juego confirma que contiene violencia, sangre, alcohol y tabaco. Todas ellas presentes y más o menos importantes en la vida de las personas que sufrieron los desastres de cualquier guerra. No obstante, los personajes, con la intención de resultar una historia fácil, entretenida y agradable, pueden llegar a caer en tópicos en alguna de sus representaciones como es el caso del antagonista alemán. En resumen, este videojuego presenta

---

<sup>21</sup> La imagen de la izquierda corresponde a una fotografía de la catedral de Reims sacada de Google Imágenes. La imagen de la derecha es una captura de pantalla de una de las cinemáticas del videojuego Valiant Hearts que muestra la misma catedral de Reims.

una buena manera de conocer algunos hechos de la historia de la humanidad como pueden resultar algunas novelas o películas sobre el mismo periodo.

Los videojuegos de acción son muy populares entre los jugadores, pero ¿es posible encontrar alguno ajeno por completo a conflictos violentos entre personas que puedan ser educativos? Sí, al igual que ocurre con otros productos de la industria cultural como las películas, las series o las novelas, existe un sinfín de posibilidades de videojuegos educativos.

#### **4. Paz y aprendizaje en los videojuegos**

La capacidad gráfica de los videojuegos de acción y el realismo<sup>22</sup> han conseguido que algunos sean utilizados a modo de entrenamiento. En el campo de los usos militares<sup>23</sup>, el mando de Apoyo Logístico del Ejército español ha invertido dinero en la compra de Virtual Battlespace-VBS2, que es la versión militar del juego ArmA 2. ¿Es posible el uso de videojuegos para entrenar la paz? Por las características del medio, es posible comunicar cualquier tipo de mensaje. La diferencia recae, una vez más, en hacer que ese mismo mensaje sea atractivo para el público mayoritario. Los videojuegos se compran, principalmente, para entretener y divertir a sus usuarios. Por ello, las grandes compañías desarrolladoras<sup>24</sup> de estos juegos no han dado todavía el paso y los que ya existen son creados por entidades más pequeñas e independientes.

Los juegos, cuya función no es la única que entretener y prestan una función diferente, se conocen como serious games. Dentro de este gran grupo, se puede encontrar videojuegos de todo tipo. Por otro lado, los gigantes de la industria de los videojuegos están apoyando, cada vez más, a las desarrolladoras independientes. Esto ha

---

<sup>22</sup> Video comparativo de la grabación dentro de un circuito de carreras y el videojuego Project Cars [https://www.youtube.com/watch?v=4Jc51w\\_VCzE](https://www.youtube.com/watch?v=4Jc51w_VCzE)

<sup>23</sup> Fuente: El Mundo, 01/12/2012  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/11/24/navegante/1353748913.html>

<sup>24</sup> Los juegos de lógica y entrenamiento mental son populares entre el público. Uno de los más famosos es Brain Training del Dr. Kawashima, de Nintendo, lanzado en Europa en 2006.

supuesto la fama que tienen, hoy en día, los juegos Indie. Entre ellos, también se pueden encontrar dinámicas de todo tipo, ya que no buscan tanto a los hardcore gamers sino a otro tipo de público más interesado en experiencias interactivas diferentes.

Un estudio realizado por The ESA<sup>25</sup> comenta que en 2010 el 64% de los padres, opinan que el uso de los videojuegos son positivos en sus hijos. No cabe duda de que ahora ya es una parte de la vida de la mayoría de las personas, como es la televisión. Pero independientemente de los juegos especiales para público más infantil, ¿existen también para un público más adulto? Los más famosos serious games son aquellos que surgen como crítica social. A diferencia de los juegos más comerciales, estos suelen salir en el momento en el que, lo que quieren denunciar, está sucediendo. Son muchos los ejemplos que existen, y la mayoría son libres y fáciles de encontrar en Internet, debido a que no surgen como un producto comercial.

Uno de los juegos que se ha llegado a usar para el entrenamiento, aunque no de forma institucional, es People Power.

## 5. Análisis de People Power

Creado en 2010 y producido por York Zimmerman Inc <sup>26</sup> con el apoyo del International Center on Nonviolent Conflict, surge People Power. Como muchos de estos juegos, te advierte en su página que son más que un juego. En este caso concreto, es cierto, debido a la dificultad del videojuego. No es una experiencia tan agradable como los juegos más comerciales, pero presentan varios escenarios que sirven precisamente de entrenamiento del propósito para el que se creó. Es un juego de carácter político y pretende simular diferentes situaciones en las que se quiere iniciar una revolución o cambio social a base de estrategias no violentas.

---

<sup>25</sup> Asociación de Software de Entretenimiento. Informe de 2010 [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_Essential\\_Facts\\_2010.PDF](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_Essential_Facts_2010.PDF)

<sup>26</sup> Productora independiente de documentales históricos y otros productos audiovisuales como serious games.

El jugador tomará el papel de líder de un movimiento popular quien tendrá que prepararse para la confrontación, pero siempre de forma no violenta. Es un juego de estrategia que tiene como misión mostrar cómo iniciar y controlar un movimiento social.



Figura 9<sup>27</sup>

Una de las características más interesantes del juego es que después de su salida se han ido incorporando actualizaciones que han ido mejorando la jugabilidad. Ahora es posible que cada jugador cree sus propios retos, ya que en un principio las misiones eran propuestas solo por el propio videojuego. De esta manera es posible jugar tantas misiones como seas capaz de crear.

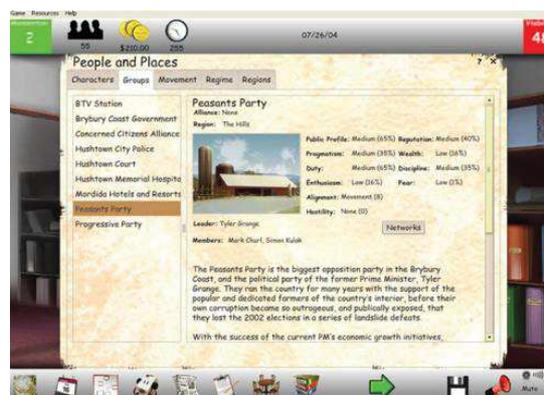


Figura 10<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Captura de la pantalla principal de People Power.

Navegando por los diferentes menús, se puede conocer todo lo necesario para poder iniciar una estrategia, una vez se tenga elegida la misión que se quiere realizar.

La mala distribución de este tipo de contenidos digitales supone que sean, en muchos casos, poco conocidos entre el público. Además, las características de estos videojuegos no son las propicias para llegar al gran público. No obstante, es posible encontrar juegos como estos, que pretenden servir de entrenamiento de otras muchas actividades, como los simuladores que tienen componentes competitivos. La mayor dificultad se encuentra en que suelen ser productos de mercados muy pequeños y la poca rentabilidad del producto hace que sea casi imposible dar mayor publicidad.

---

<sup>28</sup> Captura de pantalla de gameplay de People Power.