

Aprendiendo de la inteligencia colectiva en las comunidades de videojugadores en línea.

José Ángel Garfias Frías.

Resumen.

En los videojuegos contemporáneos se han incluido opciones de juego en línea, lo que ha hecho posible interactuar con otros usuarios en tiempo real. Una de las claves para el éxito de estas producciones es la inteligencia colectiva que se consigue gracias a la participación y colaboración de los videojugadores en este entorno lúdico. Los usuarios juegan y colaboran con sus demás compañeros con gran ahínco en estos programas que le han redituado muchos beneficios a las empresas de la industria del videojuego.

¿Cuál es el atractivo y la estructura que mantiene enganchados a los usuarios a los videojuegos en línea? ¿Cuál es el contenido que se comparte en este tipo de producciones? La respuesta a estas preguntas encierra dentro de sí algunas claves para la creación de otros proyectos de inteligencia colectiva en red, pero enfocados a otros propósitos, como por ejemplo, una comunidad de videojugadores cuyo objetivo sea la construcción de una inteligencia colectiva para el autoaprendizaje.

La inteligencia colectiva.

La inteligencia colectiva se refiere a las capacidades cognitivas de una comunidad, resultado de la interacción de cada uno de los individuos, y su reacción ante los estímulos externos, lo que ocasiona que haya una sinergia entre sus miembros para enfrentar un problema con un comportamiento emergente. Por tanto, hay una simbiosis muy clara entre el funcionamiento autoorganizado en grupo y la emergencia.

El divulgador de la ciencia Steven Jonson al hablar sobre sistemas emergentes, hace el análisis de un fenómeno particular que ha sido insigne para explicar la autoorganización y la emergencia como fenómeno de inteligencia colectiva; dicho

fenómeno se refiere a la forma en que se organiza el moho de fango, un conglomerado de organismos muy primitivos, muy parecido a los hongos, sin sistema cerebral y sin inteligencia. El moho de fango es sólo un montón de células con algunos flagelos que usa para arrastrarse con el afán de conseguir nutrientes, pero sin la capacidad aparente de pensar, puesto que no tiene un sistema cerebral similar al de otros seres vivos, por lo que no es posible atribuirle procesos mentales o creativos con capacidades neuronales.

El moho de fango vive la mayor parte del tiempo como un conjunto de organismos unicelulares cuando hay una cantidad suficiente de alimento; cada célula satisface sus propias necesidades. Pero cuando empieza a escasear la comida, una situación de emergencia cambia el escenario, y las células de moho de fango se convierten en un colectivo con capacidad de trabajar como uno solo.

El año 2000, un científico japonés de nombre Toshiyuki Nakagaki encerró un poco de moho de fango en un laberinto de cuatro salidas, sólo dos de ellas tenían alimento. Para poder subsistir, el moho de fango debía alcanzar necesariamente las dos salidas con nutrientes, pero como dichas salidas estaban en extremos opuestos, la respuesta aparente parecía sólo alcanzar una de ellas. No obstante, el moho de fango se las ingenió y resolvió el asunto con una respuesta creativa, puesto que adelgazó su cuerpo lo suficiente para extenderse desde una salida con comida a la otra, y así obtener el alimento necesario para todos.

El experimento demostró que en conjunto y ante la emergencia, el moho de fango podía hacer frente a un problema común, y además buscar una solución favorable para la mayoría de los involucrados. Otra característica particular de este experimento del moho de fango fue el identificar que no tiene células líderes, no hay una que ponga orden o de señales para guiar a las demás, la organización es por el colectivo ante las condiciones del entorno y la emergencia. Esta particularidad del moho de fango lo ha convertido en pieza de estudio para tratar de entender fenómenos relacionados a la operación en colectivo, los cuales pueden ser aplicados en distintos escenarios y disciplinas.

Este mismo patrón de comportamiento en colectividades más complejas, se denomina inteligencia de enjambre, la cual hace referencia a elementos

independientes que en determinados momentos se autoorganizan para hacer frente a la emergencia, tal como sucede con las abejas, las aves en vuelo, los rebaños o las colonias de hormigas.

Las hormigas actúan con organización y reaccionan ante la emergencia siguiendo ciertos patrones determinados dependiendo de la situación, y cuando se ha hecho frente al problema, todas regresan a su actividad normal. Dicho comportamiento no ocurre porque exista una hormiga líder que dé las órdenes, lo que para muchos podría ser la hormiga reina. Las hormigas dan la vida por salvar a la reina debido a la importancia que ella tiene para la colonia porque es la que engendra a todas las demás, el instinto de supervivencia y el interés colectivo les hace actuar así.

La inteligencia de enjambre es un sistema complejo que se adapta a las condiciones cambiantes desplegando comportamientos más inteligentes, o mejor dicho, emergentes, es decir, implica el proceso de pasar de reglas simples a complejas. La emergencia es la clave para la autoorganización y para que aparezca una inteligencia colectiva.

El lugar a donde se quiere llevar este fenómeno de inteligencia colectiva en este trabajo en particular es hacia las comunidades de videojugadores en línea; las cuáles se organizan sin líderes, y todos los participantes lo hacen con gran entusiasmo por el simple hecho de compartir una actividad lúdica común. El análisis de este caso sin duda arrojará respuestas sobre un hecho que siempre ha llamado la atención ¿Por qué los videojuegos son tan jugados, mientras que el software educativo, o la educación en línea, no siempre enganchan a los usuarios?

Para dar una respuesta a la pregunta anterior habría que empezar por indagar cuáles son las diferencias que existen entre un entramado de células y un entramado de seres humanos, pues en estos últimos sin duda aparecen factores distintivos y más complejos como la capacidad de simbolización y pertenencia a un sistema cultural específico para influenciar el comportamiento, y no sólo necesidades fisiológicas e instintivas para la supervivencia.

Mientras que el moho de fango o el enjambre reaccionan por la falta de alimento para trabajar en conjunto, y las hormigas dan su vida por instinto, el ser humano

participa en muchas actividades sin que necesidades vitales estén en juego, pero pone su atención e interés a estas prácticas con el mismo ahínco que los anteriores, porque “el hombre es un animal inserto dentro de una trama de significaciones que él mismo ha tejido”¹. De esta manera, sólo necesita identificarse con alguna situación para comenzar a tomar partido, así, no por hambre, ni ante el peligro, pero sí al identificarse con algún símbolo o temática, tiene un motivo suficiente para entregarse a ella.

Recapitulando todo lo anterior, se puede decir que para el desarrollo del fenómeno de inteligencia colectiva es necesaria la creación de:

- Un sistema compuesto por varios elementos que trabajan individualmente.
- Una situación de emergencia que rompa con lo cotidiano.
- Una motivación compartida por los miembros del sistema.
- Reglas que de alguna manera orienten la participación de cada individuo.

Con estos elementos identificados, el interés del presente trabajo se centra en describir un caso concreto de videojuego en línea para estudiar cómo se produce el fenómeno de inteligencia colectiva, con el objetivo de entender mejor su funcionamiento y ofrecer algunas reflexiones sobre lo que se puede aprender de videojuegos comerciales como el antes mencionado.

Para comenzar este análisis y reflexión hay que hablar propiamente del caso de estudio, el videojuego *Gears of war*.

Gears of War.

Hoy en día, los videojuegos ofrecen historias y personajes que se enfrentan en escenarios virtuales para entretener a millones de usuarios. Se convierten entonces en los nuevos espacios sociales donde aparecen grandes fenómenos humanos que deben ser entendidos y estudiados.

Gears of war es un videojuego que salió a la venta en octubre de 2006, fue desarrollado por *Epic Games* y publicado por *Microsoft Game studios* para la consola *Xbox 360* de *Microsoft*.

¹ Clifford Geertz. La interpretación de las culturas. P. 20.

El *Xbox 360* es la última consola de videojuegos desarrollada por *Microsoft* para la actual generación de sistemas. A grandes rasgos dicha consola tiene la peculiaridad de ofrecer modalidades en línea ya sea para la distribución de contenido digital, como para interactuar con otros usuarios en diferentes videojuegos.

Aunque los primeros videojuegos en línea se jugaron por medio de computadoras personales, y su explotación comercial se dio en estas plataformas, la industria contemporánea del videojuego ha añadido esta función para las consolas caseras, gracias a conexiones de banda ancha a costos accesibles. De esta forma, el juego en línea se ha vuelto una función muy atractiva y casi obligatoria para explotar en las consolas de videojuegos contemporáneas y en casi cualquier serie de aventuras que se produzca para las mismas. Internet es una gran red, que como herramienta de comunicación se ha sabido integrar a la estructura de los videojuegos contemporáneos.

Sin el afán de querer recapitular la historia de Internet, que comenzó a finales de la década de los sesenta, baste resaltar que para muchos autores, su masificación y uso en la vida cotidiana hay que ubicarla en la década de los noventa, autores como Castells, incluso dan una fecha exacta:

“A pesar de que Internet estaba ya en la mente de los informáticos desde principios de los sesenta, que en 1969 se había establecido una red de comunicación entre ordenadores y que desde finales de los años setenta se habían formado varias comunidades interactivas de científicos y *hackers*, para la gente, para las empresas y para la sociedad en general, Internet nació en 1995”²

No cabe duda que desde mediados de los noventa la oportunidad que Internet presentaba para la industria del videojuego, habría de cambiar la manera de producirlos, así como la manera de jugarlos.

Microsoft se introdujo en la industria del videojuego, con la estrategia de juego en línea y llamó a este servicio *Xbox Live*, por hacer referencia al tiempo real en que se juega. El universo de usuarios que juegan en línea por *Xbox Live* es de 10

² Manuel Castells. La galaxia Internet. P. 34.

millones aproximadamente, según datos en su propia página de internet, los cuales están ubicados en 26 países donde la marca tiene presencia. *Xbox Live* se vuelve entonces una comunidad numerosa con intereses de juego de corte global. Una vez que el *Xbox 360* salió a la venta en 2005, se volvió necesario buscar una saga de videojuegos que resultara atractiva para los nuevos usuarios interesados en jugar. Si bien durante el ciclo de vida de estos productos salen videojuegos de forma constante, siempre se vuelve necesario crear un producto clave al que comúnmente se le llama *killer ap* (*killer application*) que se entiende como el videojuego que sólo puede ser jugado en esta consola y en ningún otra, lo que a veces significa la justificación para optar por dicha plataforma para juego y no las demás. *Gears of war* es el *Killer ap* del *Xbox 360*, y por ende el objetivo era hacer de él un producto de calidad, que además explotara las funciones de juego en línea de la consola de *Microsoft*, para enganchar a más usuarios.

Gears of war fue desarrollado y creado por *Epic games* en convenio con *Microsoft game studios*, lo que significó la exclusividad para el *Xbox 360*. Siguió el esquema de desarrollo de videojuegos más común en la actualidad, consistente en hacer una modalidad de campaña para entender las bases de juego por medio de la progresión, explicar la historia, motivaciones de los personajes y el universo en que interactúan, y por otro lado, hacer una modalidad de batalla contra otros usuarios donde se pone en práctica lo aprendido utilizando los espacios creados por la ficción del juego.

La modalidad de campaña consiste en ponerse al mando del personaje principal *Marcus Fenix* en su mundo bélico, y tratar de resolver los conflictos que se le presentan como soldado de élite ante una amenaza de monstruos que emergen del subsuelo. Durante su recorrido se entenderá el porqué de su lucha, el motivo de la guerra y conocerá las razones de sus enemigos para atacar.

En dicha modalidad de campaña que el usuario termina en ocho o diez horas aproximadamente, además de involucrarse en el mundo de *Gears of war*, será entrenado para participar en la batalla contra otros usuarios más adelante, ya que sabrá cubrirse de los enemigos, golpear, usar las granadas, armas, la sierra eléctrica y otros ítems significativos que se utilizan durante las batallas.

La modalidad de batalla en línea cuya duración es prácticamente infinita consiste en que ocho usuarios conectados en línea deben concurrir en un mismo juego, el cual es organizado por un *host* (anfitrión) que especifica las reglas, la duración, los rounds necesarios para ganar y el escenario en que se jugará. Los usuarios buscan partidas organizadas en tiempo real y se integran a la que les parece entretenida y que no tendrá problemas de conexión, ya que todo esto lo especifica el juego en un menú.

Una vez hecha la selección, los usuarios se unen a la partida ya sea en el bando del COG (humanos) o los *Locust* (seres que habitan bajo la tierra) hasta completar a ocho participantes, cuatro de cada bando. Así el objetivo será básicamente eliminar a los demás, o eliminar al líder de los enemigos o tomar posesión de un territorio por más tiempo que el otro equipo.

El participante de *Gears of war* va acrecentando su historial de juego en su *Gamercard*, una identidad personal donde se guardan todos su movimientos y habilidades explotadas durante el juego, que en el caso de *Gears of war* son los muertos por diferentes armas, disparos en diferentes partes del cuerpo o victorias en los diferentes escenarios y modalidades, las cuales deben ser jugadas en conjunto. La cooperación entre usuarios hace posible tanto la victoria en conjunto, como la satisfacción de objetivos personales.

El universo imaginario de *Gears of war* satisface el primer requisito de inteligencia colectiva, ya que crea un sistema compuesto por varios elementos que trabajan de forma individual. En este caso, millones de usuarios que como soldados, están listos para participar en la guerra ficticia del videojuego. Falta crear una situación que promueva el comportamiento emergente.

Los videojugadores en línea como sistema emergente autoorganizado.

Al buscar una situación de emergencia que rompa lo cotidiano, *Gears of war* utiliza la guerra entre dos bandos como situación emergente. Esto a su vez promueve una especie de autoorganización de los videojugadores sin líderes, lo que comúnmente se llama sistema emergente autoorganizado.

Para identificar a las comunidades de videojugadores como un sistema emergente autoorganizado es necesario señalar las características peculiares de estos sistemas:

“Los sistemas emergentes autoorganizados son formaciones sistémicas que aparecen inesperadamente dentro del sistema social. Son sistemas muy eficientes para el logro de sus propios fines, que se manifiestan sin que aparentemente nada haya podido provocarlos. Tienen propósitos que no se encuentran en las agendas de los temas públicamente relevantes en la sociedad o que han sido soslayados o silenciados deliberadamente por ella. Establecen una forma de comunicación que resignifica ciertos vocablos del lenguaje, conforme a una perspectiva idiosincrásica”³.

Las características de los sistemas emergentes autoorganizado pueden observarse en los videojuegos donde los usuarios a pesar de no compartir el mismo idioma, sí comparten el juego, y por esto llegan a cooperar y trascender en estas aventuras interactivas trabajando a partir de la inteligencia colectiva.

Por ejemplo, la eficiencia para el logro de sus propios fines en *Gears of war* es una necesidad forzada por el propio desarrollo del sistema de juego, puesto que los diseñadores de *Gears of war* decidieron enfocarse en un estilo de juego basado en el trabajo en equipo, y la pelea de dos bandos.

Otro de los factores que promueven la emergencia, la autoorganización y la inteligencia colectiva, es la simbiosis que se hace entre la *gamercard* (tarjeta de juego) y los *achivements* (logros). La *gamercard* es la identidad personal que el usuario adquiere a través del pago de su cuenta del servicio *Xbox Live*, dicha identidad está constituida por una imagen de jugador, un nombre o seudónimo, un avatar y una cuenta que lleva los *gamerpoints* (puntos de juego) que el usuario obtiene al jugar diferentes videojuegos, para sumarse en su *gamerscore* (marcador de jugador).

Dichos puntos se obtienen en la forma de *achivements*, que son logros que el usuario desbloquea al hacer alguna acción específica dentro de los juegos, por lo regular dependiente de la habilidad que el usuario demuestra en diferentes

³ Silvia Molina y Vedia. Comunicación y sistemas emergentes. P. 15.

situaciones. Por ejemplo, en *Gears of war* los *achievements* se obtienen en su modalidad fuera de línea al terminar el juego superando diferentes dificultades o recogiendo objetos escondidos dentro de los escenarios. La cantidad de puntos que se asignan a los *achievements* depende también de la dificultad del logro, sin tener una puntuación fija, por lo que en cada juego pueden existir toda la cantidad de *achievements* que el diseñador haya programado, pero eso sí, sin sobrepasar el límite de 1000 puntos por cada producto.

Los *achievements* se han vuelto dentro de la comunidad de usuarios del *Xbox live* un atractivo que a veces cae en la obsesión, porque se construye una reputación a través de ellos, ya que un *Gamescore* de alto puntaje significa un usuario más hábil y capaz, así como obtener los 1000 puntos de cada juego hablan de que el usuario ha dominado y perfeccionado sus técnicas en dicho programa.

Gran parte de los *achivemnants* de *Gears of War* se obtienen en el juego en línea al ganar una cierta cantidad de partidas, al derrotar a un cierto número de enemigos, o al hacerlo con diferentes armas. Los propósitos propios e individuales de los usuarios los obligan a trabajar en equipo si es que quieren conseguir esos *achievements* para incrementar el marcador, y eso es una gran motivación para seguir adelante e incluso dar la vida por los demás.

En *Gears of war* también existen formas peculiares de comunicación, que por convención se adoptan durante el juego. Soltar una pequeña dosis de balas sobre la espalda de los aliados se entiende como una señal para decirle al individuo que se detenga; al estar escondidos tras un muro con la sospecha de que un enemigo esta a la vuelta, la señal de avance se da al disparar balas en la dirección que se intuye es segura y a la que los demás deben acudir; sacar una granada y lanzarse al ataque es una señal para que los demás cubran mientras el de la granada planea un ataque kamikaze.

Otras significaciones, como las reglas de honor aparecen. Por ejemplo, cuando dos rivales quedan de rodillas tras una batalla en espera del tiro de gracia, un jugador se acerca a la zona y antes de rematar al enemigo, lo correcto es levantar al aliado y dejar que este aplaste al que lo puso al borde de la muerte a manera de venganza. Son reglas no escritas, pero no respetarlas ocasiona hostilidad entre

los miembros de un mismo equipo y se vuelven necesarias para mantener el orden, con lo que se crea un sistema propio de reglas y de comunicación que se entiende y sirve sólo para este universo lúdico.

También vale la pena señalar que las indicaciones y estrategias no son dadas por un líder del equipo, mas bien la propia posición de los usuarios dentro del campo de batalla, les da la autoridad para sugerir y planear la mejor estrategia, de tal suerte que quien se encuentre en una parte superior tendrá más posibilidad de dar indicaciones en el campo de batalla o cubrir a los demás, que quien tiene un campo visual más limitado.

Como puede verse, a pesar de que el juego de *Gears of war* está estructurado para jugarse de cierta manera en escenarios predeterminados (que por lo regular son cerrados y de forma simétrica para que las batallas principales se den en el centro del mismo), son la emergencia y los comportamientos espontáneos los que le dan sentido, reto y estrategia a esta producción. La emergencia logra que el juego siga vigente y se mantenga en el gusto por mucho tiempo puesto que operan dos inteligencias colectivas y emergentes (dos equipos), los que se enfrentan en cada duelo, con lo que los resultados pueden variar de muchas formas, con desenlaces insospechados.

El relato como motivación.

Hasta aquí queda claro que para que la colectividad funcione tiene que existir una motivación que detone el comportamiento de enjambre y los individuos pasen de actuar por su cuenta, para actuar en equipo, pero hay algo más en los videojuegos.

Para organismos unicelulares como los del moho de fango, la necesidad de alimento puede ser una motivación lo suficientemente grande como para entrar en acción, pero para seres humanos que dedican varias horas de su vida a pelear en entornos virtuales en batallas ficticias ¿cuál podría ser la motivación, si no es cubrir una necesidad de supervivencia? La respuesta parece estar en un plano más simbólico y cultural.

Cuando se habla de los videojugadores en línea, mas que hablar de individuos se debe hablar de comunidades. Para estudiar el caso de la inteligencia colectiva en los videojuegos en línea hay que entender primero cómo se caracteriza la comunidad. Castells, a propósito de comunidades en el ciberespacio menciona que:

“Están basadas en compartir los valores y la organización social. Las redes se construyen de acuerdo a las elecciones y estrategias de los actores sociales, sean estos individuos, familias o grupos sociales”⁴.

Las comunidades de videojugadores, encuentran sus valores a través de la historia, símbolos y personajes que aparecen en los videojuegos. Y la organización social la consiguen por las propias reglas del sistema de juego del videojuego en cuestión.

Como ya se mencionó, la modalidad de historia de *Gears of war*, trata de involucrar al usuario con los personajes, lugares y situaciones que habrá de enfrentar, y que también sirve como un entrenamiento para poder practicar con las armas y hacer estrategias para derrotar a los enemigos. La historia, en su modalidad fuera de línea, tiene un principio y un orden limitado, un relato que es interactivo. Cuando el usuario juega *Gears of war* por primera vez se encuentra ante un mundo que los desarrolladores optaron por denominar como una “belleza destruida”, las ciudades donde los personajes deambulan tienen un diseño muy hermoso, grandes jardines, fuentes y todo tipo de adornos, pero ya en ruinas. Hay vestigios de lo que alguna vez pudo ser una gran civilización.

Mención aparte, *Gears of war* ofrece un realismo gráfico impresionante, lo que permite al usuario pensar que los personajes que aparecen en esta aventura viven y sienten. Como las mutilaciones son muy recurrentes, la sensación de dolor y derrota se intensifica cuando el usuario trata de evitar ver sus órganos y miembros volar por toda la pantalla que queda salpicada de sangre. Dicho recurso gráfico se ve complementado por la historia, la cual se narra a continuación.

El planeta donde se desarrolla la aventura se llama *Sera*, y existe en el futuro, en esa época la humanidad ha tenido que buscar otros planetas para seguir

⁴ Castells. op cit. P. 168.

subsistiendo y *Sera* era el lugar ideal para instalarse por sus características similares a la Tierra. Debido a ello la invaden. En *Sera* también hacían falta fuentes de energía para mantener a las ciudades, pero la respuesta se encontró en el subsuelo. *Imulsion*, una sustancia dorada endémica del planeta resultó ser una excelente fuente de energía. No obstante, esto causó problemas entre los gobiernos asentados en *Sera*, y la guerra por el *Imulsion* entre humanos comenzó. Los humanos pelearon entre ellos, pero todo cambió en el “*día de la emergencia*” (*emergency day*), cuando un tercer enemigo brotó del subsuelo: los *Locust* que vivían bajo la superficie y que no permitirían que los humanos dañaran su hogar con la extracción del *Imulsion* atacaron vorazmente. Los humanos en guerra se unieron y optaron por destruir su civilización para evitar que cayera en manos enemigas, sólo unos cuantos humanos supervivientes, oficiales y soldados de la *Coalición de Gobiernos Ordenados (COG)* buscan rechazar a los *Locust*.

La historia de *Gears of war* comienza cuando *Markus Fenix*, soldado del COG, el protagonista humano durante toda la aventura, es rescatado por su colega *Dominic Santiago* de una prisión donde estaba condenado a 40 años por negligencia en una misión anterior. El COG, en estos momentos de emergencia necesita a todos los hombres posibles y *Marcus* recibe un indulto si decide pelear, sin más opción así lo hace y se encamina en una aventura por descubrir en los túneles secretos de los *Locust* la ubicación de sus ciudades y obtener las coordenadas exactas para lanzar un ataque devastador de misiles contra el enemigo.

Al mando de *Marcus Fenix*, el videojugador acompaña en unas ocho o diez horas al personaje principal a la par que va conociendo detalles relevantes en la historia y se va entrenando para la aventura. De este modo a la vez, se empapa del concepto de *Gears of war* y entiende el por qué de la lucha a muerte entre bandos. Las interpretaciones que muchos usuarios han hecho a esta historia en diferentes foros de discusión en la red son encontradas, ya que en este relato que presenta el videojuego resulta difícil ubicar quienes son los buenos y quiénes son los malos. Para muchos, los humanos representados por el COG están en su legítimo derecho de viajar por los planetas con tal de conseguir la subsistencia a cualquier

costo. Para otros, los *Locust* no tienen que pagar por los excesos energéticos en que han caído los humanos que han llegado a su planeta y amenazado su hogar. La polémica que trata de identificar quiénes son los malos y quiénes son los buenos hace que en el juego en línea siempre haya enfrentamientos, puesto que no importando el bando, se defienden los ideales y valores que transmite la historia.

Las historias, de gran trascendencia por sus temáticas donde se amenaza el mundo como es conocido, relatan el paso de un héroe en un epopeya o narran el origen de mundo. Dichas historias están llenas de valores y símbolos, por lo regular y a manera de ser más preciso, reciben el nombre de mitos.

Al respecto Mircea Eliade entiende los mitos como: “una <historia verdadera> y lo que es más, una historia de inapreciable valor, porque es sagrada, ejemplar y significativa”⁵. El paréntesis que se hace en <historia verdadera> es porque en cuanto al mito como relato racional, no es netamente verdadero, en el sentido de que no es algo empíricamente demostrable, por la ficción y elementos fantásticos que ahí aparecen. Sin embargo, en cuanto a su valor, calidad de sagrado, ejemplar y significativo, el mito es una historia por demás completa y edificante. Es ahí donde radica su verdadero valor, ya que a través de los personajes míticos es donde se da respuesta a las grandes preguntas de la humanidad.

Los valores transmitidos en la historia de *Gears of war* son narrados como un relato mítico, principalmente de tipo heroico y escatológico por hablar de una situación apocalíptica, pero como menciona Gadamer, las temáticas del mito trascienden épocas y siempre pueden ser ubicadas en referentes actuales:

“En cuanto que se trata de narraciones míticas, de leyendas orales y de los tiempos remotos, entra en juego un interés distinto por lo narrado, no sólo la ampliación del propio conocimiento del mundo, sino un interés <trascendental> que está por encima de todo lo experimentable. Es cierto que lo narrado es tratado siempre como algo que ha acontecido y, en esa medida, es algo pasado. Pero al mismo tiempo la referencia al presente y a

⁵ Mircea Eliade. Mito y Realidad. P. 6.

los oyentes del mensaje mítico tiene un carácter constitutivo. Esto es así en todas las historias de dioses y héroes”⁶

Ubicar la historia de *Gears of war* bajo un problema actual como es la falta de fuentes de energía y la lucha por la subsistencia se convierte en un concepto fácil de entender por parte de los usuarios, pues como menciona Cliffy B, uno de los programadores de *Gears of war*: “Es más fácil ir a la fantasía cuando se comienza en la realidad. Hacer las cosas familiares y después torcerlas”. Hay como puede verse aquí muchos valores comunes y posibilidad de identificación, gracias a que el mito es entendido por muchos usuarios en todo el mundo que pueden concurrir a la ficción que representa *Gears of war*.

El usuario de *Gears of war* al participar en las sesiones de juego en línea con otros usuarios tiene ya un panorama delimitado y moldeado culturalmente por el propio universo del juego. Dentro de este contexto fantástico es que se desarrollarán formas peculiares de comunicación, convivencia y organización, sólo falta ver en qué situación pueden ponerlos en práctica debido a las propias reglas del juego.

El juego y las reglas.

La comunidad de videojugadores de *Gears of war* se entera a través del relato mítico y está de acuerdo con lo que verá en pantalla, pero para darle una organización a lo que ahí sucede hace falta el elemento lúdico, concepto indisociable de los videojuegos.

El que los videojuegos sean ante todo juegos los hace muy aceptados, puesto que la necesidad del juego está afianzada en la sociedad desde tiempos ancestrales. Tampoco hay que decir que el juego es cosa de niños. Ya que muchas veces tras relacionar el juego con los niños, se trata de desvalorizar su papel y su trascendencia para el resto de los seres humanos al calificarlo, de algo que no es serio, siendo que los juegos en adultos son practicados con el mismo ahínco que tienen los infantes. Se puede decir que el juego más que pertenecer a los niños y la actividad física, es un aspecto de la cultura.

⁶ Hans, G. Gadamer. Mito y razón. P. 25.

Para Huizinga, la práctica ritual es un símil con el juego, pues el rito está relacionado con un ambiente de reglas, con maneras de realizar los actos en espacios físicos y con un trasfondo espiritual muy presente. Bajo esta perspectiva:

“Cada juego tiene sus reglas propias. Determina lo que ha de valer dentro del mundo provisional que ha destacado. Las reglas del juego, de cada juego, son obligatorias y no permiten duda alguna (...) En cuanto se traspasan las reglas se deshace el mundo del juego. Se acabó el juego. El silbato del arbitro deshace el encanto y pone en marcha, por un momento, el mundo habitual”⁷

El creer en el juego implica participar en sus reglas, pues es la guía que lleva por buen camino el desarrollo del juego, para que no pierda su carácter y se anule. El relato mítico es una guía para entrenarse en las reglas que se seguirán en los enfrentamientos en línea. Ahora bien, estas reglas pueden ser de lo más diversas, dependiendo del juego. Lo que les da carácter de universalidad es que seguirlas es una condición para poder jugar.

Una vez que *Gears of war* construye un universo simbólico para que se desarrolle la acción, como en todo videojuego, viene una parte muy importante si no es que la más, el sistema de juego, basado en las reglas que han de seguir los usuarios. *Gears of war* tiene en la modalidad multijugador la regla de disputarse partidas de cuatro usuarios contra cuatro usuarios, cada uno controlando a un bando del conflicto: los humanos del COG o los *Locust*, ambos tienen sus justas razones para pelear. Las peleas son en arenas tomadas directamente de las locaciones del juego en su modalidad de historia, como un enfrentamiento entre tantos que se han dado en ese universo simbólico. La importancia de los escenarios es tal, porque gracias a ellos se crea un campo de batalla.

La regla básica para ganar en *Gears of war* es neutralizar al enemigo con armas letales y evitar ser neutralizado dejando al menos un sobreviviente de cada grupo. Este esquema de juego obliga a los integrantes de un equipo a cooperar para conseguir un beneficio común, pues si bien es cierto que el desempeño personal hace que los jugadores suban en el ranking mundial de acuerdo a sus acciones en

⁷ Johan Huizinga. *Homo Ludens*. P. 25.

las partidas, la mejor manera de obtener el éxito es ayudando al equipo a salir adelante.

Recurrir a la eliminación mutua en los videojuegos en línea es sólo un reflejo del duelo, una de las formas ancestrales de ritual y una forma de dirimir conflictos. Un duelo o enfrentamiento colectivo es una cuestión que pareciera complicada porque se deben de coordinar bien los equipos. Lo interesante del asunto es que los equipos no son formados por individuos que se conocen. En la realidad, ni siquiera suelen hablar el mismo idioma; los equipos se forman al azar, por lo que la necesidad de un bien colectivo y la emergencia de la situación son los que los obligan a cooperar para salir adelante.

De esta manera es como funciona la inteligencia de enjambre en Gears of war. Combina por un lado los elementos de una narrativa bien desarrollada para la plena identificación de los usuarios con todo el concepto, armas, escenarios y personajes; y por otro lado, el desarrollo de un sistema de juego donde se fomenta la participación colectiva a través de enfrentamientos de cuatro contra cuatro en situaciones emergentes.

Así siempre hay alguien con quién jugar y además cada vez se desarrollan más estrategias y tácticas que requieren de una modificación constante de los patrones de juego, las formas de comunicación y sistema de valores, a fin de seguir reinventándose. Dichos avances seguirán utilizándose en diferentes videojuegos de la industria, que sin duda retomará lo mejor del este juego para atraer a más usuarios para pasar horas frente a la pantalla en este entretenimiento interactivo.

¿Qué se puede aprender de este análisis de caso para la educación?

El que existan millones de usuarios de *Xbox Live* que en conjunto han sumado 332,000 años de juego (horas hombre) desde su aparición en 2002 hasta la fecha, hace posibles, muchas lecturas. La primera es que los videojuegos y el juego en línea poco a poco se vuelven parte de la vida cotidiana, como mecanismos de transmisión de cultura y valores, así como otros medios de convivencia social que también pueden aprovecharse para muchas otras finalidades.

El estudio del desarrollo de las comunidades de videojugadores y la manera en cómo operan para resolver problemas comunes, es una materia fundamental para los propios desarrolladores de videojuegos, y la base para hacer experiencias de juegos más excitantes y trascendentales.

Pero fuera del ámbito de los videojuegos: ¿qué se puede aprender a partir de lo expuesto para construir nuevos proyectos que saquen mayor partido de la inteligencia colectiva?

El videojuego atrae a una gran audiencia hacia un proyecto y promueve su participación como colectivo, (a fin de cuentas horas de juego). Y como se ha visto funciona por dos cosas:

- Porque tiene una temática interesante.
- Porque es un juego.

Grandes proyectos en red de inteligencia colectiva, como la *Wikipedia*, han funcionado gracias a la autoorganización y participación de los usuarios ante las temáticas. Los contenidos de la misma pueden ser alimentados y corregidos por la misma comunidad, la cual va escogiendo los temas que deben ser subidos a estos espacios, si hay excesos o gente que daña esos contenidos la misma comunidad lo administra para que esto no ocurra.

En la *Wikipedia*, se pueden consultar contenidos que interesan a las nuevas generaciones como el anime, los comics, manga, dibujos animados y videojuegos. Los artículos sobre estas temáticas llegan a ser muy extensos y la corroboración de datos ha sido muy dedicada.

Es cierto que aún existe el miedo justificado por citar a la *Wikipedia* como fuente de información, pero al menos, muchos investigadores comienzan sus estudios partiendo de los datos que esta enciclopedia en línea, hecha por todos a manera de inteligencia colectiva, y después complementan con otras fuentes, pero al menos es una guía entre un mar de información.

Otro caso similar de inteligencia colectiva en la red es el de *You Tube* donde la propia comunidad de usuarios ha creado una inteligencia colectiva en muchos sentidos, ya que este sitio en Internet se creó sólo con el afán de permitir a los usuarios subir videos. De esta manera se ha creado una gran base de datos

audiovisual accesible para todo el mundo donde se pueden revisar programas antiguos de televisión, consultar noticias, revisar archivos documentales, anuncios comerciales, discursos completos, conferencias, etc. Aunque también se suben contenidos basura que por ocio y entretenimiento consumen varias horas hombre. Los usuarios han encontrado en *You Tube* las herramientas necesarias para crear comunidades donde se dan soluciones a diversos problemas como estrategias para salir adelante en los videojuegos, recuperar spots de televisión (como los de las campañas electorales, si es que se quieren analizar), hacer *posts* de videos para discutir un tema o ventilar cosas a través de él como peleas afuera de las escuelas, o acabar con la privacidad de alguien. El rumbo que toman los usos de la tecnología lo determinan los usuarios.

El esquema de *You Tube* ha ofrecido copiar la tecnología para que gracias a los teléfonos celulares que ahora traen cámara, algunos noticieros se valgan de estas tecnologías para tener reporteros en cualquier lugar y en cualquier momento y fungir como un gran ojo que está al tanto de todo.

La inteligencia colectiva permite que estos proyectos sirvan de manera adecuada con los intereses como punto de partida, pero, ¿qué hay del juego?

Un giro que están tomando las industrias desarrolladoras de videojuegos es hacer juegos ocasionales para un público que quieren cautivar con mecánicas sencillas y que además sirvan para la educación, proyectos llamados *Edutainment*.

Es así que en consolas como el *Wii* o el *Nintendo DS*, gracias a sus interfaces particulares, han desarrollado juegos como *Big Brain Academy* o *Brain Age* (éste último es un videojuego para ejercitar la mente con ejercicios prácticos que permite poner a trabajar el cerebro como si fuera un músculo del cuerpo). Los ejercicios más comunes de este tipo de videojuegos son la resolución de problemas matemáticos (sumas, restas, multiplicaciones y divisiones) contra reloj o contra otros usuarios. A partir de estos juegos la comunidad va creciendo en sus habilidades y se orienta para conseguir mejores resultados y mayores destrezas, a pesar de que el envejecimiento del cerebro sigue siendo el enemigo común a vencer.

Con estas estrategias de jugabilizar los problemas cotidianos, cada vez más *software* con diferentes propósitos sale al mercado por parte de las empresas desarrolladoras de entretenimiento. Como *Cooking mama* que es un juego de cocina para superar retos y aprender a preparar los alimentos, *Guitar Hero*, para empezar a tocar una guitarra y que ha sido poderosamente exitoso; ni que decir de *Rock Band* donde además se canta y toca la batería, *Dance Dance Revolution* para bailar y perder peso, o *Wii Fit* para hacer acondicionamiento físico y yoga a través de la interfaz de un videojuego. También se han diseñado cursos de idiomas para el *Nintendo DS*, e incluso cursos para dejar de fumar. Lo único que le falta a todas estas propuestas de software educativo es dar el siguiente paso y crear una comunidad en línea para enriquecer aún más la experiencia.

Para concluir, hay que tomar en cuenta que el juego y el mito son elementos que se combinan bien para convocar a los usuarios y formar una gran inteligencia colectiva que participa en videojuegos *online*; el reto de aquí en adelante es tratar de canalizar a esa inteligencia colectiva para cumplir muchos propósitos sociales que pueden tener salida a través de estos espacios virtuales. Uno de los problemas más evidentes está en el salón de clases, ya que es difícil atraer la atención de los alumnos y motivarlos a participar, pues están acostumbrados a aprender de manera audiovisual y con nuevas tecnologías. No sería del todo descabellado jugabilizar la educación para motivarlos a enfrentar problemas de manera colectiva, fomentando el trabajo en equipo y motivando la superación personal, incluso fuera del salón de clases.

Los videojuegos lo han podido lograr y tienen altas ventas, las redes sociales siguen creciendo y son una excelente herramienta para la movilización social. ¿No es turno de hacer lo mismo en educación? Construir una gran comunidad de aprendizaje que a manera de mundo virtual convoque a usuarios con el objetivo de entretenerse y aprender a través de un relato interactivo, y con la ayuda de toda la comunidad crear una inteligencia colectiva para no castigar la falta de conocimiento, más bien, aprender de los errores y las experiencias enriquecedoras de los demás. Habría que intentarlo.

Bibliografía.

Amador, Bech. Julio (2004). *Las raíces mitológicas del imaginario político*. México, Porrúa.

Becker, Udo. *Enciclopedia de los símbolos*. España, Océano, 2001.

Campbell, Joseph. (1959). *El héroe de las mil caras*. México, FCE.

Caillois, Roger. *El mito y el hombre*. México, FCE, 1988.

Castells, Manuel (2003). *La Galaxia Internet*. Barcelona, De Bolsillo.

Cazeneuve, Jean. *Sociología del rito*. Argentina, Amorrortu, 1976.

Demaría, Rusel (2003). *High Score: La historia ilustrada de los videojuegos*. España, Mc Graw Hill.

Duvignaud, Jean (1997). *El juego del juego*. Colombia, FCE.

Eliade, Mircea (1992). *Mito y Realidad*. España. Labor.

Gadamer, Hans G (1997). *Mito y razón*. España, Paidós.

Huizinga, Johan (2000). *Homo ludens*. España, Alianza - Emece.

Jung, C. G. *El hombre y sus símbolos*. España, Caralt, 2002.

Molina y Vedia Silvia. (2008). *Silenciamiento y sistemas emergentes autoorganizados*. México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Johnson, Steven (2003). *Sistemas emergentes*. España, Turner – FCE.

Negroponte, Nicholas (1996). *Ser Digital*. México, Ed. Océano.

Saltzman, Marc (2001). *Cómo diseñar videojuegos, los secretos de los expertos*. España, Ed. Norma.

William, Jean Francois (2002). *William's almanac. Everything you ever wanted to know about videogames*. Canadá, Ed. IQ Guides.

Curriculum

José Ángel Garfías Frías es Licenciado en Ciencias de la comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, donde obtuvo mención honorífica por su tesis *Análisis Narratológico de Castlevania. Para la obtención de un modelo argumental en videojuegos*. Es Maestro en Comunicación por parte del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales en la misma institución donde con la tesis *Mitologías para el consumo global de videojuegos. Análisis de Zelda, Halo y Metal Gear* obtuvo mención honorífica. Es profesor de las asignaturas: Publicidad, Marco jurídico de la publicidad, Tecnologías para la producción audiovisual, y seminario de titulación a nivel licenciatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Profesor de Nuevas tecnologías, Cibernética y Tecnocultura en la Maestría en alta dirección en comunicación de Centro Universitario de Comunicación. Profesor de Política, antropología y ciencias emergentes en la Universidad del Claustro de Sor Juana, También colabora como investigador en los proyectos: *Industrias culturales en México y Migraciones como conglomerado de sistemas emergentes autoorganizados*. Actualmente es candidato al grado de doctor en Ciencias Políticas y Sociales con su proyecto *El ritual del videojuego en línea. Una estrategia para la reproducción de la industria del entretenimiento*.