

**El otro lúdico: el problema de la representación de la otredad en el videojuego.**

Antonio Corona (México)<sup>1</sup>.

**Resumen.**

El presente documento estudia el proceso de identificación del usuario con un avatar en el ámbito de los videojuegos, y concluye que dicho proceso conlleva la representación de una otredad impotente y carente de humanidad que pareciera ser necesaria para la generación de esta identidad lúdica. El documento discute las consecuencias de esto a la luz de la concentración de la producción de videojuegos en unas cuantas *mecas creativas*, y la sobrerrepresentación del hombre blanco occidental como avatar en la mayoría de sus productos. Se concluye que es necesario buscar la manera de presentar la alteridad sin deshumanizarla, y que esta responsabilidad reside en la industria productora de videojuegos.

**Palabras clave.**

Game studies, estudios culturales, otredad, identidad.

**Abstract.**

*This paper studies the videogame player's process of identification with an avatar during the act of play, and concludes that said process implies the representation of an impotent, less-than-human otherness that would seem necessary for the generation of this ludic identity. The paper discusses the consequences of this phenomenon, given the concentration of videogame production in a few creative meccas and the over-representation of the white male in game avatars. The paper concludes that it's necessary to devise a way of presenting otherness without de-humanizing, and that this responsibility resides with the videogame industry.*

**Keywords.**

*Game studies, cultural studies, otherness, identity.*

## Introducción.

El videojuego es hoy en día más popular que nunca: la proliferación de videojuegos de corte casual en las redes sociales y plataformas móviles ha llevado este medio a las manos de una diversidad inusitada de usuarios (Williams et al, 2008; Griffiths, 2004; Jones, 2003). La mayoría de la gente hacemos uso del videojuego sin pensar en su estructura o en los procesos mentales que se requieren para la interacción con el mismo.

Dentro de estos procesos mentales, el primero y más importante es el de identificación: un proceso mediante el cual el usuario reconoce un elemento de la composición visual como una manifestación de su voluntad. Al ver la paleta de *Pong*, el famoso videojuego de los setentas, lo reconocemos como el elemento de la composición visual sobre el cual tenemos control. El término *avatar* se utiliza regularmente para denominar a dicho elemento (Waggoner, 2009)<sup>2</sup>. La acepción original del término avatar en la teología brahmánica como encarnación de una deidad en el plano terrenal (Partridge, 2005) nos deja ya ver el motivo de la adopción del término en el ámbito electrónico: el factor de *representación*. A diferencia de la paleta de *Pong*, la inmensa mayoría de los avatares utilizados en videojuegos no son totalmente abstractos, sino que representan objetos o elementos de la realidad, y muchas veces representan seres humanos o personajes antropomórficos, como es el caso de Mario en *Super Mario Bros*.

Ahora bien, si en el acto de jugar un videojuego, la identificación en su nivel más primario alude a un entendimiento de que una parte de la composición visual funge como instrumento o *avatar* de la voluntad del jugador, dicha identificación adquiere mayor complejidad cuando se suma a este primer nivel el de la identificación emocional. Mayra (2008) escribe sobre el éxito de *Pac-Man*:

Antes que nada, tenía un personaje principal reconocible que hacía más directamente posible la identificación y el apego emocional que alguna otra implementación abstracta de su estructura de juego... La figura de Pac-Man no representaba un vehículo o arma (como las naves o torretas de juegos

anteriores) sino una criatura con la cual uno podía tener una relación de afecto (p. 69).

Es así que la cualidad representativa del avatar juega un papel importante tanto en el disfrute que el jugador obtiene del acto de jugar como en la relación emocional que establece con el juego. La identificación es, por lo tanto, un factor clave en este proceso lúdico. Sin embargo, la noción más importante que se debe extraer (y problematizar) de lo anterior es el hecho (aparentemente evidente) de que el proceso de identificación conlleva la formación y asignación de identidad.

Escribe Poulin (2009):

En relación con la teoría del videojuego, las nociones (de Paul Ricoeur) de ipseidad y ego trascendental pueden ser usadas para pensar en el pronombre “yo” fuera de los límites de la gramática y la lingüística, y para agregar ... otra dimensión a la inmersiva “primera persona” representada en muchos videojuegos. Si la mismidad parte de una red de subjetividades, una estructura universal completada por cada individuo, entonces los videojuegos pueden ser concebidos como la mediación y encarnación lúdica de las estructuras universales y ontológicas. No solo estarían los videojuegos enraizados en terreno antropológico, sino que también estarían conectados con una necesidad humana de ser un “yo” en relación con una red de individualidades, así como un pronombre sólo existe en relación con un trasfondo gramático. (p. 373-374)

En este sentido, Raessens (2006) también propone una *identidad lúdica* que “parte críticamente del trabajo de Paul Ricoeur sobre la identidad narrativa”. Tanto en el caso de Poulin como en el de Raessens, sin embargo, la concepción del videojuego como generador de identidad es abordada de manera optimista y esperanzadora. En este documento proponemos que esta cualidad generadora de identidad no es *de facto* enriquecedora o deseable y puede llegar a ser problemática, ya que se basa en un ejercicio de poder y se concibe desde la diferencia con el otro.

### **Ejercicio de poder.**

En primera instancia, hay que distinguir entre dos tipos diferentes de ejercicio de poder en el acto de juego: el poder del creador y el poder del jugador. El primero corresponde a la autoridad última del diseñador<sup>3</sup> para establecer las fronteras del videojuego y, por lo tanto, decidir qué se quedará fuera del espectro de representación, una autoridad semejante a la que LeGrice confiere a la cámara (2001). El segundo corresponde a la agencia del jugador, es decir, al poder para ejercer su voluntad sobre el universo diegético del videojuego, y de ésta segunda instancia se hablará más adelante.

### **El poder del creador.**

En cualquier texto que pretenda abordar el contenido mediático, es menester evitar la ilusión de la transparencia y tener en cuenta que en cualquier medio de comunicación la presentación inmediata de la realidad es imposible. El contenido de un medio no puede ser considerado como una presentación inmediata de la realidad, sino como una *re-*presentación o codificación, producto del contexto económico-sociocultural del emisor o codificador (Hall, 1980). Hay que recordar también que la representación es tanto una expresión de poder como un ejercicio de dicho poder (Hall, 1997), por lo cual, a pesar de la polisemia que es inherente a cualquier mensaje (Fiske, 1987), la libertad y alcance de dicha polisemia siempre estarán acotados por los límites establecidos por el emisor (Hall, 1980) en su expresión y ejercicio del poder.

Esta *representación*, y la problemática que conlleva debido a su naturaleza como ejercicio de poder, ha sido un tema recurrente en el estudio del fenómeno del videojuego desde las ciencias sociales: específicamente, se han llevado a cabo numerosos estudios sobre la representación étnica (Carlson y Corliss, 2011; Corona, 2013; deVane y Squire, 2008; Leonard, 2006; Glaubke, Miller, Parker y Espejo, 2001) y de género (Corona, 2011; Downs

y Smith, 2009; Dill y Thill, 2007; Jansz y Martis, 2007; Ivory, 2006; Díez, Fontal y Blanco, 2004; Beasley y Standley, 2002; Bonder, 2002; Dietz, 1998).

Los hallazgos de los estudios arriba mencionados son preocupantes en términos de representación de la diversidad: en general, los videojuegos presentan un universo en el cual la minorías étnicas y de género son representadas escasamente (Corona, 2011; Leonard, 2006) y de manera estereotípica (Corona, 2011; deVane y Squire, 2008; Beasley y Standley, 2002).

El uso de estereotipos en la representación de minorías y extranjeros no es solamente un problema de *political correctness*: es un problema de fondo en la concepción del otro. Como apunta Stuart Hall (1997):

En la estereotipación hemos establecido una conexión entre representación, diferencia y poder. Sin embargo, debemos sondear más completamente la naturaleza de este poder. Con frecuencia pensamos el poder en términos de coerción o represión física y directa. Sin embargo hemos hablado también del poder en la representación: el poder de marcar, asignar y clasificar; el poder simbólico; el poder de la expulsión ritualizada. El poder tiene que ser comprendido no sólo en términos de explotación económica y coerción física, sino también en términos culturales o simbólicos más amplios, incluyendo el poder para representar algo o a alguien de cierta manera – dentro de un cierto “régimen de representación”. Éste incluye el ejercicio de poder simbólico a través de las prácticas de representación. La estereotipación es un elemento clave en este ejercicio de violencia simbólica (p. 259).

Hall, por supuesto, no utiliza el adjetivo *simbólico* para restar realidad al poder y a la violencia que denuncia, sino para explicar su naturaleza: el poder simbólico al que hace alusión es aquel que se ejerce a través de la dominación de los símbolos: poder que se ejerce sobre el otro mediante el uso de lenguaje (de cualquier índole) para definirlo mediante la exacerbación de sus “debilidades” o “defectos” hasta reducirlos en lo que Hall llama *el espectáculo del otro*.

El ejercicio de este poder de representación obedece a la percepción del otro como una amenaza a la propia supervivencia: como apunta Zea (1998), “fuera de este mundo de comprensión y comunicación están los otros (...). Los otros son los que le disputan aquellos elementos que le permiten sobrevivir” (2). Es este precisamente el miedo al que hace alusión Edward Said (1977) como motor del Orientalismo, miedo que llevó a la sociedad europea a la construcción artificial de ese otro por antonomasia: el Oriental.

Aquí tocamos un punto neurálgico que habrá que retomar más adelante al analizar el poder del jugador: el reconocimiento de la otredad como constructo maniqueo, y su utilización como aparente condición sine-qua-non de la identidad.

### **La agencia del jugador.**

Retomemos el concepto de avatar: la representación en pantalla de la voluntad del jugador, con la cual puede o no haber una conexión emocional. Está de más decir que el avatar es el elemento del juego más inmediato al usuario, y con el cual se espera, como ya hemos discutido, una identificación tanto a nivel mecánico como a nivel emocional. Podríamos decir que la decisión crucial en el momento de planear y diseñar un videojuego es precisamente la elección y definición del(los) avatar(es). Esta decisión no es sólo técnica, sino profundamente cultural, y es la que mayor impacto tiene sobre el proceso de identificación: Volvamos a la *identidad lúdica* inferida por Poulin (2009) y propuesta por Raessens (2006). Si, como propone Poulin, los videojuegos están “conectados con una necesidad humana de ser un *yo* en relación con una red de individualidades, así como un pronombre sólo existe en relación con un trasfondo gramático,” (p. 374) sólo nos queda inferir que para la composición de este *yo lúdico* que existe paralelamente a la realidad en el acto de juego, es prerequisite la definición de la alteridad, del otro, de lo que *no soy yo*. Es aquí donde se hace patente la profundidad del problema de la representación: al establecer a un personaje como *yo lúdico* del jugador, se establece también un *otro lúdico*, con el cual no puede haber identificación. Krumer-Nevo y Benjamin (2010) parten del

trabajo de Simone de Beauvoir para afirmar que “la categoría del otro es tan primordial como la consciencia misma, porque el sujeto puede ser propuesto sólo en su oposición, al plantearlo como lo esencial, opuesto a lo otro, lo no-esencial, el objeto” (p. 695). De acuerdo con Cerutti (1998), “¿quién eres? ¿quién es el otro? Son las preguntas complementarias o –más radicalmente todavía- las que hacen posible la pregunta por la propia identidad” (p. 139).

El contexto lúdico, en mi opinión, es el único en el cual es posible plantear directamente estas preguntas en función de un universo diegético. No quiero con esto decir que no exista un grado de identificación por analogía o proximidad con un personaje literario o cinematográfico, sino que estos medios (literatura y medios visuales) no exigen al receptor plantearse –y responder- la pregunta ¿cuál elemento específico de la composición representa mi voluntad? ni mucho menos ejercer acciones sobre el universo diegético mediante dicho elemento. Como reflexionan Ardévol et al., en el videojuego “el placer voyeurista de mirar filmes o programas televisivos es sustituido por un *placer de la inmersión* devenido de la articulación entre la representación audiovisual y la agencia y control del sujeto. En los videojuegos, las representaciones audiovisuales no deben ser comprendidas como placer voyeurista, una exposición pasiva a imágenes, sino en términos de encarnación e identificación” (Ardévol, Roig, San Cornelio, Pagés y Alsina, 2006 p. 3).

Como hemos visto, existe una fuerte atención académica hacia la representación étnica y de género en el videojuego, y las investigaciones al respecto denuncian una marcada tendencia a la estereotipación y la subrepresentación de identidades étnicas y de género (Corona, 2011). En este sentido, habría que plantear la pregunta: si la representación del otro en los videojuegos fuera abundante y estuviera libre de estereotipos, ¿se resolvería el problema? ¿Podríamos hablar, por ejemplo, de una representación justa y adecuada del afroamericano o del mexicano? Para contestar esta pregunta, pongamos como ejemplo al videojuego *Red Dead Redemption*, creado por Rockstar Games (2010).

*Red Dead Redemption* es un videojuego estilo *open world*<sup>4</sup> que hace homenaje al *Western* cinematográfico. En él, el jugador controla a John Marston, un ex bandolero de principios del siglo XX que es chantajeado por la policía para obligarlo a perseguir y matar a los miembros de su antigua pandilla. Durante la trama del juego, el personaje cruza varias veces la frontera entre los Estados Unidos y México y toma partido en una versión estilizada de la revolución mexicana. *Red Dead Redemption* hace una representación respetuosa de los sentimientos y problemas sociales de la revolución, y en general se mantiene alejado o incluso denuncia estereotipos raciales y culturales (Corona, 2013). Sin embargo, los personajes y espacios mexicanos están contruidos como otredad. La razón de su existencia es servir como contraste del *yo lúdico* que es John Marston: un contraste dialéctico que no deja espacio para lecturas alternas.

Pero el problema va más allá de la representación: al hablar de la agencia del jugador como ejercicio de poder, nos referimos no al poder de elección del avatar (a fin de cuentas, esta decisión es siempre prerrogativa del creador), sino al poder de ejercer acciones sobre el universo del videojuego. El universo diegético del videojuego es notablemente asimétrico: aquellos personajes que son controlados por el jugador concentran el poder de agencia, y los personajes no-controlables (tradicionalmente conocidos como *non-player characters* o *NPCs*), están condenados a fungir simplemente como un *otro* que es objeto pasivo de la agencia del jugador, y está sometido al poder del mismo. En *Red Dead Redemption* el personaje de John Marston sirve en la narrativa como agente de cambio y como el factor determinante para decidir el curso de la guerra en el norte de México; pero más allá de esto, su rol mecánico como avatar del jugador le da el poder de afectar y cambiar su entorno, poder que le está vedado al resto de los personajes. John Marston tiene control sobre una gran variedad de armas, puede viajar de manera instantánea, su cuerpo es mucho más resistente que el del resto de los personajes, y tiene la facultad, mediante un recurso mecánico explicado en la narrativa como *expertise* o talento natural, de detener el tiempo para colocar sus disparos de manera más certera. En el universo diegético del videojuego, la diferencia de poder entre el avatar y un NPC es abismal, ya que dicho universo está creado

específicamente para favorecer y exaltar la agencia del avatar como expresión de la voluntad del jugador. De tal modo que dentro del universo del videojuego, el avatar pareciera realmente estar dotado por un *soplo de divinidad*, lo cual nos explica ya la razón (consciente o inconsciente) para la elección del término.

Tal vez sería más certero afirmar que el ser controlado por el jugador le confiere al avatar un *soplo de humanidad*. Se avizora ya el meollo del asunto: en el universo de *Red Dead Redemption*, sólo uno de los personajes está dotado de humanidad.

Boivin, Rosato y Arribas (1989) afirman que “la actitud de negarle la humanidad a todo aquel cuyo comportamiento nos parece extraño, es una actitud típica de todos los hombres” (p. 68). Edward Said, por su parte, reflexiona sobre la objetificación inmanente a la construcción del otro:

Siempre ahí subyace la presunción de que, aunque el consumidor occidental pertenece a una minoría numérica, tiene derecho a poseer o hacer uso (o ambos) de la mayoría de los recursos del mundo. ¿Por qué? Porque él, a diferencia del oriental, es un verdadero ser humano... un occidental blanco de clase media cree que es su prerrogativa humana no sólo administrar el mundo no-blanco sino también poseerlo, sólo porque por definición, “éste” no es humano como “nosotros” lo somos. No hay ejemplo más puro que éste del pensamiento deshumanizador... El occidente es el actor, el oriente un reactor pasivo. El occidente es el espectador, juez y jurado de cada faceta del comportamiento oriental (1978 p. 108).

Así pues, al hablar del videojuego, el mayor *statement* político y social no es la calidad de la representación del otro, sino su categorización misma como el otro, dado que en el videojuego, más que en cualquier otro medio, este *otro* está irremediabilmente desprovisto de agencia y de humanidad. En algunos juegos, como la serie *Call of Duty* (2003), la única interacción posible del jugador con este *otro* impotente es la violencia. En videojuegos más complejos, como las series *The Elder Scrolls* (1994) y *Fable* (2004), la violencia es sólo una de muchas interacciones posibles: el jugador puede cultivar relaciones con los *NPCs*, resolver sus problemas e incluso erigirse como su protector ante las amenazas del mundo. Esto, por supuesto, no alivia la desigualdad entre el *yo lúdico* y el *otro lúdico*, sino que

perpetua la diferencia construyendo al otro del videojuego como una especie de “buen salvaje”, de intenciones nobles pero desprovisto de humanidad, impotente y por lo tanto, digno de compasión. La capacidad de ejercer poder en el mundo del videojuego será siempre prerrogativa única del avatar.

### **Consecuencias.**

Como hemos visto, la generación de lo que Raessens llama la *identidad lúdica* en el videojuego conlleva el ejercicio de poder tanto del creador como del jugador, y requiere para cobrar sentido la existencia del *otro*. Hemos planteado también que este *otro lúdico* está inevitablemente desprovisto de agencia, y de la humanidad que le es conferida al avatar por la identificación del jugador. Lo que resta es analizar las consecuencias de esto a la luz de la situación social contemporánea: si bien los videojuegos son utilizados en la actualidad por un abanico de usuarios sin precedentes (Williams et al, 2008; Griffiths, 2004; Jones, 2003), la creación de los mismos se encuentra centralizada tanto territorial como económicamente en unas cuantas *Mecas* y compañías productoras, todas ellas de países desarrollados (Carlson y Corliss, 20011; Consalvo 2006). Esta centralización de producción también implica una centralización de contenidos: las percepciones, gustos y prácticas de mercados importantes, como los Estados Unidos y Japón, son prioritarias en el proceso creativo, y los contenidos son diseñados y/o alterados para serle más agradables a dichos mercados poderosos (Carlson y Corliss, 2011).

El llamado proceso de *localización o regionalización* de videojuegos tiene por propósito manifiesto la inclusión en el producto de referencias culturales que provoquen en el jugador el placer del reconocimiento (Carlson y Corliss, 20011; Consalvo 2006). Por otro lado, existe en la industria del videojuego una muy enraizada creencia de que los videojuegos son jugados primariamente por hombres jóvenes cuacásicos de clase media (Carlson y Corliss, 2011; Shaw, 2010; Shaw, 2011). De tal modo, la inmensa mayoría de los videojuegos

comercialmente exitosos cuentan con protagonistas masculinos y caucásicos (Corona, 2013; Williams et al, 2009).

La consecuencia es que el jugador, sea cual fuere su contexto cultural, debe identificarse con un *yo lúdico* que es caucásico y masculino, y asumir como regla ineludible del juego la capacidad de agencia del hombre blanco occidental en contraste con la pasividad e impotencia irremediable de todos los demás. La estructura mecánica del videojuego provoca una otredad que está, en el mejor de los casos, desprovista de humanidad, y en el peor, reducida al *espectáculo del otro*.

¿Cómo remediar esto? La pregunta no es sencilla y no tiene una respuesta inmediata: hemos ya constatado con el caso de *Red Dead Redemption* que la diversidad no-estereotipada en la representación no resuelve el problema de fondo, ya que la asimetría entre el avatar y el resto de los personajes resulta en una diversidad que se ubica, parafraseando a Edward Soja, “en una especie de *museé imaginaire*, en un entramado de su propia elección (del conocimiento occidental)” (1996). Bhabha (1990) elucida que en la noción de diversidad:

Se constituye una norma transparente, una norma provista por la sociedad anfitriona o cultura dominante, la cual dice “estas otras culturas están bien, pero debemos localizarlas dentro de nuestro propio entramado”. Esto es a lo que me refiero por “creación” de diversidad cultural y “contención” de la diferencia cultural (p. 208).

Así pues, la representación de diversidad no resuelve el problema de la objetificación del otro mientras la concepción de la alteridad permanezca vedada del *soplo de humanidad* conferido por el jugador. En los pocos casos en los que el otro tradicional de la cultura occidental es presentado como *yo lúdico*, se define a éste siempre por sus diferencias con el mundo occidental, y son éstas diferencias el punto central de la trama, o simplemente se *occidentaliza* al otro, haciéndole luchar por los valores y percepciones de la cultura occidental, y convirtiéndolo en un *occidental disfrazado de otro*. En el caso de *Grand Theft Auto IV* (2008), por ejemplo, el personaje principal es un inmigrante de Europa Oriental

recién llegado a los Estados Unidos; sin embargo, la trama se desenvuelve siempre en función de las diferencias del personaje extranjero con el mundo norteamericano, y se erige como comentario social del *American Dream* y la sociedad estadounidense contemporánea, dejando de lado completamente el bagaje cultural del inmigrante balcánico. En la serie *Prince of Persia* (1989), se occidentaliza completamente al personaje principal, utilizando a la Persia antigua simplemente como fondo inerte para el desarrollo de una trama eminentemente occidental.

Ahora bien, si la percepción del otro está enraizada en una percepción de diferencia, convendría explorar la posibilidad de poner en funcionamiento lo que Soja (1996) define como *thirding-as-othering*, sacando al otro de la constricción del pensamiento dialéctico y proponiendo espacios alternos de producción de sentido que no necesariamente estén contrapuestos con el *yo lúdico*. Esto puede tomar dos caminos: el primero es la consideración de visiones alternas del mundo como *yo lúdico*, como en el caso de *Ayiti: The cost of life* (2006), videojuego patrocinado por la UNESCO para concientizar al jugador sobre la condición precaria de Haití. Desgraciadamente, esto nos devuelve a la contención de la diferencia cultural y al *museé imaginaire*. Pareciera, más bien, que la única solución viable es la producción de videojuegos fuera de las mecas de la industria, o en su defecto, el rediseño del *yo lúdico* por parte del jugador ajeno al centro. Esto no exime de responsabilidad, sin embargo, a los creadores de videojuegos, ni hace que los verdaderos intentos por mejorar la representación, como el de Rockstar Games con *Red Dead Redemption*, sean menos deseables o encomiables. La consciencia de la problemática es el primer paso: lo que sigue es reflexión, investigación y la búsqueda de soluciones.

### Referencias bibliográficas.

Ardévol, E., Roig, A., San Cornelio, G., Pagés, R., Alsina, P. (2006). Game pleasures and Media Practices. Trabajo presentado en *9th Bi-Annual Conference (Europe and the World)*. Bristol, Reino Unido.

Beasley, B., y Standley, T. (2002). Shirts vs Skins: Clothing as an Indicator of Gender Role Stereotyping in Video Games. *Mass Communication & Society*, 5(3), 279-293.

Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*. Nueva York: Routledge.

Boivin, M., Rosato, A. y Arribas, V. (1989). *Constructores de otredad: Una introducción a la antropología social y cultural*. Buenos Aires: Antropofagia.

Carlson, R. y Corliss, J. (2011). Imagined commodities: Video game localization and mythologies of cultural difference. *Games and Culture*, 6(1), 61-82. Thousand Oaks: Sage Publications.

Cerutti, H. (1998). Identidad y Dependencia Culturales. En D. Sobrevilla (ed.), *Filosofía de la Cultura*. Madrid: Trotta.

Consalvo, M. (2006). Console video games and global corporations: Creating a hybrid culture. *New Media & Society*, 8(1), 117-137. Thousand Oaks: Sage Publications.

Corona, A. (2011). *Representación étnica y de género en los 5 videojuegos de acción multiplataforma más vendidos de la séptima generación*. Tesis de maestría no publicada, Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

Corona, A. (2013). Jugando a ser blanco: Cantidad y calidad de la representación étnica en los videojuegos más vendidos de la séptima generación. En G. de la Peña y F. Gervasi, *Memorias del Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) 2012*, 31-43. Saltillo, México. ISBN: 978-607-95511-2-4

DeVane, B., Squire, K. (2008) The meaning of race and violence in Grand Theft Auto: San Andreas. *Games and Culture*, 3(3-4), 264-285. Thousand Oaks: Sage Publications.

Dietz, T. (1998) An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex Roles*, 38(5/6) 425-442. Nueva York: Springer Publishing.

Díez, E. J., Fontal, O., y Blanco, D. (2004). Los videojuegos desde la perspectiva de género:

roles y estereotipos. Presentado en el *Foro de Tecnología Educativa y Atención a la Diversidad*. Murcia, España.

Dill, K., & Thill, K. (2007). Video game characters and socialization of gender roles: Young people's perceptions mirror sexist media depictions. *Sex Roles*, 57, 851-664. Nueva York: Springer Publishing.

Downs, E. and Smith, S. (2009). Keeping Abreast of Hypersexuality: A Video Game Character Content Analysis. Trabajo presentado en la *Reunión anual de la International Communication Association*, Nueva York, NY.

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Londres: Methuen.

Glaubke, C. R., Miller, P., Parker, M. A., & Espejo, E. (2001). *Fair Play? Violence, Gender and Race in Video Games*. Oakland: Children Now.

Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. En M. G. Dirham y D. M. Kellner (eds.), *Media and cultural studies: keywords*. (pp. 166-176). Malden, MA: Blackwell Publishing.

Hall, S. (1997). The Spectacle of the Other. En S. Hall (ed.), *Cultural Representations and Signifying Practices*. (pp. 225-290) Londres: The Open University.

Ivory, J. D. (2006). Still a Man's Game: Gender Representation in Online Reviews of Video Games. *Mass Communication & Society*, 9(1), 103-114. Nueva York: Routledge.

Jansz, J., y Martis, R. G. (2007). The Lara Phenomenon: Powerful female characters in video games. *Sex Roles*, 56, 141-148. Nueva York: Springer Publishing.

Krumer-Nevo, M. y Benjamin, O. (2010). Critical poverty knowledge: Othering and Social distancing. *Current Sociology*, 58, 693-714. Londres: Sage Publications

LeGrice, M. (2001). *Experimental cinema in the digital age*. Londres: The British Film Institute.

Leonard, D. J. (2006). Not a Hater, Just Keepin' It Real: The Importance of Race- and Gender-Based Game Studies. *Games and Culture*, 1(1), 83-88. Thousand Oaks: Sage Publishing.

Mayra, F. (2008). *Games and Culture: An introduction to Game Studies*. Londres: Sage Publications.

O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. y Fiske, J. (1994) *Key concepts in communication and cultural studies*. Londres: Routledge.

- Partridge, C. (2005). *Introduction to World Religions*. Augsburg: Fortress.
- Poulin, P. (2009). Phenomenology. En B. Perron y Wolf, M. (eds.) *The Video Game Theory Reader 2*. (pp.372-373) Londres: Routledge.
- Raessens, J. (2006). Playful Identities, or the ludification of culture. *Games and Culture*, 1(1) 52-57. Londres: Sage Publications.
- Roig, A., San Cornelio, G., Ardèvol, E., Alsina, P., Pagès, R. (2009) Videogame as Media Practices: An exploration of the intersections between play and audiovisual culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(1): 89-103 Londres: Sage Publications.
- Rosmarin, R. (2006). Take-Two takes a hit. Recuperado el 8 de mayo de 2012 de [http://www.forbes.com/2006/12/11/games-gta-options-tech-enter-cx\\_rr\\_1211taketwo.html](http://www.forbes.com/2006/12/11/games-gta-options-tech-enter-cx_rr_1211taketwo.html)
- Said, E. (1977). *Orientalism*. Londres: Penguin.
- Sefton, J. (2008). The roots of open-world games. Recuperado el 8 de mayo de 2012 de <http://www.gamesradar.com/the-roots-of-open-world-games/>
- Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403-424. Thousand Oaks: Sage Publishing.
- Shaw, A. (2011). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *Games and Culture*, 14(1), 28-44. Thousand Oaks: Sage.
- Soja (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Cambridge: Blackwell
- Waggoner, Z. (2009). *My avatar, My Self: Identity in video role-playing games*. Jefferson: McFarland.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M., & Ivory, J. (2009). The virtual census: Representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, 11(5), 815–834. Thousand Oaks: Sage Publishing.
- Zea, L. (1998). Cultura Occidental y Culturas Marginales. En D. Sobrevilla (ed.) *Filosofía de la Cultura*. (pp.197-212). Madrid: Trotta.

---

<sup>1</sup> Antonio Corona es candidato a Doctor en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Estudios Culturales por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Correo electrónico: [antoniorir@gmail.com](mailto:antoniorir@gmail.com)

<sup>2</sup> La utilización del término avatar para designar a este elemento de la composición visual que sirve como punto de conexión entre el usuario y el juego fue popularizada por los programadores Chip Morningstar y Joseph Romero en la creación del videojuego *Habitat*.

<sup>3</sup> Aunque se refiere al diseñador del juego en singular, los equipos de producción de videojuegos pueden llegar a involucrar a cientos de personas (Rosmarin, 2006).

<sup>4</sup> Un tipo de juego en el cual el avatar del jugador tiene la libertad de deambular libremente por un mundo virtual extenso y de escoger cómo y cuándo desea progresar en la narrativa (Sefton, 2008).

R  
Y  
P