



Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario
Biblioteca Oscar Garat
Facultad De Ciencias De La Comunicación

**LECTURA DEL VIDEOJUEGO “LOS SIMS” COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.
Análisis de las ideas de trabajo, consumo y progreso en las representaciones de la
interfaz y la dinámica**

Emanuel Ontivero

Matías Abalos

Ariel Acuña

Cita sugerida del Trabajo Final:

Ontivero, Emanuel; Abalos, Matías; Acuña, Ariel. (2021). “Lectura del videojuego “Los Sims” como medio de comunicación. Análisis de las ideas de trabajo, consumo y progreso en las representaciones de la interfaz y la dinámica”. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

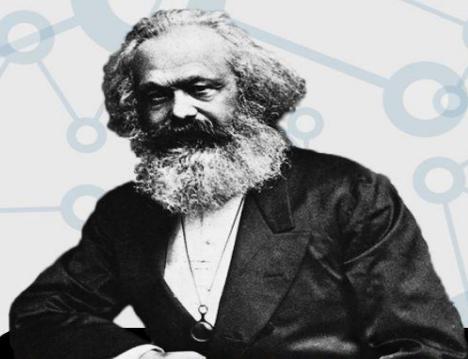
Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



LECTURA DEL VIDEOJUEGO "LOS SIMS" COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.

Análisis de las ideas de trabajo, consumo y progreso en las representaciones de la interfaz y la dinámica de jugabilidad.



Emanuel Ontivero
Matías Abalos
Ariel Acuña



UNC

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

LECTURA DEL VIDEOJUEGO LOS SIMS COMO MEDIO DE COMUNIACION

Análisis de las ideas de trabajo, consumo y progreso en las representaciones de la interfaz y la
dinámica de jugabilidad

Alumnos:

Emanuel Ontivero 38161370

Matías Abalos 38646819

Ariel Acuña 35525514

Directora:

Mgter. Maria Soledad Roque Ferrero

Córdoba Marzo 2021

Agradecemos a:

En primer lugar, queremos agradecer a nuestras familias, por apoyarnos durante todos estos años de carrera, con sacrificio y las palabras necesarias para no bajar los brazos cuando las cosas se hacían difíciles. Por sus enseñanzas que nos llevaron a adquirir la templanza y la determinación para afrontar los desafíos que se fueron presentando en nuestras vidas durante un periodo tan importante como la formación académica y personal de cada uno.

También queremos agradecer a la Facultad de Ciencias de la Comunicación que durante estos años nos brindó los recursos y las herramientas necesarias para la formación personal y académica de cada uno de nosotros. A los profesores que fueron parte de cada proceso de aprendizaje y a nuestros muchos compañeros que conocimos en este recorrido institucional.

Por último, queremos hacer un agradecimiento especial a nuestra tutora Mgter. M. Soledad Roqué Ferrero, quien aceptó con mucha pasión el desafío de acompañarnos en esta última etapa de nuestra carrera, brindándonos mediante sus conocimientos y apoyo en todas las etapas que significó este proyecto.

Muchas gracias a todos.

Emanuel, Matías y Ariel

ABSTRACT

El presente Trabajo Final de Grado tiene como objetivo caracterizar las representaciones mediáticas de trabajo, consumo y progreso asociadas al videojuego Los Sims (Will Wright, 2000) a través de un análisis de la interfaz y de las dinámicas de simulación que propone. Partiendo desde la perspectiva de la Escuela de Estudios Culturales, desde la definición de ideología, cultura y proceso comunicacional que aporta Stuart Hall (1977) y valiéndonos del concepto de medios tecnológicos de Jesús Martín Barbero (2002) concebimos a los videojuegos como medios de comunicación. Determinar esta plataforma como medio de comunicación nos brindó las herramientas teóricas para describir a los videojuegos como aparatos ideológicos del Estado, en el sentido en que lo plantea Althusser (1970).

Siguiendo a Oliver Pérez Latorre (2010) comprendemos que: “La forma en la que, desde niños, construimos universos de valores y damos sentido a nuestras vidas está unida a los medios y las obras de la cultura de masas” (p.10). Por ello, consideramos que el videojuego más vendido en la historia y pionero de los juegos de simulación social, según Gonzalo Frasca, necesita ser considerado y seleccionado como objeto de estudio.

No es la intención del presente trabajo desarrollar un estudio etnográfico sobre el videojuego Los Sims, sino más bien, analizar la lógica cultural que los videojuegos inscriben y desatan. De esta manera, nos detenemos en cómo los juegos de video crean un espacio y definen un tipo de práctica que lleva al jugador a crear mundos posibles, bajo la premisa de que “al jugar con los videojuegos se hipotetiza el mundo actual” (Daniel Muriel, 2019 p.29). Dado que este juego es de *Simulación Social*, la clave radicaría en entender que la ideología que los juegos establecen, tienen una dimensión particularmente resemantizadora. El hecho de jugar es funcional a la estructuración de la cultura, pero resulta igualmente fundamental para la comprensión de los mecanismos de poder, los que ahora se simulan. Por ello, percibimos a los videojuegos como medios de comunicación, siguiendo los conceptos de Stuart Hall, Martín Barbero, Thompson y Prieto.

Las principales fuentes teóricas que utilizamos fueron aportadas por la Sociología, Semiótica Cultural, teorías de la comunicación, la Ludología, y la Filosofía. Entre ellos,

focalizamos en la visión del estructuralismo de Althusser y de la Escuela de Estudios Culturales junto con referentes metodológicos de videojuegos como Aarseth.

Entonces, entendiendo que los videojuegos son medios de comunicación y que estos son aparatos ideológicos del Estado, utilizamos como herramienta de investigación el esquema metodológico propuesto por Aarseth que identifica dos formas posibles de análisis del videojuego: *Playing* y *Non-Playing*, ambas formas fueron utilizadas en este trabajo de investigación. La primera aborda una experiencia del juego en primera persona, y la segunda habilita su lectura desde una serie de recursos que están relacionados con el conocimiento previo del género y el análisis de ciertos patrones del juego ya sea desde sus recursos, dinámicas y mecánicas de jugabilidad (metas, estrategias, etc.) así como una aproximación al análisis de la interfaz, de acuerdo al autor Aarseth, en cuanto a contenido, mensaje, estructura, elementos visuales, etc.

El análisis del contenido de los videojuegos ha sido habitualmente abordado desde la metodología cualitativa (Bogost, 2007; Frasca, 2001a; Juul, 2001; Sicart, 2009; entre otros). Se consideró que este tipo de acercamiento era el más efectivo para los objetivos propuestos en el corpus teórico de este trabajo final. Realizamos un análisis de la interfaz basándonos en lo propuesto por Aarseth, tomando a este videojuego como medio de comunicación y analizamos las diversas facetas que nos ofrece. A continuación, será descrito el diseño de investigación.

En una primera instancia, se realizó una caracterización de la interfaz del videojuego Los Sims (*No-Playing*) a través de un análisis multimodal, basado en un mapa descriptivo. Este modelo está encuadrado en los estudios multimodales propuestos por Aarseth.

En una segunda instancia, hicimos una descripción de las representaciones de trabajo, consumo y progreso en las dinámicas de jugabilidad. Para ello, partimos de la experiencia en primera persona (*Playing*) y utilizamos una hoja de observación que nos permitió dar cuenta de caracterizaciones asociadas a estas dinámicas.

En una tercera instancia, realizamos una observación de las sesiones de jugadores conocidos como youtubers, y mediante una hoja de observación, analizamos los objetivos de jugabilidad que inciden en las decisiones de juego de los diferentes *gamers*.

De esta manera, considerando que los videojuegos son un medio de comunicación y teniendo en cuenta todas las etapas de investigación descritas anteriormente, concluimos finalmente que las representaciones mediáticas de los conceptos de trabajo, consumo y progreso en las dinámicas de jugabilidad y en la interfaz del videojuego establecen y reproducen la ideología y el estilo de vida neoliberal.

Índice

I.Introducción.....	08
Antecedentes.....	11
Perspectiva comunicacional.....	13
Problema.....	15
II.Objetivos.....	16
General y Específico.....	16
III.Marco Conceptual.....	17
Juego y Videojuego	17
¿Qué es un videojuego?.....	19
Avanzando hacia una definición de los videojuegos como Medios de Comunicación	20
Aproximaciones a los conceptos de cultura, procesos comunicativos e ideología.....	21
La teoría de Althusser y los aparatos ideológicos del Estado.....	25
Las representaciones mediáticas.....	28
Videojuegos de representación	31
Videojuego de simulación social	32
Trabajo, Consumo y Progreso como ideología	32
Los Modelos Culturales	36
Autores de los Videojuegos: Diseñadores.....	37
IV.Marco Categorial.....	38
Características de la Interfaz	39
Características de las dinámicas de jugabilidad.....	43
Objetivos de jugabilidad.....	45
V.Marco Metodológico.....	47
Perspectiva de Abordaje.....	47

Diseño de Investigación	48
VI.Análisis o Resultados.....	53
Análisis No Playing- Descripción de la interfaz	53
Análisis Playing en primera persona	65
Análisis No Playing en segunda persona.....	85
VII.Interpretaciones y Conclusiones	100
Interpretaciones y Conclusiones	100
VIII.Bibliografía.....	112
Bibliografía.....	112
IX.Anexos.....	116
Anexo 1: Mapa descriptivo, análisis de la Interfaz.....	116
Anexo 2: Creación de personaje.....	118
Anexo 3: Modos de Juego.....	119
Anexo 4: Cuadro de Habilidades.....,	121
Anexo 5: Cuadro de Profesiones.....	123
Anexo 6: Profesiones de la familia –“Chumasero”.....	126
Anexo 7: Video de Youtubers.....	128

Introducción

La presente investigación comenzó en marzo de 2019 y finalizó en marzo de 2021, con Los Sims como principal objeto de estudio, haciendo énfasis en su interfaz y en las dinámicas de jugabilidad del mismo.

Los videojuegos están a un paso de convertirse en una de las mayores industrias culturales por delante de los libros, el cine o la música de acuerdo a Albert García. La clave de los mismos radica en que gracias al uso de los celulares cualquier persona de cualquier edad puede tener acceso a un videojuego. Se calcula, según datos de la consultora Newzoo en 2019, que 2.500 millones de personas disfrutan actualmente de esta afición, lo que equivale a un tercio de la población mundial.

Es por ello que consideramos a los videojuegos como un objeto de estudio emergente y en pleno proceso de construcción. De acuerdo a David Cuenca el videojuego es parte de las nuevas tecnologías, su arquitectura interna relaciona características de distintos artefactos de comunicación dentro de un solo soporte. Ofreciendo al usuario una experiencia enriquecedora que consta en la apropiación de los nuevos mecanismos electrónicos y de las aplicaciones digitales. El interés aumenta debido a que sus interfaces se convierten en espacios donde los jugadores pueden actuar, incidir y tomar el control de lo que sucede en pantalla hasta determinado punto. Por tanto, y en cuanto a los objetos culturales emergentes, su abordaje demanda la apertura y articulación de diversos campos de estudio de tal modo que sea plausible comprender su impacto en el interior de las sociedades.

Tomar a Los Sims, padre fundador del juego de simulación social y uno de los más vendidos en la historia, como objeto de estudio de un Trabajo Final de Licenciatura en Comunicación Social no es casual. El juego nos ofrece todo un andamiaje teórico atractivo para analizar, donde podemos aplicar las diversas perspectivas que dialogan y debaten sobre los juegos de video.

En enero del 2000, en Estados Unidos, se lanzó el juego que se caracterizó por un sistema subjetivo y abierto que atrajo a jugadores de todos los sexos y edades. Les ofrecía la libertad de fijar sus propios objetivos y elegir el destino de sus personajes (denominados sims), además de convertir a este título en el pionero de un nuevo tipo de género de videojuego: la simulación social.

En los últimos años, los videojuegos se han presentado de una forma creciente como un fenómeno social y económico importante, incluso fundamental para entender estos tiempos. Son un fenómeno social porque han desarrollado una trama que los une de manera inseparable a diferentes grupos de la sociedad. Un fenómeno económico, también, porque han crecido como elemento de gran importancia comercial al punto de llegar a ser considerados, por muchas fuentes, como una industria más grande que la del cine. Cabe destacar que Los Sims se trató de un videojuego de vanguardia en su momento ya que lo fundamental para Will Wright (su inventor) era la creación de un juego que simula la vida, que pudiera demostrar que la vida humana, la de la gente corriente, podía ser imitada.

Como afirma Sicart (2009) “Los Sims es el juego más famoso en el mundo académico contemporáneo” (p. 22). Si hay un videojuego que ha suscitado numerosos debates y estudios próximos al enfoque del análisis es el célebre simulador social de Will Wright.

Por lo que, desde la perspectiva de este abordaje, buscamos demostrar que Los Sims constituye algo más que un simple videojuego de ocio y entretenimiento, que detrás de esa casa de muñecas creada en el 2000 puede haber un mensaje implícito. Es posible advertir, dentro de la dinámica de jugabilidad y la interfaz del videojuego Los Sims y según estudios previos (Sicart, 2008; Frasca, 2009 et. alt.), un discurso sobre la vida cotidiana marcado por cierta idealización del consumismo, o más bien, por cierta naturalización del consumo, producto de la ideología neoliberal.

Gombrich consideraba que no existe el juego inocente en términos expresivos, por ello, debemos tener en cuenta el potencial comunicativo de los videojuegos. Debido a esto, el objetivo del presente trabajo es describir cómo se representan las ideas de consumo, trabajo y progreso en la interfaz y en las dinámicas de jugabilidad del videojuego Los Sims.

Partiendo de la mirada de la Escuela de Estudios Culturales, nos preguntamos ¿los videojuegos son medios de comunicación? entendemos que los medios de comunicación son actores fundamentales en la vida de las sociedades contemporáneas. A través de los asuntos que tratan, el lenguaje y los formatos que utilizan, transmiten a la vez que recrean, representaciones, valores, intereses y saberes compartidos por la comunidad en la que se desempeñan. Entonces, para

describir las representaciones mediáticas de la interfaz y la dinámica de la jugabilidad es necesario un proceso de investigación.

Los juegos de video han sido abordados de manera internacional dentro del ámbito de la comunicación por algunos reconocidos investigadores como por ejemplo Levis. Expertos en tecnologías de la Información y la comunicación, quienes consideran a esta tecnología interactiva como un medio de comunicación debido, principalmente, a que se trata de un producto o dispositivo cultural capaz de corresponder a un determinado contexto, sociedad y a determinados fines. Johan Huizinga (1938) lo advirtió antes que nadie: “todo juego significa algo” (p. 32). Es por ello que para nosotros es menester detenernos en problematizar sobre las principales representaciones que se desprenden de esta “casa de muñecas”.

Por lo tanto, tomando como perspectiva de abordaje la teoría de las representaciones mediáticas propuestas por Stuart Hall, se entiende a las representaciones como una forma de sonidos, palabras escritas, imágenes producidas electrónicamente, notas musicales u objetos que se desprenden de los medios de comunicación. De manera que nos proponemos analizar el significado de las ideas de trabajo, consumo y progreso reproducidas en Los Sims. Con el objetivo de verificar si el videojuego representa, a través de los elementos ya antes mencionados, la ideología neoliberal.

Antecedentes

A continuación, presentaremos algunas investigaciones precedentes a fin de enfocar el estudio y el estado del arte en la temática.

Las primeras publicaciones sobre videojuegos no abordaron al mismo como objeto cultural, sino que fueron simples guías para aficionados, llenas de recomendaciones sobre cómo ganar y manuales para el diseño de juegos electrónicos. Los primeros trabajos teóricos sobre el videojuego se trataron, fundamentalmente, de estudios sobre los efectos que podía provocar esta nueva forma de entretenimiento, sobre todo en los niños. Recién en los años noventa empezaron a surgir estudios sobre el videojuego como medio de significación, considerándolo como un fenómeno cultural digno de atención. Allí, se comenzó a indagar sobre el potencial comunicativo de este nuevo medio de comunicación. Provenzo E. (1991) en su libro *Video Kids: Making Sense of Nintendo* decía: “Los videojuegos representan construcciones sociales y simbólicas muy específicas. En efecto, estos videojuegos devienen poderosas máquinas pedagógicas, instrumentos de transmisión cultural” (p.75).

Otro antecedente relacionado a esta temática es el ensayo *Refutación de Kurt Cobain* del 2003 de Miguel Sicart, quien deja al desnudo que los videojuegos, y en especial Los Sims, tienen un fuerte poder ideológico. El autor relata una experiencia de juego en la cual intentó una reconstrucción del personaje de Kurt Cobain y su mujer, Courtney Love. Jugando, dentro del marco de los Sims, a ser Cobain. Sicart comentaba en su estudio, a la hora de reconstruir el personaje que: “Mi avatar se pasaba los días tocando la guitarra, tomando alcohol y mirando la televisión tumbado en la cama, sus relaciones sociales eran muy escasas y su matrimonio un fraude, gastaba dinero en cosas inútiles que luego iba dejando abandonadas por la casa” (p.). En sus conclusiones, Sicart consideraba que no se puede jugar a Los Sims de cualquier manera, ya que el mismo presenta una ideología prescrita: “Está enmarcado en el postcapitalismo, es decir, en los Sims para enamorarte tienes que tener un montón de cosas: trabajo, sueldo, montar para pedir la mano, por ejemplo, tienes que ser dueño de tus propios inmuebles” (p. 33).

Incorporamos como antecedente, también, a la Tesis Doctoral de Oliver Perez Latorre, quien realiza un meta-análisis del videojuego Los Sims. Esta investigación busca indagar al videojuego desde dos fundamentos teóricos: El mundo Narrativo y desde La Enunciación

Interactiva, entendida como una perspectiva del discurso del videojuego. De este trabajo retomamos la concepción del videojuego como un juego de simulación social, que en su dinámica de jugabilidad y en sus representaciones de interfaz: "contiene una narrativa y una estética que determina un tipo de ideología relacionada a la sociedad de consumo del modo de producción capitalista" (Pérez, 2010: 60).

Por otra parte, la investigación realizada por Enrique Morales Corral *La nueva cultura multimedia en la era digital* nos otorga un marco conceptual basado en la Escuela de Estudios Culturales, donde se engloba al videojuego como un medio de comunicación: "El resultado de este estudio sitúa al videojuego como un importante sector cultural" (Morales, 2014: 9).

Otro estudio previo que hemos tomado para el desarrollo de este trabajo es el realizado por Miguel Sicart para la Universidad de Copenhague en el año 2003: *Valores Familiares: Ideología, Juegos De Computadora y Sims*. En esta investigación se analizan cuestiones ideológicas relacionadas con la simulación de sistemas sociales en el juego, proponiendo una interpretación de éste como un videojuego ideológico. Se describe a Los Sims como "una simulación de un conjunto específico de valores ligados a una cultura capitalista" (Sicart, 2003: 72). En esta dirección, los juegos de ordenador para el autor tienden a ser consecuentes con el discurso ideológico que apoya a las corporaciones que los desarrollan. Según este supuesto, la ideología en los juegos de computadora es estructural y se proyecta a través de sus reglas y jugabilidad. Por lo tanto, desde esta aproximación se puede determinar que la ideología está por debajo de la trama de un juego, se encuentra en la relación establecida con su usuario de acuerdo con lo que se le permite hacer y por qué. El estudio de Sicart concluye que Los Sims pueden ser entendidos como una simulación de la ideología de sociedades capitalistas tardías, no porque sea un simulador social de estas sociedades sino por lo que se nos permite hacer como jugadores. Es decir, porque está ideológicamente guiado. Por lo tanto, el aporte de esta investigación fue crucial para definir el basamento de nuestro estudio en la noción de ideología propuesta por Althusser y, además, para tomar algunas miradas sobre las concepciones de la jugabilidad del juego. Lecturas que hace el autor sobre el mismo, desde la perspectiva de las ideologías en las sociedades capitalistas y cómo éstas incorporan discursos pertenecientes al modo de producción, y en particular, dentro del juego.

Perspectiva comunicacional

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo caracterizar las representaciones mediáticas ligadas a las ideas de trabajo, consumo, progreso sugeridas por las representaciones de la interfaz y las dinámicas de jugabilidad de Los Sims, que pueden leerse asociadas con la ideología y el estilo de vida neoliberal.

Para ello, tomaremos como perspectiva comunicacional la mirada de los Estudios Culturales británicos que nacen a mediados de los '50 y a principios de los '60 en Inglaterra. El interés de los *Cultural Studies* se centra sobre todo en analizar una forma específica de proceso social correspondiente a la atribución de sentido de la realidad y al desarrollo de una cultura. En los términos de dicha tendencia y parafraseando a Mauro Wolf, la cultura atraviesa todo tipo de práctica social y es la suma de sus interrelaciones,

Los Estudios Culturales, en sus inicios, aspiran a comprender y explicar la articulación entre la clase social y la práctica cultural con una mirada que trascienda lo socioeconómico. Tienden a especializarse en dos aplicaciones; los trabajos sobre la *Producción de los Media*, en cuanto sistema complejo de prácticas determinantes para la elaboración de la cultura y de la imagen de la realidad social, y los estudios sobre el *Consumo de la Comunicación* masiva como lugar de negociación entre prácticas comunicativas extremadamente diferenciadas.

Stuart Hall ha sido una de las figuras principales en el desarrollo de los Estudios Culturales. Autor del que nos valdremos para conceptualizar cultura, proceso comunicativo e ideológica. También, tendremos en consideración lo expuesto por Jesús Martín-Barbero sobre tecnología. Teniendo en cuenta lo expuesto por ambos autores se puede definir a los videojuegos como medios tecnológicos, como objetos culturales transmisores de un tipo de ideología y como medios de comunicación transmisor de un tipo de ideología.

La mirada de Hall sobre cultura nos permite establecer distintos mapas de significados para vincular un tipo de ideología con un tipo de objeto cultural, así como conceptualizar al videojuego como productor de ideología. A su vez, se utiliza esta noción de ideología para describir el papel

de los medios de comunicación en su difusión y de las formas ideológicas a la hora de mediar en la manera en la que los humanos experimentamos el mundo.

Siguiendo con la línea de abordaje de la Escuela de los Estudios Culturales y el autor Jesús Martín-Barbero, utilizamos el concepto de tecnología como transmisora de cultura. Lo que nos permite re-articular las relaciones entre comunicación y cultura, y pasar al primer plano la noción de tecnología que era excluida del mundo de lo cultural por ser considerada como algo meramente instrumental.

Desde esta perspectiva concebimos a los videojuegos como medios de comunicación y, continuando con las nociones de Stuart Hall, abordamos a las representaciones mediáticas bajo la forma de “sonidos, palabras escritas, imágenes producidas electrónicamente, notas musicales u objetos que se desprenden de los medios de comunicación” (p.62). La teoría de las representaciones mediáticas se presenta, de este modo, como un punto de partida desde donde es posible entender la responsabilidad de los medios, en tanto, se reconoce la centralidad del proceso comunicativo.

Consideramos importante estas definiciones para identificar las representaciones mediáticas ligadas a las ideas de trabajo, consumo, progreso sugeridos por las representaciones de la interfaz y las dinámicas de jugabilidad de Los Sims.

Finalmente, para articular el análisis de las representaciones mediáticas de los videojuegos entendidos como medios de comunicación con la noción de ideología, retomamos, en estrecha relación con los estudios de Stuart, el planteo del filósofo marxista Luis Althusser y su concepción de los Aparatos Ideológicos del Estado publicada en el libro *Ideología y aparatos ideológicos de estado. Notas para una investigación* en el año 1969. Nuestro interés por la noción de Althusser radica principalmente en la forma de abordar el problema de la ideología.

Problema

¿Cómo se reproducen las ideas de consumo, trabajo y progreso en las representaciones de la interfaz y las dinámicas de simulación del videojuego Los Sims?

Tal como explicamos en la introducción, los videojuegos han sido un objeto poco considerado dentro del campo de la comunicación. Muchas veces han sido poco estudiados y otras veces, estereotipados. Con este trabajo se busca realizar un aporte, un avance, desde una perspectiva que permita dar cuenta de los juegos desde el campo de la comunicación social.

El propósito general es caracterizar las representaciones sugeridas por Los Sims en las dinámicas de jugabilidad y en su estructura de interfaz. Por lo tanto, este estudio analiza el ideal de trabajo, consumo y progreso que el juego materializa y pueden leerse como una forma de proceder asociada a un tipo de ideología neoliberal, a través de determinadas actitudes estereotipadas, rutinas de consumo y comportamientos de los personajes que usualmente se presentan en Los Sims.

Las siguientes preguntas no solo guiarán nuestro marco conceptual de trabajo, sino que, también, funcionarán como disparadores conceptuales: ¿los videojuegos son medios de comunicación? ¿cuáles son las ideas que el juego de Los Sims pretende sugerir a partir de la dinámica de jugabilidad propuesta? ¿cómo se caracterizan estas representaciones en la interfaz del videojuego?

Con estas interrogantes podremos entender que los videojuegos serían, entonces, un medio de comunicación construido con un lenguaje icónico, verbal y sonoro. Ordenados de forma sistemática para que una comunidad los comprenda y los tome como posibilidades para intercambiar sentidos, ya que están basados en códigos que los grupos tienen en común. Por lo que en nuestra investigación es de vital importancia el campo de la comunicación y una especial vigencia, dado el creciente auge y aumento del mundo de los videojugadores en las últimas décadas.

Teniendo en cuenta este enfoque se propone como hipótesis el siguiente enunciado:

Las representaciones mediáticas de las ideas de trabajo, consumo y progreso en las dinámicas de jugabilidad y en la interfaz del videojuego Los Sims establecen y reproducen la ideología y el estilo de vida neoliberal.

Objetivo General

El propósito de este estudio es caracterizar las representaciones mediáticas ligadas a las ideas de trabajo, consumo, progreso sugeridos por las representaciones de la interfaz y las dinámicas de jugabilidad de Los Sims, que pueden leerse asociadas a la ideología y al estilo de vida neoliberal.

Objetivos específicos

- Caracterizar a los videojuegos como medios de comunicación que, comprendidos como aparatos ideológicos, pueden reproducir un tipo de ideología.
- Describir las características de la interfaz y analizar las particularidades de las dinámicas de jugabilidad reproducidas a partir de los procesos de simulación propuestos.
- Analizar los objetivos de jugabilidad que propone Los Sims a partir de la observación de sesiones de videojugadores conocidos como youtubers.

Marco Conceptual

Juego y Videojuego

Para la ludología hay diversas perspectivas y formas de conceptualizar el juego, partiremos de la noción de Huizinga, antropólogo holandés y autor de *Homo Ludens*. Definición que podemos aplicar, también, al videojuego:

“El juego es una actividad libre y consciente, que ocurre fuera de la vida ordinaria porque se considera que no es seria, aunque a veces absorbe al jugador intensa y completamente. Es ajena a intereses materiales y de ella no se obtiene provecho económico. Esa actividad se realiza de acuerdo a reglas fijas y de una forma ordenada, dentro de unas determinadas limitaciones espacio temporales. Promueve la formación de grupos sociales que tienden a rodearse a sí mismos de secreto y a acentuar sus diferencias respecto del resto y utilizando los medios más variados”. (Huizinga, 1938: PP.)

El videojuego, entonces, ya no es un simple tiempo de ocio y recreación para sus usuarios, sino que es toda una actividad que se realiza individual o colectivamente y promueve la formación de discursos y sentidos entre sus jugadores. Estas significaciones son capaces de corresponder a un determinado contexto, sociedad y a sus respectivos fines, tal como explica David Cuenca

Conforme a la caracterización que tomamos acerca de los videojuegos se pueden observar las siguientes particularidades:

- Son espontáneos: para que un juego pueda considerarse como tal debe ser voluntario. De manera universal ha surgido en todas las culturas.
- Tiene límites: no se trata de una actividad continua, sino que tiene un lugar y un momento determinado. Estos límites permiten que, mientras el juego se desarrolla, los comportamientos de las personas se rijan por leyes distintas a las cotidianas.
- Tienen reglas: *existen normas* que rigen el accionar de los jugadores, estas pueden ser explícitas o no, pero en todos los casos instauran una realidad

distinta de la cotidiana. El orden interno del juego determina las reglas. Esto es posible gracias a que es una actividad convencional y, como tal, es producto de un acuerdo entre los usuarios.

- Tienen una finalidad: se justifica porque produce placer, es desinteresado e intrascendente. En este sentido, se diferencia del deporte porque no existe una competencia con otros ni con uno mismo. Si bien una persona externa al juego puede diseñarlo con un fin específico (aprendizaje, desarrollo de capacidades motrices, etc.), para los jugadores ese fin no tiene relevancia. De lo contrario, el juego deja de existir como tal.

De acuerdo a Albert T. French, los videojuegos cumplen funciones sociales y culturales que, si bien surgen espontáneamente y se practican sin tener en cuenta ningún objetivo ulterior, permiten desarrollar determinadas habilidades. El juego permite la integración del individuo en su cultura, así como también favorece el pensamiento simbólico, la capacidad de relacionarse con otros, instaurar y respetar normas u objetivos que son fundamentales para el desarrollo social según la autora Julia Máxima Uriarte.

Prosiguiendo con Uriarte, los videojuegos cumplen funciones intelectuales debido a las metas que propone cada juego y que fomentan el desarrollo de la capacidad de planificar acciones complejas e interpretar los hechos, estimulando así el pensamiento reflexivo y representativo. Por ello se entiende que, junto con la capacidad de razonar, el mundo ajeno que instauro el juego fomenta la imaginación y la creatividad permitiendo, además, una temprana comprensión de la diferencia entre fantasía y realidad. Como los videojuegos interactúan con esta existencia, accesible a cada persona que juega, comprendemos que esta relación puede ser simbólica, a través de la representación de situaciones u objetos externos al juego, o bien concreta, mediante el contacto con el propio cuerpo, con otros jugadores, con objetos y espacios de juego. Ambos tipos de interacción pueden ser simultáneos.

Cuando un usuario decide jugar, crea automáticamente un “círculo mágico” que divide los conceptos y actividades que son importantes dentro del videojuego de aquellos que no lo son en el mundo real. En ese instante, el jugador puede fingir todo tipo de situaciones ya sean estas posibles o imposibles

Por otro lado, si los eventos que se llevan a cabo dentro del juego son importantes en el mundo real, el límite del “círculo mágico” se vuelve difuso. Un claro ejemplo son los juegos de apuestas: perder una partida en el *Blackjack* significa perder dinero real. En estos casos, la separación entre el mundo real y el ficticio no es clara, permitiendo que el juego se convierta en una actividad relevante que afecta la vida del jugador de forma significativa.

¿Qué es un videojuego?

Para definir nuestro objeto de estudio, utilizaremos el concepto de French Albert T.:

“Los videojuegos son un tipo de juego con ciertas características, obviando que se manifiestan en un entorno digital, que los hace diferenciar de aquellos más convencionales tales como el ajedrez, las damas, etc. Por sus características intrínsecas, los videojuegos no necesitan que las reglas estén escritas. El propio juego se encarga de forzar al jugador a entender cuáles son. Sin embargo, aunque no necesita saberlas, sí que debe saber cómo jugar.” (French, 2018:18).

Conforme lo anterior y considerando las características y funciones antes especificadas, se puede decir que en un entorno digital el ordenador es el que se encarga de marcar los límites del “círculo mágico” y de calcular, a partir del código programado, cuándo se llega a la meta. Gracias a esto, un jugador puede contemplar una acción probándola por lo que no le hace falta leer las reglas para saber si el juego le permite llevar a cabo la misma o no.

En otras palabras, el uso de los videojuegos supera ampliamente su labor lúdica basada en el entretenimiento. Las apropiaciones del videojuego como herramienta crecen día a día y de acuerdo al autor Bishop es común observar usos alternativos de esta industria cultural que van desde simulaciones de todo tipo (para uso militar, médico, etc.) hasta programas educativos de idiomas, matemáticas, dibujo, etc.).

Una vez ya conceptualizada la idea de videojuego, comenzaremos a dar las primeras definiciones del mismo como medio de comunicación. En primera instancia, tomaremos del autor John Thompson la noción de medios de comunicación y cómo estos se dividen según el tipo de

interacción social que ejercen. En segundo lugar, siguiendo lo propuesto por Prieto contrastaremos si los videojuegos son clasificados como medios de comunicación o medios de información.

Avanzando hacia una definición de los videojuegos como Medios de Comunicación

Según Thompson existen tres tipos de medios de comunicación de acuerdo al tipo de relación social que realicen: cara a cara, interacción mediatizada (donde interviene algún aparato electrónico como por ejemplo el teléfono), y la cuasi interacción mediatizada (donde la interacción se extiende a través del tiempo y el espacio, pero no se vincula directamente con los individuos). Este último modelo monológico es una forma de comunicación de sentido único, como es el caso de las películas, series o videojuegos.

Entonces, los videojuegos ¿son medios de comunicación o medios de información? Si bien existen autores que apuntan los mismos hacia un modelo de medio de información colectiva donde se da forma a un mensaje que no tiene respuesta. La interacción de un usuario y su medio, en este caso el juego de video, está determinada y limitada por sus diseñadores según lo estipula Prieto.

Quien juega no puede hacer que los personajes y sus específicas situaciones, que aparenta controlar, respondan a intereses distintos a los establecidos por sus creadores. El juego tampoco permite un puente para dar a conocer los puntos de vista de los videojugadores a sus creadores. Por tanto, dentro de esa lógica, el videojuego se considera como medio de información ya que se transmiten a través de él informaciones desarrolladas por los programadores, las cuales no tienen la capacidad de ser retransmitidas de vuelta a donde fueron elaboradas; el usuario puede responder al videojuego de acuerdo a las directrices establecidas por los programadores.

Sin embargo, desde la mirada de Lujan Oulton los videojuegos tienen hoy un lugar privilegiado dentro del campo de la industria cultural y van ganando protagonismo dentro de la academia como consecuencia de múltiples factores. Es clave, en este nuevo posicionamiento, su poder inmersivo que supera al de otros medios de comunicación, los modos en que reinventa la noción de interacción, su permeabilidad para constituirse en una herramienta de persuasión y empatía, su lógica creativa y su herencia festiva.

Continuando con la línea expuesta por la Escuela de Estudios Culturales, Lujan Oulton menciona que el videojuego, como un medio de comunicación, constituye un producto cultural que

corresponde a un contexto, a una sociedad y a unos fines. Por ende, cambia desde su capacidad como tecnología hasta la capacidad de contenido en un proceso que, generalmente, está constituido por personas de diferentes disciplinas (programadores, diseñadores gráficos, escritores, etc.) y por ello ha sido revalorizado durante la última década.

El videojuego es parte de la revolución digital que vive nuestra sociedad actualmente. Como medio masivo, también tiene la capacidad de llevar mensajes, expresar las ideas, críticas y consternaciones sociales/políticas de un autor o autores. Al mismo tiempo que: "es capaz de llevar toda una ideología como sucede en el cine y la televisión" (Peláez, 2006:66).

Aproximaciones a los conceptos de cultura, procesos comunicativos e ideología

En consideración con la perspectiva, ya desarrollada anteriormente, de los medios de comunicación, definiremos los conceptos de cultura como procesos comunicativos e ideológicos para relacionar a los videojuegos como medios de comunicación. Estas categorías abordadas por Stuart Hall serán decisivas para el desarrollo de este trabajo.

Para poder definir claramente el concepto de cultura desarrollado por Hall, es necesario retomar qué son los procesos comunicativos y cómo se conforman. El trabajo de Stuart Hall puede considerarse germinal en la configuración de una perspectiva propia dentro de la teoría comunicativa de la Escuela de Birmingham y de los Estudios Culturales (Hall, 1972a; 1972c; 1972d; 1972e; 1973a; 1975b; Hall, Hobson, Lowe y Willis, 1980: caps. 9 y 12; Hall, Connell y Curti, 1976) y dada la centralidad de la primera etapa de su carrera en el análisis de los medios de comunicación colectiva.

Para el autor, la comunicación por sí misma no es transparente y en el proceso comunicativo las instituciones de difusión cultural están sujetas a una serie de determinaciones. "Todos los sistemas de comunicación públicos están sujetos a constricciones sistemáticas, a limitaciones sistemáticas" (Hall, 1972:2). La perfecta transparencia es imposible empíricamente, porque la codificación y decodificación del mensaje son diferentes (debido a las características de los procesos de connotación y denotación) ya que todos tenemos un acceso diferente a las estructuras comunicativas.

En las sociedades actuales, los medios de comunicación representan la ideología de la elite, del grupo dominante. Los *mass media* no pueden ser vistos como entes autónomos sino como piezas clave en la negociación de la hegemonía social. Para Hall esto es así porque “muchas instituciones contribuyen al desarrollo y mantenimiento de la dominación hegemónica: pero, de éstas los sistemas de los medios de comunicación de masas son probablemente (junto con la escuela) los críticos” (Hall, 1970:32). Por lo que se debe eliminar el modelo comunicativo puro en la explicación de los procesos de comunicación de masas y centrarse en un modelo que contemple la sociedad como “una formación compleja estructurada en dominancia” (Hall,1972:6).

La hegemonía, no obstante, no supone una sociedad unidimensional, sino que los medios de comunicación, como reproductores de la estructura de poder, reproducen las contradicciones presentes en la sociedad. La relativa autonomía de los medios es crucial, aunque siempre dentro de la construcción de la hegemonía. Se entiende que, en el análisis cultural, la relación entre la estructura social y las estructuras formales y simbólicas es central.

En otro sentido, el proceso comunicativo es básico en la conformación de una cultura. Stuart Hall liga así su modelo comunicativo con la descripción del campo cultural en las sociedades industriales. Junto a John Clarke, Tony Jefferson y Brian Roberts define la cultura como: “El nivel en el cual los grupos sociales desarrollan distintos modos de vida, y dan forma expresiva a sus experiencias vitales sociales y materiales. La cultura es el modo, las formas, en el cual los grupos utilizan la materia prima de su existencia social y material” (Hall y Jefferson, 1976:10). La cultura establece los mapas de significado que hacen inteligible el mundo para sus miembros haciendo coincidir el orden simbólico y el social.

La cultura define, constriñe y modifica la vida de los grupos; y, parafraseando a Karl Marx en el *Dieciocho Brumario*, afirma que los seres humanos hacen la historia en unas condiciones dadas, es decir, bajo circunstancias que no eligieron. Además, la cultura es jerárquica, existen aquellas que son dominadoras y otras que son dominadas, tal y como ocurre en grupos y sociedades. Por tanto, no se puede hablar de una cultura sino de múltiples culturas organizadas en dominancia.

Desde esta perspectiva, es posible encontrar culturas hegemónicas que intentan presentarse como las únicas legítimas. Siguiendo a Marx, la clase dominante, al tener el control sobre los medios de producción material, consigue controlar los medios de producción simbólica o mental.

La cultura de la clase dominante se presenta como la Cultura (con mayúscula). Esto, no obstante, no implica la inexistencia de culturas dominadas alternativas a la dominante.

Considerando lo dicho por ambos autores que mediante los medios de comunicación se produce una difusión de cultura e ideología. Marx define a la ideología como el sistema de representaciones del mundo (tales como la filosofía, arte, religión, derecho, moral, etc.) que utiliza la clase dominante para legitimar su posición privilegiada frente a las clases oprimidas. Es un conjunto sistemático de creencias que intentan explicar al hombre y el mundo, a la vez que orientan su conducta a partir de ciertos valores aceptados como correctos.

Entendemos que las ideologías no describen al hombre, su situación en el mundo y a la sociedad de un modo correcto sino de un modo deformado o falso. Esa alteración en la descripción del hombre es consecuencia del interés de la clase dominante por mantenerse en su situación de dominio. Las ideologías son un producto social: los pensamientos de los hombres son consecuencia de la sociedad en que viven, particularmente, del orden económico vigente.

Stuart Hall recoge el concepto de ideología dominante del trabajo de Louis Althusser y toma la noción de hegemonía de Gramsci para explicar el papel de la ideología dominante sobre el conjunto de la formación social. Las funciones de la ideología bajo el capitalismo serían las de enmascarar y desplazar la dominación de clase; imponer una coherencia o unidad imaginaria (comunidad, nación, interés general, etc.), es decir, asegurar el consenso y la cohesión social: convertir los intereses de la clase dominante en los intereses generales habitualmente mediante el Estado.

Para Antonio Martín Cabello (2008): “En las modernas sociedades capitalistas este efecto se conseguiría mediante los medios de comunicación de masas, que suministran el conocimiento social necesario reflejando una serie de tipos sociales autorizados que generan la idea de pluralidad (p.76), mientras que para Hall (1977): “la intención global de la ‘comunicación’ efectiva debe ser la de ‘obtener el consentimiento’ del público para la lectura proporcionada, y, por tanto, llevarle a que lo decodifique dentro del marco de referencia hegemónico” (p. 388).

Por ello, el autor propone tres tipos ideales desde los cuales se muestra cómo se decodifica la comunicación de masas por la audiencia. En primer lugar, el código dominante, que se produce

cuando la audiencia decodifica el mensaje según la intención del productor, es la “comunicación transparente”. En segundo lugar, es el empleado por los profesionales de los medios para transmitir el mensaje producido por el código hegemónico, pese a lo cual goza de una autonomía relativa. El código negociado o de posición, por otra parte, está compuesto por una mezcla de elementos de oposición y adaptación al código dominante. Se hacen adaptaciones locales a la definición hegemónica de la situación. Por último, el código de oposición es a través del cual la audiencia entiende el mensaje de un modo totalmente opuesto a la dominante, con un esquema conceptual de referencia alternativo.

Los medios, trabajando dentro de una estructura social organizada en dominancia, reproducen dicha estructura de dominación y las ideologías dominantes en la misma. La ideología, entonces, es comprendida como una construcción dentro de la cultura propia de un grupo social.

Para Gramsci la ideología se concibe a través de la política no siendo verdadera o falsa, sino más o menos eficaz en el mantenimiento de la hegemonía social. Su principal función sería “cementar y unificar el bloque social” (Hall, Lumley y McLennan, 1977:48). Toda construcción ideológica, en consecuencia, representa los intereses de una clase social.

Consideramos, entonces, que en las sociedades actuales los medios de comunicación representan la ideología de la élite y/o grupo dominante. Las influencias externas se manifiestan en la práctica diaria de la producción y los *mass media* no pueden ser vistos como entes autónomos, sino como piezas clave en la negociación de la hegemonía social.

Para concluir que los videojuegos son medios de comunicación, es necesario rearticular las relaciones entre comunicación y cultura, así como los conceptos realizados por Jesús Martín-Barbero. Y, de esta manera, hacer pasar a primer plano a la tecnología que era excluida del mundo cultural. Convertida en ecosistema comunicativo, la tecnología re articula dichas relaciones haciendo énfasis en la dimensión y la dinámica comunicativa de la cultura, de todas las culturas, y de la envergadura cultural que en nuestras sociedades adquiere la comunicación.

Consideramos, en esta línea de abordaje, que los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia. Comunicar deja, entonces, de significar la puesta en marcha de movimientos de propagación o

divulgación para ser la expresión de la experiencia creativa y de la competencia comunicativa de cada cultura.

Jesús Martín Barbero explica que la comunicación, en el campo de la cultura, deja de ser un movimiento exterior a los procesos culturales –como cuando la tecnología era excluida del mundo de lo cultural y tenida por algo meramente instrumental– para convertirse en un movimiento entre culturas: movimiento de acceso, de apertura a las otras culturas, que implica la transformación/recreación de la propia. Ya que la comunicación cultural en la Era de la Información nombra, ante todo, la experimentación, la experiencia de apropiación e invención.

Los videojuegos se enmarcan dentro de estas nuevas tecnologías de comunicación y permiten la difusión de la cultura con un papel primordial para sus usuarios, que apropian e incorporan su mensaje.

Teniendo en cuenta que definimos cultura según la mirada de Hall como “el nivel en el cual los grupos sociales desarrollan distintos modos de vida, y dan forma expresiva a sus experiencias vitales sociales y materiales” (p.65) y que, en donde interactúan estos grupos sociales, a los que podemos reconocer como grupos culturales, se entrelazan e intervienen diferentes ideologías. Entendemos que es en este intercambio cultural e ideológico donde estos grupos se ven constantemente expuestos a diversos procesos comunicativos. Esto constituye una característica propia de las sociedades expuestas a nuevas tecnologías tal y como reconoce Martín Barbero.

Es por ello que el videojuego se presenta como un nuevo medio de comunicación a través del cual se ponen de manifiesto diferentes procesos comunicativos, en los que intervienen diversos tipos de ideologías entendidas como “una construcción dentro de la cultura propia de un grupo social” (Hall,1972:69), procesos en relación con los cuales los *mass media* no pueden ser vistos como entes autónomos, sino como piezas clave en la negociación de la hegemonía social.

La teoría de Althusser y los aparatos ideológicos del Estado

Un punto de partida desde el cual podemos comenzar a pensar nuestra investigación, en relación con la idea de ideología, es la noción de aparatos. De esta manera, es necesario delimitar la noción de ideología de Althusser para encontrar los puntos de conexión de las teorías acuñadas por la Escuela de Estudios Culturales. Con la llegada de Stuart Hall a la dirección del Centro de

Estudios Culturales podemos hablar de un cambio de paradigma en la orientación de los mismos, y el paso de un enfoque humanista a otro estructuralista que tomará conceptos del psicoanálisis, así como de la teoría social marxista. Con esta nueva concepción, la cultura pasa a ser un producto anclado en aparatos institucionales que posee, entonces, una materialidad específica. *“Ahora para los estudios culturales el punto de partida son los dispositivos a partir de los cuales los bienes simbólicos (la cultura) son producidos y ofrecidos al público como mercancía. El análisis de la cultura se convierte de este modo en una crítica del capitalismo”* (Castro-Gómez, 2000:67).

La principal influencia teórica para que este cambio sucediera fue el filósofo francés Louis Althusser. El interés de Hall por Althusser se debió a su forma de abordar el problema de la ideología. Esta se convirtió en la categoría analítica más importante de los Estudios Culturales en los años setenta, lo cual permitió a Hall y sus colaboradores, entender la cultura como un dispositivo que promueve la dominación o la resistencia. De esta forma, los Estudios Culturales comenzaron a ver la sociedad como una red de antagonismos en donde las instituciones como el Estado, la familia, la escuela y los medios de comunicación juegan un papel como mecanismos de control disciplinario sobre los individuos. Desde esta perspectiva, los productos simbólicos son un campo de batalla en el que diferentes grupos sociales disputan la hegemonía sobre los significados.

A partir de este punto y porque consideramos fundamental para nuestro análisis, es necesario explicar con profundidad la teoría de Althusser.

Louis Althusser fue un filósofo marxista francés del S.XX clasificado dentro de la corriente estructuralista, militante comunista, entendía su propia obra filosófica como una intervención en la lucha ideológica del movimiento obrero contra el capitalismo.

En el año 1969 publica: *Ideología y aparatos ideológicos de Estado. Notas para una investigación* que se convertirá en el pilar fundamental de su análisis. El concepto principal que tomaremos de este autor es su definición de aparatos ideológicos del Estado ya que al conceptualizar a los medios de comunicación como un aparato ideológico del Estado se puede identificar si los videojuegos como medios de comunicación difunden, o no, la ideología neoliberal.

En ese sentido, señala: *“Designamos con el nombre de aparatos ideológicos de Estado cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas.”* (Althusser,1969:42).

El autor identifica una lista de Aparatos Ideológicos del Estado: AIE religiosos (el sistema de la distintas Iglesias), AIE escolar (el sistema de las distintas "Escuelas", públicas y privadas), AIE familiar, AIE jurídico, AIE político (el sistema político del cual forman parte los distintos partidos), AIE sindical, AIE de información (prensa, radio, T.V., etc.), AIE cultural (literatura, artes, deportes, etc.).

Si los AIE funcionan masivamente con la ideología como forma predominante, esto permite la unificación de su diversidad es ese mismo funcionamiento, en la medida en que la ideología con la que trabajan es la de la clase dominante. Por lo que: *“Podremos admitir que la misma clase dominante sea parte activa de los aparatos ideológicos de Estado, en la medida en que, en definitiva, es la ideología dominante la que se realiza, a través de sus contradicciones, en los aparatos ideológicos de Estado”* (Althusser,1969:52).

Considerando a los videojuegos como medios de comunicación, y por ende como aparatos Ideológicos, estos funcionan de forma masiva y, en los mismos, prevalece un tipo de ideología de la clase dominante.

Siguiendo a Althusser se puede señalar que: los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante. Estos aparatos son múltiples, distintos, relativamente autónomos y susceptibles de ofrecer un campo objetivo a contradicciones que, bajo formas limitadas y/o extremas, expresan los efectos de los choques entre la lucha de clases capitalista y la lucha de clases proletaria, así como sus formas subordinadas. Y, por último, que la unidad entre los diferentes aparatos ideológicos de Estado está asegurada, a menudo, en formas contradictorias por la ideología dominante de la elite.

Por lo tanto, desde la concepción que tomamos en este trabajo y siguiendo la mirada althusseriana, entendemos que los medios de comunicación reproducen la ideología de la clase dominante. Consideramos, actualmente, como dominante la corriente neoliberal, dada su afinidad con el capitalismo, y sostenemos que el aparato ideológico del Estado que se posiciona como el

más influyente es el aparato informacional (el mismo incluye los medios de comunicación). De modo que, nuestra postura, construida a partir de las concepciones de Martín Barbero y Stuart Hall, determina que los videojuegos pueden ser considerados como un medio de comunicación. Para indagar el tipo de ideología que predomina en nuestro objeto de estudio Los Sims nos referiremos a la noción de representaciones mediáticas de Stuart Hall.

Las representaciones mediáticas

Stuart Hall entiende a las representaciones mediáticas bajo la forma de sonidos, palabras escritas, imágenes producidas electrónicamente, notas musicales u objetos que se desprenden de los medios de comunicación. La teoría de estas representaciones se presenta como un punto de partida desde donde es posible entender la responsabilidad de los medios, en tanto se reconoce la centralidad del proceso comunicativo. Y en particular en las sociedades modernas que presentan estructuras con enormes contenidos mediatizados.

Hablamos, entonces, de un proceso de realimentación entre las representaciones sociales y los procesos comunicativos. Autores como Stuart Hall desarrollaron conceptualizaciones alrededor del papel de los medios de comunicación y de los factores asociados a la construcción de los objetos sociales. Puntualmente, desde 1973

Hall abordó la construcción de significado por parte de los medios masivos de comunicación. Hasta la aparición de este autor, los acontecimientos tenían un significado único de representación ya que podrían ser calificados como correctos e incorrectos, como si pudiéramos medir el grado de distorsión entre la imagen y lo que realmente pasó. Con la llegada de Hall y su concepto de “círculo de la representación” se muestra que el mismo acto de representar constituye el significado de un evento, y este sólo puede existir a través de la representación y no antes.

Esto implica que las representaciones, al igual que los acontecimientos, no tendrían ningún sentido si no estuvieran basadas en conceptos que comparten grupos de personas: los mapas de significado.

De este modo, se están retroalimentando de manera constante los significados desde los medios y la representación que se hace de estos en el mundo exterior. Así como el discurso narrativo presente en sus contenidos, a su vez, está permeado por los poderes sociales dominantes.

Los medios masivos de comunicación ofrecen, a través de su discurso, una serie de “imágenes de las instituciones y sus acciones, su ideología, continuas interpretaciones del entorno social y de lo que en su ámbito acontece, que contribuyen a mantener las representaciones colectivas y las visiones del mundo de los grupos o sujetos individuales, siempre y cuando, no se introduzcan visiones de la realidad diferentes” (Serrano, 1993: 53). Lo que se halla en los medios y sus discursos, en este sentido, produce de forma consistente y estructurada una expresa “representación social de la realidad cotidiana” (Alsina, 1993:94).

A partir de las nociones propuestas por Hall, Serge Moscovici en su texto *El Psicoanálisis, su imagen y su público* amplía la noción de representaciones, desde este punto es posible empezar a hablar de las representaciones mediáticas (abreviadas como RM) de la realidad social. Se puede dar cuenta de algunos elementos característicos a ellas que advierten el anclaje y la objetivación, ambos procesos de conformación de las representaciones sociales, tal como lo plantea Moscovici.

Es decir, entre las RM y la ideología dominante, actúan dos procesos de conformación de representaciones: el anclaje y la objetivación. La primera cumple una función en tanto los medios masivos de comunicación contribuirían a las posibilidades de categorización de la realidad social; la objetivación, también, es funcional porque los escenarios planteados por los medios masivos de comunicación, con sus elementos discursivos, se convierten en un espacio en donde es posible cristalizar ciertos conceptos ideológicos apoyados por la mayoría. Siguiendo esta línea de análisis Leonardo Tablante considera que:

“Las representaciones mediáticas designan la manera como los medios de comunicación social transmiten ciertos contenidos de interés colectivo. Esa manera –indisociable de la naturaleza técnica de los dispositivos mediáticos– determina el modo como tales contenidos se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos” (Tablante, 2005:99).

Según este abordaje, el medio de comunicación (en nuestro caso el videojuego) se transforma en una especie de caja de resonancia de los contenidos que pueden interesar al colectivo para conformar un corpus de conocimiento que configuren tanto el discurso como la memoria. Pero, es importante resaltar que para Tablante la representación mediática no solo depende de la

audiencia y las construcciones sociales que hacen alrededor de los contenidos transmitidos, sino que, además, el contenido en sí mismo es susceptible a construcciones de significados que dependen de la carga ideológica que impregna la línea editorial del medio, o en nuestro caso, el diseñador o creador del videojuego.

En esta línea Adoni, H. y Mane aclaran que, en el proceso de construcción de una RM de los objetos sociales, surgen tres aspectos:

Una realidad social objetiva expresada en lo que es posible encontrar más allá de la experiencia individual y que permite construir sentido en los actos cotidianos. Símbolos asociados a la realidad social que pueden ser relacionados con diferentes formas de expresión de estos actos. Y, por último, la construcción de una realidad social desde el nivel subjetivo.

En ese orden de ideas, las RM toman gran significación en las sociedades que poseen un alto componente mediatizador en su configuración y participan de manera decisiva en las formas en que los individuos se incorporan a la construcción de su identidad, de los imaginarios y los contextos provenientes de los productos mediáticos.

Sary Calonge Cole de la Universidad Central de Venezuela en su texto *La representación mediática: teoría y método* explica que se ha venido construyendo un campus teórico y metodológico para el estudio de la expresión de la Representación Social en lo mediático y la manera en que ésta puede ser entendida como un nuevo concepto, que abarca los diversos aspectos que se ponen en juego en la interacción de la sociedad y los sujetos con los medios de comunicación.

La autora, en dicho esquema, sostiene que la RM posee dos dimensiones, una cognitiva y otra pragmática. La dimensión cognitiva se refiere a "los trazos de orden cognitivo de la representación" (Calonge, 2001: 22), es decir, a los procesos que explican la formación de representaciones sobre la realidad en las conciencias individuales en contacto con los medios. La pragmática se refiere a las condiciones en que los medios de comunicación social transmiten sus representaciones y al vínculo dinámico existente entre ellos y la sociedad. Allí "se reúnen los trazos relativos a la acción de los individuos en vinculación con el medio de comunicación" (Calonge, 2001:22). Las expresiones de ambas dimensiones, en relación con los productos mediáticos,

pueden ser rastreadas en dos direcciones: desde los contenidos y desde las audiencias. Esta investigación se enfoca en la primera de ambas vías para indagar en los elementos identificables de las representaciones. Pero, al mismo tiempo, no deja de lado la dimensión pragmática, ya que caracterizamos los objetivos de jugabilidad que propone Los Sims a partir de la observación de sesiones de videojugadores para identificar, en el discurso de las audiencias, diversas representaciones que se hacen del juego.

Videojuegos de representación

En el Trabajo de Grado de Catalina Agudelo Piñeros *La sociedad de los avatares: Videojuegos, representación y discriminación (2014)*, la autora explica que los videojuegos funcionan como narraciones que se forman a través de las acciones que surgen en el mundo real y se transmutan al mundo virtual, constituyendo así el material visual o narrativo que representa al mundo real, en donde dicho material tiene origen (p. 6). Este contenido es ofrecido por los creadores a partir de las representaciones del mundo simulado y puede ser moldeado por los jugadores en su interacción con el mundo virtual a través de sus acciones, siempre mediadas por la plataforma. El moldeamiento del material expresivo en el mundo virtual modifica la manera en cómo ocurren las cosas en el mundo representado.

Pero, el accionar del creador y diseñador no es casual. En los videojuegos, hay un trabajo de representación de un mundo que sucede tanto por interacción del jugador, así como por su labor de intervención en el ambiente virtual. Pero, también, de la plataforma que permite al jugador, de manera limitada, intervenir y modificar el devenir del juego.

Según Piñeros, los juegos tienen un principio y un final, junto con una serie de objetivos y retos que, al completarse, ayudan a terminar el juego. Sin embargo, en el caso de los juegos de simulación social este principio se rompe, esto se debe a que se presentan como mundos virtuales persistentes en los cuales la interacción consiste en una secuencia de acciones y situaciones sin una meta final. Situaciones que conducen la dirección del juego pero que no buscan que este termine, sino que permiten el continuo fluir del tiempo. Por lo tanto, no existen finales pre-programados, esto enfatiza la intención de conseguir una representación lo más cercana posible de las condiciones del mundo real, adoptando la mayor cantidad posible de sus características.

Videojuego de simulación social

Según Oliver Pérez Latorre los videojuegos de simulación, fundamentalmente los del género social, se encuentran orientados a la comprensión del funcionamiento de un sistema a través de la experimentación, con gameplay abierta. Es decir, un juego en el que nunca se puede prever o controlar del todo las formas de jugar y las maneras de ganar que promoverá su juego.

Encontramos aquí simulaciones sobre determinados temas y/o fenómenos que no son de por sí sistemas altamente formalizados, pero sí susceptibles de ser sistematizados para una simulación de ficción o entretenimiento. Según Latorre (2003) diversos analistas rechazan la definición de Los Sims como simulación social, proponiendo su concepción directamente como una “simulación de la sociedad de consumo” (p. 73). Concretamente Sicart (2003) ha asociado el videojuego al concepto de “tardocapitalismo” (p. 88), lo que dentro del estudio realizado por Fredric Jameson significa: una sociedad capitalista donde el Poder se ha desplazado de la política a la economía, donde “los Estados se han debilitado y el Poder reside en el mercado globalizado” (p. 52), y donde “la Economía es la institución que determina la ideología o, tal vez, la práctica ausencia de la misma” (p. 54).

Tal como se advierte con Latorre (2003) Los Sims se considera como un juego de “simulación de la sociedad de consumo” (p. 73) y con Sicart (2003) el videojuego se asocia con el concepto de “tardocapitalismo” (p.88). Es por ello que definiremos las ideas de trabajo, consumo y progreso enmarcadas en la ideología neoliberal.

Trabajo, Consumo y Progreso como ideología

En *La ideología alemana* Marx define el modo de producción capitalista. El mismo dispone que el trabajo se proporcione a cambio de salarios monetarios que deben ser aceptados libremente por los empleados. Por lo tanto, la actividad económica se ordena de manera que las personas que organizan los medios de producción puedan obtener un beneficio económico y aumentar su capital. Desde esta perspectiva, entonces, el fin último es adquirir bienes y servicios.

Es decir, quien trabaja intercambia su fuerza, especialmente capacitada para producir ciertos servicios, a cambio de un sueldo. Estos servicios son los mismos que pertenecen al comprador de la fuerza de trabajo. Por lo tanto, desde el modo de producción capitalista, el trabajo surge como

una relación de clases sociales caracterizada por la explotación de la fuerza de trabajo y la apropiación privada de la producción social.

Entonces, el ciclo de “el capital” se inicia con la conversión del capital dinero en dos tipos de mercancía: medios productivos y fuerza de trabajo, que se combinan en el proceso productivo para producir nuevas mercancías. Estas son vendidas en el mercado, de manera que se obtiene nuevamente el capital dinero.

Como toda mercancía, el valor de la fuerza de trabajo se determina de acuerdo al tiempo de trabajo socialmente necesario para producirla. Es decir, por una suma establecida y representada por el dinero, de los medios de subsistencia necesarios para el trabajador. A cambio de tales medios (su salario), el empleado vende su fuerza de trabajo, que en el proceso elabora nuevas mercancías, conservando el valor de los medios de subsistencia y creando un plusvalor.

Sin embargo, la compra de fuerza de trabajo por parte del capitalista beneficia a este último por un doble motivo: porque el trabajador produce mercancías, valoriza su capital y crea plusvalía. Y porque, a cambio de la venta de su fuerza de trabajo, el obrero recibe los medios de subsistencia que permiten reponer el gasto realizado, colocándolo nuevamente en condiciones de ser utilizado para el proceso de producción.

Para Marx el capitalista compra con dinero el trabajo de los demás y los obreros cambian su fuerza, es decir, su mercancía por la del capitalista (la paga o salario) Entonces, la fuerza de trabajo es una actividad vital para el obrero, que le asegura los medios necesarios para subsistir. Este es libre de cambiar de capitalista, libre de trabajar, pero no puede desprenderse de quienes se ha alquilado sin renunciar a su existencia misma. El trabajador no recoge el valor de lo que produce (la plusvalía), y esta explotación lo priva de sus herramientas artesanales. Por causa de esta división del trabajo ignora lo que está produciendo y eso significa que está fragmentado o alienado. Dicha alienación surge cuando el producto del trabajo del hombre, en lugar de satisfacer sus necesidades, se vuelve algo ajeno. En otras palabras, el producto cobra una existencia totalmente independiente que quien lo produjo a través del cual el hombre se vuelve esclavo cada vez más de las cosas que produce.

Entonces, en el modo de producción capitalista, la generación de productos —bienes y servicios— se realiza con una secuencia interminable de movimientos discretos y repetitivos que ofrecen al trabajador poca satisfacción psicológica por un trabajo bien hecho. Mediante la mercantilización, la fuerza de trabajo se reduce a salarios —un valor de cambio— y la alienación psicológica —Entfremdung— del trabajador se deriva de la relación inmediata entre su trabajo productivo y los salarios que le pagan por dicha operación.

Continuamos el desarrollo de nuestro marco conceptual con la idea de consumo en la ideología neoliberal. Jorge Parodi en su *libro El significado del Trabajo Social en el capitalismo y la reconceptualización* explica que la idea de sociedad de consumo es un concepto socioeconómico que se encuentra estrechamente vinculado a la sociedad capitalista. El consumo es un proceso económico asociado a la satisfacción de las necesidades y deseos de los agentes económicos.

De esta manera, comprendemos que el consumo se produce en todos los sistemas económicos. Pero, el consumismo, propiamente dicho, es una característica de determinados sistemas en los que las decisiones de producción están asociadas al supuesto de que los agentes económicos trabajarán para obtener su renta por encima de sus necesidades estrictas de consumo y, por lo tanto, tomarán decisiones para disponer de una renta mayor y aumentar sus niveles de satisfacción personal.

Parodi explica que en una sociedad de consumo una de las actividades de ocio principales de la población es la adquisición de bienes materiales o servicios adicionales con los que satisfacen sus deseos materiales o de estatus social.

Por otra parte, Néstor García Canclini en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* determina que “el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (Canclini, 1995:163-165). En la perspectiva de esta definición, el consumo es comprendido por su racionalidad económica.

Estudios de diversas corrientes consideran el consumo como un momento del ciclo de producción y reproducción social, es el lugar en el que se completa el proceso iniciado al generar productos, donde se realiza la expansión del capital y se reproduce la fuerza de trabajo.

Por lo que la sociedad de consumo y la cultura del consumo son el ambiente mental y el modelo civilizatorio que comienza a abarcar el mundo a partir de la producción en masa viabilizada por la segunda Revolución Industrial. En el período que va de la Gran Depresión (1873) hasta la Primera Guerra Mundial (1914) se comenzó a desarrollar el modelo producción–consumo, emblematizado por el fordismo; modo de regulación, que, a largo plazo, le confirió estabilidad social al capitalismo.

Por último, definiremos la idea de progreso en las sociedades neoliberales. Estas sociedades valoran, ante todo, el bienestar material de sus miembros. Lo que constituye el principio central de la concepción de la buena vida: el Progreso se subordina a las exigencias de la Calidad de vida.

Marx explica que la noción de evolución social es necesaria para entender en profundidad la concepción de Progreso. Desde el marxismo, se entiende por evolución social una noción de sistema autorregulado que confronta un medio ambiente complejo y trata de mantener sus fronteras a partir del incremento de su complejidad mediante la reducción exitosa de la complejidad del medio circundante. Los sujetos, en ese modelo y de acuerdo a Carlos Merlo, son las especies que se reproducen en forma de poblaciones, las cuales están constituidas por organismos aislados que se relacionan entre sí y con el contextualizan.

De esta forma, los principios de evolución social y de progreso tienen, entre sí, una relación compleja. No pueden ser considerados como conceptos equivalentes, pero a veces se complementan. En la modernidad europea de los siglos XVIII y XIX, el término progreso fue utilizado por los pensadores de la Ilustración para infundir cierta satisfacción moral a determinadas tendencias evolutivas. Se consideraba que la sociedad progresaba cuando estaba direccionada hacia un estado de mayor grado de racionalidad, el incremento se veía reflejado en el campo del conocimiento. Sin embargo, el avance del capitalismo implicó que en el siglo XIX se dejase de lado la racionalidad por las nuevas formas de organización social y se llegó a concebir el progreso, siguiendo al autor Carlos Merlo como el aumento del desarrollo.

Entonces, para el modo de producción capitalista, es fundamental que el obrero sea libre, que no tenga ataduras de ninguna índole para ser contratado en el mercado de trabajo a través de la movilidad entre la oferta y la demanda. Solo de esta forma se garantiza su completa explotación como ser desguarnecido e instrumento del proceso de acumulación del capital.

Por lo tanto, el progreso no se refleja tan sólo en la transformación de los medios de producción sino, también, en la forma de entender la sociedad y el mundo en general.

Para continuar con nuestro marco conceptual, habiendo definido las ideas de trabajo, consumo y progreso para las sociedades neoliberales, desarrollaremos cómo se representan los modelos culturales en los videojuegos, para concluir el papel determinante de los mismos como medios de comunicación transmisores de un tipo de ideología.

Los Modelos Culturales

Catalina Agudelo Piñeros menciona que una de las razones por las cuales los videojuegos han cobrado gran relevancia en la vida de los individuos es por su capacidad de crear mundos completos con un nivel de complejidad que se asemeja al real. Esto permite a los jugadores adoptar distintas identidades. En esta medida, los usuarios pueden verse enfrentados a dos situaciones, la primera de ellas es el afianzamiento de sus perspectivas sobre el mundo. Piñeros (2014) que: “Si un jugador cree que el progreso, por ejemplo, en la vida está estrechamente vinculado con las posesiones materiales que se logran obtener a lo largo de la vida, jugar este juego de simulación social lo ayudaría a reafirmar dicha perspectiva” (p.43). La segunda situación es que el jugador se vea enfrentado a las perspectivas *per se* del mundo al encarar al mundo virtual y encontrar en él características que desafían lo que el jugador ha experimentado sobre un tema en el mundo real.

Cabe aclarar que el presente Trabajo Final de Investigación no se enfocará en las preconcepciones que los videojugadores tienen del mundo real (situación 2) sino en las representaciones que, desde el punto de vista del diseño del videojuego, se presentan en su interfaz (dimensión de contenido); y, además, en la dinámica de jugabilidad de simulación del juego. Identificaremos en el discurso de las audiencias diversas representaciones que se hacen del juego (dimensión de las audiencias).

De esta manera, los modelos culturales establecen aquello que, dentro de un marco común, será establecido como lo que está bien y lo que está mal: “los modelos culturales son imágenes, guiones, principios o metáforas que captan lo que para un grupo determinado es <normal> o <típico> en relación con un fenómeno dado.” (Gee,2004:174). Sin embargo, esto no significa que

los modelos sean verdaderos o falsos ya que se establecen desde una visión parcial de la realidad y varían dependiendo de la sociedad en donde se establezcan.

Por otra parte, desde este mismo enfoque, Beloff, L. en su investigación *Shared motifs: Body attachments in RL and SL', Metaverse Creativity* agrega que los individuos, en tanto sujetos sociales dentro de un sistema social determinado, están rodeados de símbolos que determinan su percepción de la realidad y, por lo tanto, su manera de relacionarse con el mundo. Dicho marco interpretativo continúa activo en el mundo virtual rodeando al individuo y limitando su interacción.

En esta dirección se puede decir que las decisiones que se toman en el juego podrían parecer autónomas o de libre elección, sin embargo: "los ambientes virtuales configuran desde su diseño las posibilidades de interacción que tendrán los avatares dentro del mismo" (Beloff, 2010:136). Esto implica que cualquier decisión de diseño o de interacción que tenga el individuo con el mundo virtual ya ha sido prevista y programada por el propio desarrollador.

Autores de los Videojuegos: Diseñadores

Catalina Agudelo Piñeros en su investigación *La sociedad de los avatares: Videojuegos, representación y discriminación* explica que cuando hablamos del autor hablamos del diseñador, del creador. Los videojuegos tienen el poder de transmitir un mensaje de la forma usual a través de los formatos normales de narrativa, la expresión de los mismos tiene posibilidades que le son negadas a prácticamente todos los demás medios. Esto sucede porque los juegos pueden expresarse a través de su estructura fundamental, es decir, de su sistema, sus elementos, componentes y las reglas que determinan las formas de interacción permitidas. Por ejemplo, en el Tetris las piezas tienen un movimiento constante hacia abajo, lo cual es arbitrario ya que el juego podría de todas maneras haber funcionado con un desplazamiento lateral o un desplazamiento invertido (con piezas que flotan y se levantan).

Marco Categorial

Conforme el encuadre teórico demarcado, y a fin de ordenar nuestro trabajo, delimitamos las categorías de análisis para el abordaje del problema de investigación enunciado. ¿Cómo se reproducen las ideas de consumo, trabajo y progreso en las representaciones de la interfaz y las dinámicas de simulación del videojuego Los Sims?

“Una categoría de análisis permite ordenar un trabajo descriptivo” (Rivas Tovar, 2015:28). Las mismas surgen, según algunos expertos del diseño cualitativo a partir de la revisión del estado del arte o del marco teórico, y su delimitación permite jerarquizar conceptos nodales y definir cuáles son los límites, así como los alcances de la investigación. Asimismo, sostenemos que el diseño de categorías y subcategorías nos permitirá operacionalizar el estudio de nuestra hipótesis a fin de analizar, conforme a los objetivos propuestos, la carga ideológica ligada a las representaciones mediáticas del juego Los Sims. Tomaremos como principales categorías conceptuales las ideas de trabajo, consumo y progreso para poder identificar las representaciones de consumo, trabajo y progreso en la interfaz y las dinámicas de jugabilidad.

De este modo, entendemos la idea de trabajo en el videojuego como el intercambio de la fuerza de trabajo capacitada para obtener beneficios dentro del mismo. Por ejemplo: conseguir una remuneración y poder aumentar el capital con el fin de adquirir bienes y servicios. Es decir, poner en marcha las mecánicas asociadas a las acciones laborales para obtener recompensas económicas.

En este mismo sentido, la categoría de la idea de consumo, será entendida como la adquisición de bienes materiales o servicios adicionales con los que se satisfacen los deseos del jugador y las necesidades de nuestro avatar.

Por otra parte, la idea de progreso se comprende como el aumento de productos y servicios (desarrollo material-económico), principio central de la concepción de la “buena vida” en las sociedades neoliberales.

Para el estudio de las categorías enunciadas, en el marco del análisis de las representaciones mediáticas que sugiere el videojuego y de acuerdo a nuestro marco teórico, definimos y

presentamos las subcategorías operacionales. Estas son necesarias como estrategia metodológica para describir cómo se representan las ideas de trabajo, consumo y progreso.

Las subcategorías que tomamos para nuestro análisis son las siguientes:

- Características de la interfaz.
- Características de las dinámicas de jugabilidad.
- Objetivos de jugabilidad.

A partir del análisis de las características de la interfaz, así como del análisis de las dinámicas de jugabilidad *Playing* y del análisis *no Playing* de los objetivos de jugabilidad que incluye el visionado de youtubers, realizaremos nuestra investigación.

Características de la Interfaz

Para definir la interfaz utilizaremos el concepto y las características que nos brinda Albert T. Franch en su libro *Introducción al videojuego*. La interfaz de usuario es el medio que permite establecer una comunicación entre el jugador y el juego. El autor nos dice que una parte de la experiencia del usuario depende de la eficacia de dicha interfaz, por lo que su objetivo es hacerle la vida más fácil, ayudando a que sus acciones sean lo más eficiente posibles y aumentando su diversión.

La interfaz es lo que permite comunicar al jugador con el mundo virtual, y es lo que permite que el juego sea visible, audible y jugable. El autor afirma que es determinante a la hora de analizar el nivel de satisfacción, elegancia o diversión de un juego. Se debe seguir algunos principios para establecer un canal óptimo de comunicación.

French se vale de las ocho reglas definidas por Ben Shneiderman, un informático estadounidense y pionero en la experiencia de usuario de sistemas interactivos, y que debe cumplir cualquier interfaz:

1. Ser coherente y consistente.
2. Reducir el número de pasos para realizar una acción creando atajos y accesos directos.
3. Ofrecer retroalimentación: cuando un jugador interactúa con el juego espera que éste reaccione de algún modo o de forma inmediata (puede manifestarse tanto de manera visual como auditiva).
4. Prevenir posibles errores.
5. Permitir que el jugador pueda recuperarse de sus acciones. Si un jugador realiza algo por accidente es importante ofrecerle algún modo de deshacerlo, excepto si dicha acción afecta al balance del juego.
6. Soportar el control del jugador. El usuario desea tener el control del juego y debe ser él quien inicie las acciones. No tiene ningún sentido que dicho personaje realice actividades de forma aleatoria si no se le ha especificado antes qué debe hacer.
7. Las acciones deben ser secuenciales. Cada una debe tener un inicio, un intermedio y un final, y debe indicarse mediante la retroalimentación.
8. Reducir la carga cognitiva del jugador. No es agradable tener que recordar demasiadas cosas a la vez.

Para este autor, según el género y el estado del juego, existirá una demanda de acciones permitidas por parte del usuario. Las más comunes son moverse, mirar alrededor de su entorno, guardar el juego, poner pausa, cambiar las opciones del juego, interactuar con otros personajes, llevar objetos y manipularlos, construir y destruir objetos, personalizar, negociar o transferir dinero en el juego e interactuar en multijugador.

Para Albert T. Franch, el modelo de interacción trae consigo un modelo de cámara que surge a partir de que las mecánicas pasan a convertirse en dinámicas que permiten afrontar los desafíos del juego. Hay 3 tipos:

1. **Perspectiva en primera persona:** La cámara toma la posición de los ojos del personaje y queda fija respecto a él, de modo que cuando se mueve la misma parece que está moviendo la cabeza. Por ejemplo, el Counter Strike.

2. **Perspectiva en tercera persona:** nos permite visualizar al personaje y tomar ventaja de los problemas que presenta la perspectiva en primera persona. La cámara se posiciona por detrás del personaje, de modo que el jugador puede ver todo lo que tiene delante y visualizar los detalles de su avatar. Por ejemplo, el God Of War.

3. **Perspectiva aérea:** El modelo de cámara enfoca una gran parte del mundo del juego lo que nos permite un mayor control de los equipos y todo lo que ocurre a su alrededor. Existen algunos tipos de perspectivas aéreas según el autor. Estas son:

- **De arriba a abajo:** muy usada en juegos de simulación, los usuarios ven el mundo virtual sin apreciar demasiado los detalles del entorno (por ejemplo, las paredes de los edificios). Además, el jugador siente que está alejado de los eventos, por lo que la inmersión en el juego no es muy profunda.
- **Isométrica:** permite ver el mundo desde un ángulo más cerrado, por lo que se pueden empezar a apreciar algunos detalles del entorno.
- **Rotación libre:** se trata de una vista isométrica, pero con la posibilidad de poder rotar el escenario para ver todos los detalles. Este modelo es el más usado en juegos de estrategia en 3D, ya que permite al jugador controlar muchos más eventos en el mundo del juego y visualizarlo desde diferentes ángulos.
- **Contextual:** la cámara se sitúa en ciertos puntos que permiten observar la acción según como el diseñador desee. Esto proporciona un efecto cinematográfico del juego, ya que permite ver los eventos del mismo como si de una película se tratase. Tiene como desventaja que el jugador no puede apreciar los detalles del entorno como él desea.

El análisis de la interfaz que realiza el autor continúa con los elementos visuales, esto son aquellos elementos que comunican detalles sobre los estados del núcleo del juego al jugador y las posibles acciones disponibles en el mundo. Uno de estos componentes son los indicadores que informan, gráficamente, sobre el estado de un recurso. Los más comunes son:

Basados en dígitos: representan puntuaciones de vida, cantidad de objetos en el inventario, municiones, etc. No se pueden leer fácilmente, pero ofrecen información precisa.

Barra de Energía: suelen aparecer como un rectángulo largo y estrecho de color que se hace más corto o más largo a medida que se consume. Por lo general indica la salud de un personaje o el estado de una cualidad. Se puede leer de forma rápida pero no es precisa, suelen utilizarse un degradé ascendente de rojo a verde para advertir al usuario.

Iconos Múltiples: una pequeña imagen repetida varias veces que puede indicar el número de algo disponible o restante.

Luces de colores: eficientes para advertir sobre la presencia de un objeto o alertar al jugador sobre algunos atributos.

Iconos: transmiten información en un espacio pequeño, deben ser obvios y sin ambigüedades. El jugador puede identificar rápidamente los iconos una vez que determina lo que significan. En este caso, pueden aprenderse mediante el uso de una etiqueta o texto de ayuda: un globo de palabras que aparece momentáneamente cuando el puntero del ratón toca un icono durante unos segundos sin pulsar, etc.

Otro elemento visual que analiza el autor son los **mini-mapas**. Estos muestran una versión en miniatura del mundo desde una perspectiva de arriba hacia abajo, que permite al jugador orientarse con facilidad. Debido a que debe ser pequeño, en él se muestran sólo las principales características geográficas y algunos datos específicos.

Hay que recordar que el rol principal de las interfaces es facilitar la vida al jugador en el sentido de que pueda llevar a cabo las acciones y recibir la retroalimentación de forma correcta, de manera tal que pueda concentrarse en afrontar los desafíos del juego. Para ello, no tiene que pensar en las interfaces y éstas deben ser lo más transparentes posible.

Otro elemento visual son los **botones y menús**. Estos permiten al jugador controlar acciones o procesos demasiado complejos como para manejarlos solo con botones. Por otra parte, poner

demasiados de ellos en la pantalla puede provocar confusión en los jugadores, y hace al juego menos accesible ya que aumenta la carga cognitiva.

Por último, el elemento visual del texto. La mayoría de los juegos contienen una cantidad considerable de texto, incluso aquellos de acción en el que el jugador normalmente no pretende leer mucho. Dicho componente aparece en forma de etiquetas para los menús, los botones de la pantalla, e indica el significado de otro tipo de elementos de retroalimentación, es decir, otorga información sobre objetos del mundo virtual, narra, etc.

Para Albert T. Franch incluso en el mundo virtual la representación está motivada por el nivel de aceptación que esta tenga entre su comunidad virtual, por tanto, la afiliación que se consiga con los modelos culturales establecidos permitirá conseguir una identificación con cierto grupo. Sin embargo, conservar la dinámica de motivación, medida por el grado de aceptación que se obtenga, implica reproducir los modelos culturales que rigen el mundo real y que contienen serias prácticas de discriminación en este.

Características de las dinámicas de jugabilidad de los videojuegos

Las Dinámicas de Jugabilidad son el resultado de poner las mecánicas del juego en movimiento. Cabe destacar que son parte de la experiencia del mismo y, por lo tanto, de su jugabilidad. Poseen distintas características y elementos formales que sirven para que los jugadores se desenvuelven y puedan tomar decisiones. Dentro de los diseños podemos encontrar:

- **Elementos Formales de un juego:** tales como las reglas, las metas y los desafíos.
- **Jugadores, avatares y bits del juego:** un juego no puede existir si no hay jugadores, por eso, estos forman parte como uno de los elementos formales. Normalmente se representan como un avatar, en el caso de Los Sims, se representan a ellos mismos. El juego permite crear un personaje con ciertos parámetros: ropa, color de piel, sexo, personalidad y edad. Por otro lado, existen los *bits* del juego que son todos aquellos elementos necesarios para poder jugar, objetos virtuales que con sus características programadas interactúa nuestro avatar.
- ***El estado, la visión y el espacio:*** cada vez que el jugador lleva a cabo una acción que afecta al entorno virtual y las características de sus objetos, el juego cambia de estado; toda aquella información virtual relevante que puede cambiar durante la partida. La visión del juego,

por otro lado, son las partes del estado del mismo que el usuario puede ver. Estos dos conceptos conducen finalmente a la definición de espacio de juego, que es el área donde el jugador puede moverse.

- **Las mecánicas de jugabilidad:** modelo más específico que definen cómo funciona algo. Es decir, si tú haces A, entonces pasa B. Actúan sobre los jugadores, los avatares, así como con los objetos virtuales con los que se puede interactuar y, además, describen detalladamente cómo cambiar el estado del juego

- **Clases de dinámicas principales**

- **Adquisición territorial:** describe un tipo de juego donde el jugador se mueve por el entorno virtual en busca de un territorio para conquistar y/o controlar.
- **Supervivencia:** el ser humano tiene la necesidad intrínseca de sobrevivir y prosperar. En los juegos no es muy diferente. Esta dinámica trata sobre protegerse a uno mismo y sobrevivir durante todo el juego. Nuestro objeto de estudio pertenece a esta clase.
- **Construcción:** Así como el ser humano tiene la necesidad de sobrevivir, también tiene la necesidad de construir y/o crear. Si bien esta parte es una de las características del juego, también es una de las que más afectan los estados de ánimo de nuestros avatares y está fuertemente cargada de requisitos. El juego brinda múltiples herramientas, posibilidades de construcción de la vivienda, variedades de pinturas, decoraciones, etc.

Objetivos de Jugabilidad

Entendemos por objetivo de jugabilidad al proceso de crear una serie de metas que estimulan al jugador a superarlas, así como a definir una serie de estrategias que le permitan desenvolverse y tomar decisiones importantes para conseguir premios. En caso de fallar se obtienen ciertos castigos. Se crean, de esta manera, conflictos para que los jugadores puedan tomar decisiones significativas que afecten al resultado del juego y su estado.

Las *metas* se encuentran por encima de todos los elementos en un juego, las mismas también son conocidas como “misiones”. Al alcanzar una meta el jugador normalmente recibe una recompensa para que lo motive a seguir jugando. Se encuentran definidas por reglas arbitrarias, ya que el diseñador del juego puede definir del modo que desea. Además, no son triviales porque siempre deben incluir algún tipo de desafío que el jugador esté dispuesto a afrontar.

A menudo, las reglas de un juego pueden definir una meta como condición de victoria, esto es, una situación inequívoca donde el jugador se declara ganador. En caso de empatar, el diseñador siempre puede elaborar alguna mecánica que permita el desempate.

Las estrategias en los videojuegos es la manera en la que el jugador va cumplir sus metas. Para Miguel Sicart (2003) "las estrategias pueden ser planeadas, creativas o desprenderse de las indicaciones que el mismo videojuego te muestra en su interfaz" (p55). Hay videojuegos donde estos imponen los objetivos (una especie de receta que se sigue paso a paso), y otros, de universos abiertos, donde hay mayor cantidad de metas a cumplir y el jugador puede elegir cuál seguir.

En los juegos de mundo abierto, para el autor uruguayo Frasca, se pueden observar 3 estrategias principales:

- **Estrategias de construcción:** el videojugador centra su juego en la construcción de su casa, su imperio, su ciudad. Algunos videojuegos como CItYVille, Sims City, entre otros, son un ejemplo de esto.

- **Estrategias de consumo y compra de objetos:** para llevar adelante sus objetivos es necesario adquirir la mayor cantidad de objetos. Para ello se requiere dinero virtual. Conseguirlo depende de misiones, trabajos u objetivos que impongan los videojuegos. Sin embargo, hay videojugadores que utilizan trucos para conseguir más dinero y, actualmente, los juegos otorgan la posibilidad de abonar con tarjeta de crédito para conseguir dinero virtual.

- **Estrategias basadas en la carrera o profesión:** una de las opciones más atractivas para los jugadores ya que para ello es necesario subir niveles en la carrera o profesión que se elija.

Sin embargo, de acuerdo a Oliver Perez estas clasificaciones quedarían incompletas para los juegos de simulación social. Ya que ofrecen la posibilidad de centrar la estrategia de juego en las interacciones para conseguir amistades, formar una familia, mejorar los niveles de relación con los pares, etc.

Las estrategias no son independientes, están encadenadas y dependen una de otras en la mayoría de los casos.

Premios: los beneficios o recompensas que obtiene el jugador al realizar una meta o cumplir con un objetivo propuesto. Estos pueden ser de diferentes tipos tales como dinero, tiempo, plus de habilidades, trofeos, objetos, entre otros. En los juegos de simulación social existe una gran variedad de premios, ante una mayor cantidad de metas planteadas por el videojuego mayor es la cantidad de premios que se pueden obtener.

Castigos: lo opuesto a los premios, aparecen cuando se realizan acciones negativas o que van en contra de las metas propuestas por el videojuego. Por lo general, los castigos se presentan cuando se va en contra de las mecánicas del mismo. Al igual que los premios, pueden presentarse de diversas maneras como pérdida de dinero, pérdida de tiempo, pérdida de vidas, pérdida de nivel, entre otras.

Marco Metodológico

Perspectiva de abordaje

Esta investigación propone, en términos globales, una aproximación **exploratorio-descriptiva** acerca de un tema de interés escasamente abordado desde el campo de la comunicación, como es el estudio del videojuego Los Sims. El primer videojuego de simulación social. Se busca, por lo tanto, una mayor comprensión y delimitación de sus propiedades desde una perspectiva **cualitativa y descriptiva**.

Conforme a lo expuesto, se define el abordaje empírico a través de una combinación de orientaciones y técnicas relacionadas a través de un diseño metodológico que busca responder a las exigencias del objeto de estudio (los videojuegos de simulación social) y a su perspectiva en términos de las representaciones mediáticas.

En la exploración de antecedentes se encontró que se habían desarrollado investigaciones tanto desde el acercamiento cualitativo como el cuantitativo. Un acercamiento metodológico relevante para esta tesis, fue la propuesta de Espen Aarseth en su investigación sobre videojuegos: *Aproximaciones metodológicas al análisis de juegos*. El autor describe tres perspectivas diferenciadas a la hora de encarar una investigación en este campo:

a) **Estudios de la jugabilidad:** centrados en las estrategias y motivaciones de los videojugadores y el impacto de los videojuegos en los usuarios.

b) **Estudios de la estructura de juego:** investigan las reglas de juego, los métodos de programación y las herramientas informáticas o los modelos de negocio.

c) **Estudios sobre el mundo del juego:** cuyo objetivo es la descripción del contenido de ficción, mensaje, estructura narrativa, diseño musical e interfaz aplicando conocimientos de literatura, arte, estética y otros campos afines.

Asimismo, Aarseth identifica dos metodologías posibles de análisis del videojuego:

- **Playing:** la experiencia del juego en primera persona basada en la metodología observación-participante.
- **Non-Playing:** planteada desde el conocimiento previo del género y del sistema del juego como lo son los informes de jugadores, reseñas (en nuestro caso de youtubers), *walkthroughs*, discusiones, observación de otros jugadores, entrevistas a jugadores, documentación del videojuego, informes de *testing* y entrevistas a desarrolladores.

Tomaremos esta perspectiva de Aarseth, explicada en los párrafos anteriores, para construir el diseño metodológico del presente trabajo. Para completar dicho modelo de investigación, se complementa con la técnica de análisis de contenido aplicada a videojuegos, la que ha sido habitualmente abordada desde la metodología cualitativa (Bogost, 2007; Frasca, 2001a; Juul, 2001; Sicart, 2009; entre otros). Se consideró que este tipo de acercamiento era el más efectivo para los objetivos propuestos en el corpus teórico, sobre todo para el estudio del mensaje implícito.

Desde esta perspectiva, la importancia del **análisis de la interfaz** del videojuego nos permitirá ver cómo este medio de comunicación e información lleva a nuevos modelos de representación y comunicación (Mangui, 2010; Mangui & Córdova, 2011). Las imágenes, los sonidos, la música, los gráficos, las fotografías, los esquemas, las fórmulas, los colores, las caricaturas, entre otros modos, ocupan un lugar protagónico en su configuración, llegando incluso a superar la importancia del texto escrito y cargando de sentido el mensaje implícito del videojuego.

Diseño de Investigación

En una primera instancia, realizaremos un análisis de contenido basándonos en el estudio de **la interfaz del juego**, para ello describiremos la subcategoría operacional que denominamos características de la interfaz. Estas serán analizadas a partir de las siguientes unidades de análisis metodológicas: **tiempo, dinero, modos de juego** (Modo Comprar, Modo Vivir, Modo Construir) y **creación de personajes**. Utilizaremos como instrumento de recolección de datos un *Mapa Descriptivo* (Bogost, 2007; Frasca, 2001a; Juul, 2001; Sicart, 2009; entre otros). En este caso, nuestro objetivo es la caracterización de la interfaz del videojuego Los Sims a partir de los procesos

de simulación propuestos por el mismo, para determinar las representaciones mediáticas ligadas a las ideas de consumo, trabajo y progreso que, a su vez, serán nuestras categorías conceptuales.

En una segunda etapa, realizaremos un estudio de la estructura del juego a partir de la experiencia de observación participante *Playing* (en primera persona). Que consiste en asumir personalmente, aunque desde el punto de vista del investigador, la experiencia del juego. La perspectiva participante es uno de los métodos más eficaces para analizar un videojuego ya que si no jugamos no será factible distinguir entre los elementos funcionales y decorativos, aunque se estudie su mecánica e interfaz y luego se observe a otros jugadores. Para analizar las representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso en el videojuego, examinaremos las características de las dinámicas de jugabilidad (subcategoría operacional).

Nuestras unidades de análisis metodológicas son: **las habilidades, necesidades y profesiones;** y como instrumento de recolección de datos implementaremos una *hoja de observación* descrita en el siguiente cuadro (cuadro N°1) basada en las propuestas por el investigador Aarseth. Así como también, tomaremos registro mientras jugamos en un diario

El diseño de la hoja de observación en el análisis *Playing* en primera persona será el siguiente:

Hoja de observación participante (primera persona)

<p>¿Cómo juego?</p>	<p>Jugar con un objetivo analítico es distinto de hacerlo por placer, esto depende de nuestro motivo para hacer el análisis.</p>
<p>¿Qué tipo de jugador soy? ¿Soy un novato (<i>newbie</i>), jugador ocasional (<i>casual</i>), un jugón (<i>hardcore</i>)? ¿Conozco el género?</p>	<p>Como jugadores debemos asumir una de entre diversas posturas en relación al juego.</p>
<p>División de la observación por semanas</p>	<p>Dividiremos la observación de las sesiones semanalmente para poder abarcar una muestra de tiempo lo suficientemente representativa que nos permita demostrar los objetivos propuestos en esta investigación.</p>
<p>Categorías:</p> <p>Jugadores, avatars, bits del juego.</p> <p>Estado, visión y espacio del juego.</p> <p>Clases de las principales dinámicas de jugabilidad.</p> <p>Mecánicas de jugabilidad.</p>	<p>Unidades de análisis:</p> <p>Habilidades</p> <p>Necesidades</p> <p>Profesiones</p>

Cuadro N°1- Hoja de observación- Análisis *Playing*

En la observación participante, tal como lo explica Platt, se contempla *in situ* y se busca compartir experiencias en el ambiente que se estudia. Al respecto de esta técnica, y a fin de examinar las características de la aproximación *Playing*, se garantiza la inmersión activa del investigador en la realidad o mundo estudiado y se evitan los malentendidos en la descripción del mismo. Se estipula, como recaudo metodológico, que a esta etapa de la investigación la lleve adelante Ariel Acuña dado a que es un novato en este tipo de videojuegos y no tiene experiencias previas que puedan llegar a sesgar la investigación con preconceptos sobre el mismo. Desde este punto de vista, el investigador asume completamente la experiencia del juego.

Como etapa final, realizaremos un análisis de los objetivos de jugabilidad, a partir de un **de las dinámicas de jugabilidad**, de tipo *Non-Playing* en segunda persona, donde observaremos sesiones de videojugadores. Aarseth explica que mirar a otros jugar, o leer sus informes y críticas, y esperar que sus conocimientos sean representativos o su juego competente es otra de las metodologías de investigación de gran importancia para analizar a los videojuegos. En este caso, tomaremos como reseñas los videos subidos por youtubers previamente seleccionados, de acuerdo a los siguientes criterios: cantidad de suscriptores, reproducciones, cantidad de comentarios y likes.

Nuestra primera muestra de investigación será del youtuber español **Crazy Sims**, quien subió los videos de Los Sims en el año 2019. Cuenta con 25 mil suscriptores y un promedio de 100 a 120 comentarios en sus videos. Desde ahora en adelante la denominaremos como “Y1”.

Como segunda muestra tomaremos a la youtuber argentina **Giuly Sims**, de la rama de los “Gamers”. Consideramos relevante seleccionar para nuestro análisis este video ya que el usuario trae al presente las formas y las mecánicas de juego de la época. Además, cuenta con 133 mil suscriptores y en su video de 14’ tiene alrededor de 100 comentarios. Desde ahora en adelante la denominaremos como: “Y2”.

Finalmente, como tercera muestra, tomaremos a **Fritosaurio**, youtuber mexicano que se autodescribe como *gamer* y *streamer*. El jugador cuenta con alrededor de 250 mil suscriptores y un promedio de 100 comentarios en sus videos, denomina a su comunidad como "fritoamigos". Y

en su canal se pueden ver diferentes historias de la saga de Los Sims. Desde ahora en adelante lo llamaremos “Y3”.

Para analizar los **objetivos de jugabilidad** utilizamos las siguientes unidades de análisis metodológicas:

- A) Acciones ligadas al consumo
- B) Acciones ligadas al desarrollo profesional y laboral.
- C) Acciones ligadas a las relaciones

Como instrumento de recolección de datos utilizaremos el siguiente cuadro comparativo que tendrá el siguiente diseño

	Metas	Estrategias	Premios	Castigos
Y1 “Crazy Sims”				
Y2 “Giuly Sims”				
Y3 “Fritosaurio”	.		S.	

Cuadro N°2- Cuadro Comparativo- Análisis Non-Playing

Análisis o Resultados

Análisis No Playing- Descripción de la interfaz

Para caracterizar la interfaz del videojuego se realizó un análisis de contenido sobre el mismo con el fin de analizar las representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso (categorías conceptuales) a través del examen de las características de la interfaz (subcategoría operacional). Por otra parte, para desarrollar las categorías planteadas tomamos las siguientes unidades de análisis metodológicas:

- Tiempo/Espacio.
- Dinero.
- Modos De Juego.
- Creación De Personajes.

Con el objetivo de caracterizar de forma descriptiva la interfaz de nuestro videojuego fue necesario utilizar como instrumento un *mapa descriptivo* de elaboración propia, a fin de obtener una particularización de las propiedades del análisis Los Sims y su interfaz, cuya matriz se podrá observar en el anexo de nuestra tesis (Anexo 1: 130). Además, mediante la utilización de *screenshot*, extraídos del juego, analizaremos las representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso.

Nuestro videojuego está enmarcado dentro de los videojuegos de simulación social. En el marco conceptual del trabajo definimos a este tipo de como aquel subgénero de simulación de vida que explora las interacciones sociales entre múltiples entidades artificiales del juego. A su vez, definimos al diseñador del juego como el autor del mismo y rescatamos su facultad de transmitir un mensaje de la forma usual, a través de los formatos normales de narrativa. Ergo, en los videojuegos hay un trabajo de representación de un mundo que sucede tanto por interacción de jugador, su labor de intervención en el ambiente virtual y hasta donde se le permite intervenir o modificar el devenir del juego, así como también por parte de la plataforma.

Comenzamos analizando las características de la interfaz con las reglas de oro que debe cumplir de acuerdo al autor Shneiderman:

1- Es coherente y consistente porque respeta lo que el usuario busca en los tipos de videojuegos de simulación social, es decir, respeta los patrones básicos de la vida cotidiana de los jugadores. Existe un tiempo, espacio, un hogar, un presupuesto, necesidades a satisfacer, obligaciones y servicios. Además, la coherencia se ve reflejada en el tipo de organización social que se presenta, donde se intercambia trabajo por dinero, y donde este último ocupa un papel fundamental para el desarrollo del juego.

- **El tiempo:** tiene 24 hs, pese a que la interfaz ofrece distintos ritmos de avance del tiempo, existe el día y la noche. El comienzo del día arranca cuando sale el sol y concluye cuando anochece.

- **El espacio:** se desarrolla dentro de un mapa en el cual se pueden observar casas y calles, simulando un barrio. El personaje, a su vez, necesita que el espacio de su hogar tenga ciertas lógicas habituales como en una casa normal para que no afecte sus estados de ánimo.

- **El dinero:** existe una moneda y un contador donde se acumula. Sirve para comprar objetos o pedir servicios como en la vida cotidiana. Su medidor se encuentra ubicado al lado del tiempo y tiene una relevancia en la disposición de la interfaz para el usuario.

- **Las creaciones de los personajes:** son coherentes con el tipo de videojuego porque permite crear un hombre o una mujer con determinadas características, siempre dentro de los parámetros de la simulación social.

2- La interfaz de Los Sims reduce el número de pasos para realizar una acción, creando atajos y accesos directos; esto se demuestra cuando dictamos órdenes a nuestro avatar y se ven reflejadas en distintos íconos, los cuales nos permiten ordenar una serie de acciones facilitando las tareas de nuestro personaje.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 1. Acciones del Avatar

3. La interfaz del juego ofrece una retroalimentación cuando nuestro avatar interactúa con objetos. Estos repercuten en las necesidades de nuestro personaje y, de la misma manera, los personajes afectan a los objetos ya que estos pueden romperse con su uso.

4. La interfaz tiene una serie de señales representadas en barras de energías, símbolos y gestos que pueden hacer nuestros personajes, que previenen posibles errores y evitan la muerte de nuestro avatar.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 2. Señales para prevenir Accidentes.

5. La interfaz permite cancelar una acción no deseada. Se puede deshacer haciendo clic en dicha orden y cancelando la misma.

6. La interfaz reduce la carga cognitiva del jugador, es decir, facilita la jugabilidad con una serie de íconos y símbolos que permiten al usuario desarrollar la vida de su personaje de manera simple. Cada objeto tiene una explicación que permite identificar de qué manera se utiliza y qué necesidad satisface.

Otra de las características de la interfaz son las *perspectivas de interacción*. Estas son las cámaras con las cuales el jugador se va a encontrar en los diferentes modos de juego. Los Sims está caracterizado por la utilización de una **Perspectiva Aérea** donde se enfoca una gran parte del mundo, lo que nos permite control de los equipos que y todo lo que ocurre alrededor.

Este juego, a su vez, intercala dos tipos de perspectiva aérea para que el jugador pueda interactuar con mayor detalle sobre el juego. Una, es la **Perspectiva Isométrica** que permite ver el mundo desde un ángulo más cerrado, por lo que se pueden empezar a apreciar algunos detalles del entorno. La otra es la **Perspectiva de Rotación Libre**, en la que el jugador cuenta con la posibilidad de rotar el espacio o de modificar la vista de las acciones que realiza. En este caso se nos presenta la posibilidad de quitar las paredes del entorno o que estas se eliminen donde el cursor está posicionado.

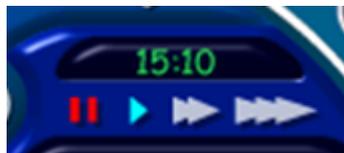
Además, contamos con la posibilidad de utilizar *zoom* para acercar o alejar nuestra visión, desde un panorama general hasta un plano cercano al sims. Siempre manteniendo la perspectiva aérea de lo que sucede en el juego.

En los distintos **modos de juego** se mantiene el tipo de perspectiva, permitiendo acercar, alejar y rotar la cámara. El mapa del barrio, en cambio, mantiene un tipo de perspectiva aérea que no se puede rotar ni hacer *zoom*.

Por último, tenemos como características de la interfaz a los **elementos visuales** que encontramos en Los Sims:

Basados en dígitos: el tiempo se representa en un ciclo de 24 horas, cada minuto es un segundo en la vida real y una hora sería un minuto. En el juego, este reloj se puede encontrar

localizado en la parte inferior izquierda, integrado a la barra de necesidades. Está ubicado por encima del dinero y a la derecha de los controles que permiten al jugador movilizarse a través de la pantalla.

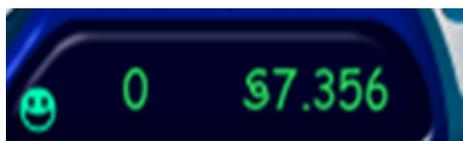


Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 3. Representación del Tiempo

Dicho reloj presenta, como se puede ver en la imagen, 4 variables de velocidad que el usuario puede elegir para y determinar el transcurrir del tiempo:

- Pausa: el tiempo no transcurre, pero se pueden hacer interacciones.
- Velocidad 1: 1 minuto equivale a 1 segundo real.
- Velocidad 2: doble de rápido.
- Velocidad 3: ULTRA rápido.

El simoleon (§) es la unidad monetaria utilizada en Los Sims. Con los simoleones, los avatares podrán comprar muebles para el hogar, construir sus casas, comprar regalos, adoptar mascotas, comprar comida, etc. Básicamente, el dinero se utiliza de la misma manera en que nosotros usamos el real. Hay diferentes formas de ganarlo y perderlo. En el juego, el dinero está integrado a la barra de necesidades que ocupa la parte inferior de la interfaz. Debajo del tiempo se muestra la cantidad de dinero que tiene disponible el usuario que maneja un determinado Sim.



Will Wright..2020.Los Sims.Screenshots.Imagen N° 4. Representación de la Moneda

Barra de Energía: dentro del modo de juego vivir, podemos encontrar 6 tipos de barras, a continuación, describiremos las mismas.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 5. Interfaz Modo vivir

1. Barra de Necesidades: en el modo vivir podremos ver las barras de energía que representan las necesidades del avatar.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 6. Barra de necesidades

El jugador debe satisfacer ciertas necesidades para que su personaje sea feliz. Estas son:

Hambre: el apetito es un requisito básico. Si esta barra se queda sin energía puede ocasionar la muerte. Además, su fluctuación tiene un fuerte efecto sobre el desempeño del sims tanto en el trabajo como en el rendimiento escolar, este puede ser bueno o malo dependiendo del ascenso o descenso del medidor.

Comodidad: el bienestar del sim puede cambiar de acuerdo a si se encuentra mucho tiempo parado o si sus muebles son de mala calidad. En el caso de que la barra de energía descienda, el avatar se encontrará de mal humor. Esta situación puede revertirse ordenando al personaje que se bañe (se relaje) o que duerma.

Vejiga: la micción del personaje va a medirse de acuerdo a si ingiere alimentos o toma alguna bebida. Para satisfacer esta necesidad es necesario contar con un baño, de lo contrario el sim va a orinarse.

Energía: el descanso o el no descanso del sim va a afectar este medidor, cuando se encuentre vacío el personaje va a desmayarse o quedarse dormido en el suelo.

Diversión: el entretenimiento es un requisito indispensable para que el avatar no se estrese. Para subir esta barra es necesario realizar actividades de ocio. En el caso de que no pueda cumplirse esta necesidad, el sim se pondrá gruñón y desobedecerá las órdenes del jugador.

Higiene: el aseo es un medidor que afectará las relaciones sociales del personaje. Cuando este medidor descienda, el avatar empezará a oler mal y deberá lavarse las manos, cepillarse los dientes, darse una ducha o emperifollarse frente al espejo.

Social: la interacción con otros sims es de vital importancia para el avatar, dependiendo del resultado de la misma el medidor subirá o bajará. Sin embargo, si uno de los rasgos del personaje que utiliza el jugador es Solitario, las relaciones con otros y otras podrán evitarse en mayor medida. Pero, nunca en su totalidad.

Habitación: indica la calidad del entorno en el que se encuentra el sim. Todo tipo de suciedad creará un mal ambiente, al igual que las habitaciones pequeñas con poca luz o con escasa decoración. Todo evento que altere el entorno también afectará este medidor, como sucede con los incendios. Por otra parte, para aumentar la energía de esta necesidad es menester poseer objetos decorativos como cuadros, esculturas y plantas crean un buen ambiente. Si la barra de entorno es baja, el sim querrá limpiar la suciedad o abandonar la habitación y se quejará, lo que advertirá al jugador sobre esta situación.

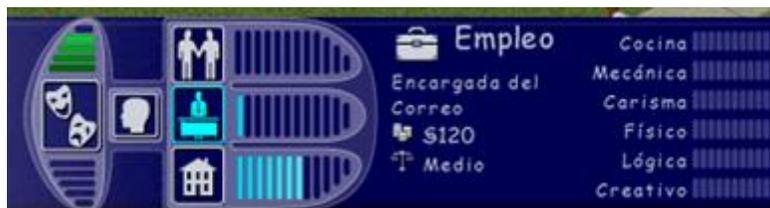
2. Barra de estados de humor: también llamados animotrones en la versión es-MX, son otro tipo de *barra de energía*. Son la causa por la cual sube o baja el estado de ánimo de un sim. Cada una viene con una pequeña descripción que ayuda a comprender lo que significa dicho estado de ánimo y cuál fue el factor que influyó en el mismo.

3. Otra de las barras es la de personalidad: rasgos de nuestro avatar como pulcritud, extroversión, actividad, ánimo lúdico, cordialidad, etc.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 7. Barra de Personalidad

4. Barra de habilidades: son las competencias que va desarrollando nuestro personaje y el estado de las mismas. Se pueden observar de la siguiente forma:



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 8. Barra de habilidades

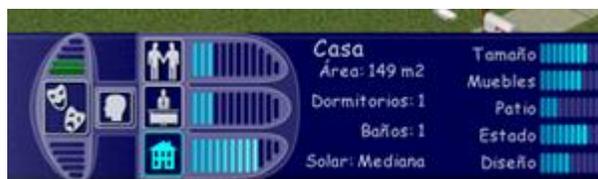
Las habilidades son talentos que los sims pueden aprender en la vida cotidiana y que les permite progresar en sus profesiones. En Los Sims sólo los adultos pueden obtener puntos de habilidad.

5. Barra de Relaciones: son las interacciones con otros personajes, que cumplen un rol importante dentro del juego porque son requisitos para avanzar en las carreras.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 9. Barra de Relaciones

6. Barra de Construcción: aquí se puede visualizar el estado que tiene la casa en el terreno o lote que dispone el avatar. Pueden observarse características como el diseño, patio, estado, tamaño, muebles.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 10. Barra de Construcción.

Los Iconos Múltiples son figuras que permiten realizar acciones y deshacerlas, e interactuar con otros avatares y donde encontraremos los **tres modos de juego**. Las acciones son secuenciales ya que cuentan con un inicio, un desarrollo y un final, el sim no tiene la posibilidad de hacer varias al mismo tiempo, sino que se presentan como eventos separados. Esto se puede observar en la interfaz debido a que cada acción u orden se verá representada gráficamente con un ícono, que puede llegar a simbolizar, también, el objeto de acción. Esta figura podrá contemplarse en el extremo superior izquierdo de la pantalla, y en el orden que se realizarán. A su vez, estos cuadros pueden ser cancelados o alterados con el simple hecho de clickear sobre ellos para que el sim tome acción o no, lo cual permite al jugador recuperarse de acciones no deseadas.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 11- Acciones de personaje

Desde la interfaz el juego se presenta ordenado a la hora de recordar las acciones que el avatar debe realizar, ya sea desde lo que está haciendo en ese momento (con los gráficos en la parte superior izquierda), así como el tiempo en la parte inferior y las diferentes barras que representan las necesidades básicas de las cuales el usuario debe estar atento.

En el modo comprar y el modo construir aparecen distintos tipos de íconos, con sus características.

Modo Comprar



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 12.Modos Comprar

Modo Construir



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 13. Modo Construir

Dentro de la creación del personaje encontramos los siguientes íconos:

- Color de piel: se puede crear un sim de tez blanca, trigueña u oscura.
- Edad: pueden crearse adultos o niños,
- Género: el personaje puede ser masculino o femenino de acuerdo a los deseos del jugador. Su sexo estará representado a través del símbolo de género.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 14. Creación del personaje

Las luces de colores pueden observarse cuando se posa el cursor sobre un objeto con el que se puede interactuar.

Los Iconos se ven cuando nos posamos en el mapa y fijamos el cursor en una casa, se despliega, entonces, un ícono explicativo del costo de la misma y de los habitantes. De la misma manera sucede con los objetos dentro del modo comprar y construir.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 15. Mapa

Otro elemento visual son los botones y menús, en Los Sims cada modo de juego tiene su propio menú, como podemos observar en la imagen Nª 12, 13 y 5. Estos facilitan la jugabilidad.

Por último, el elemento visual es el *texto*, en la interfaz se hace mucho uso del mismo para definir las características de los objetos, así como para explicar los ascensos, los premios y los castigos.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 16. Descripción de empleo

Análisis playing en primera persona. Descripción de las dinámicas de jugabilidad

Resulta relevante retomar algunas aclaraciones de tipo metodológico acerca de la modalidad de descripción en primera persona que se optó para llevar adelante esta instancia. A fin de explicitar desde qué lugar estamos llevando a cabo esta hoja de observación para dar cuenta de los objetivos. La metodología *Playing*, cuya experiencia del juego en primera persona está basada en la observación participante, requiere de la implementación de ciertos recaudos y consideraciones especiales respecto de la participación del investigador que tomará el rol de jugador en primera persona en esta instancia del trabajo de campo, tal como se enuncia en nuestro marco metodológico.

A partir de esta etapa se toma la decisión de dar lugar a una enunciación en primera persona, dando lugar a la experiencia del investigador que llevó adelante esta la metodología *Playing*.

Para analizar nuestras categorías conceptuales ya determinadas (trabajo, consumo y progreso) utilizaremos la subcategoría operacional que denominamos como características de las dinámicas de jugabilidad. Como se planteó en el marco metodológico, se usará como unidad metodológica: **las habilidades, necesidades y profesiones**.

A continuación, comenzará el análisis en primera persona del investigador Ariel Acuña, quien explicará una serie de recomendaciones metodológicas que se realizan previo al inicio del juego:

“Siguiendo las recomendaciones de Aarseth, antes de empezar a jugar me pregunté ¿cómo juego? asumiendo que es muy distinto jugar con un sentido analítico (como hice en esta investigación) que hacerlo por placer, y a la vez, teniendo en cuenta que el objetivo de esta experiencia se realizó en pos de analizar las representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso.

¿Qué tipo de jugador soy? a la hora de encarar esta experiencia me caracterizo como newbie, un novato. Dado que no es este un género que juegue habitualmente, es por ello que considere que no tengo ningún tipo de preconcepción o prejuicio que pueda sesgar la investigación.

¿Conozco el género? La simulación social que presenta Los Sims es algo nuevo para mí. Sin embargo, no tengo prejuicios o una mirada negativa hacia dicho género. Considero que es un tipo de juego en el que la creatividad juega un rol muy importante dado que no existen misiones que cumplir u objetivos puntuales, en ese sentido, podría adelantar que los objetivos los va produciendo uno mientras juega”.

A partir de estas recomendaciones y preguntas se puede determinar la postura del investigador frente al juego. En los siguientes párrafos el investigador realizará una reseña de sus primeras partidas:

Comienzo del juego

Para empezar, es necesario crear uno o varios avatares con los que deberé moverme en el mundo virtual. Para ello puedo elegir familias prediseñadas o crear una. Dejaré algunas screenshots de la plataforma a modo explicativo.

Crear Sims: *en esta etapa creé el nombre y apellido de mi avatar, así como pude definir los aspectos de personalidad que definirán el signo de mi personaje y sus atributos físicos (color de piel, edad y sexo). En la parte inferior es posible crear una biografía del personaje, es decir, se puede contar la historia del sim (eso es opcional, no es obligatorio para continuar). Mi familia se formará por Cesar Chumaseo y Cecilia Chumaseo. Aquí ya encontré la primera de las categorías de la estructura del juego expuestas por Espen Aarseth, que son los **jugadores y avatares.***

Los Sims es un juego que se disfruta de manera individual, y en este caso los avatares que pueden crearse son una representación del jugador dentro del mundo virtual.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 17-Creación de personaje.

Trasladar Familia

Una vez que creé la familia fue necesario moverla a un lote deshabitado. Cada familia, independientemente de la cantidad de personajes que la compongan, inicia con una cantidad limitada de dinero en efectivo (§ 20000 simoleones) que serán necesarios para comprar la casa o lote, construir, remodelar y comprar mobiliario.



Will Wright..2020.Los Sims.Screenshots. Imagen Nª18.-Mapa del juego

Pude observar que los elementos arquitectónicos, así como el mobiliario, se colocan en el escenario de juego mediante una rejilla formada por cuadrados o baldosas. Todos los artículos deben ser colocados sobre esta estructura, y sólo podrán rotar en ángulos de 90°. Las paredes y cercas deben bordear estos cuadrados y pueden colocarse en ángulos diagonales de 45°. Existen más de 150 materiales de construcción de casas y mobiliario para la compra.

Es importante recalcar que aquí identificamos como se manifiestan los **bits de juego**: elementos que forman parte del entorno virtual que hacen posible el juego y con los que interactúan los avatares. Todos esos elementos ya sean en el modo construir o modo comprar son los que, tras interactuar con ello, repercuten en los estados de ánimo del personaje.

Por ende, a partir de estas interacciones, ya sea alimentando al personaje o comprando elementos, podemos observar cómo repercuten en las habilidades, necesidades y, por ende, en el desarrollo de las profesiones de los sims.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 19. Bits del juego

Como anticipamos, en Los Sims existen tres modos de juego fundamentales: **el modo de vivir, el modo comprar y el modo construir**. En el segundo, el tiempo queda congelado y el jugador puede interactuar sin presión alguna. En cambio, en el modo vivir se produce un balance entre “acomodación” y “asimilación”. De esta manera describe su experiencia Ariel:

El modo construir es el primero que debí utilizar ya que tuve que elaborar una casa donde el personaje pudiera habitar. Teniendo en cuenta los § 20000 simoleones que dan por familia, es necesario construir un hogar con elementos básicos de tamaño, pintura, pisos, aberturas, etc. Tiene que ser una casa iluminada, es algo que se destaca en la dinámica de la jugabilidad, ya que son parámetros que se reflejan en el segmento de construcción. Hay que intentar construir una habitación, baño, cocina y living para poder desenvolvernos dentro de las mecánicas de jugabilidad lo más óptimamente posible. En este sentido, me refiero a cubrir las necesidades del avatar de manera fluida y con una distribución amigable de los ambientes.

Se pueden identificar dos elementos formales del juego como lo son el **estado** y **la visión**. Ya que al construir una casa donde pueda habitar el avatar de Ariel, las condiciones del juego cambiaron porque se afectó el entorno virtual. También, quedan definidas las visiones desde donde se puede interactuar con el personaje. Con estas dos características queda definido el concepto de espacio de juego.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 21- Modo Compra

El segundo modo, dentro de las interfaces contextuales, es el modo comprar, en este debí adquirir objetos básicos para mi avatar, este es uno de los primeros desafíos del juego. Me tocó elegir toda la gama de productos - objetos

más baratos. Por ende, los que tienen menores prestaciones brindan menor comodidad, menos placer, alimentan menos, con ellos se descansa mal, etc.

La tercera modalidad es el modo vivir, aquí el tiempo empieza a correr y se puede elegir a qué velocidad transcurre el mismo. Las opciones son: pausa para detener el tiempo, pero mediante el cual no se puede interactuar. Velocidad 1, donde un minuto equivale a un segundo del mundo real. Velocidad dos, se aumenta el tiempo al doble. Y, finalmente, velocidad 3, todo se mueve ultra rápido.

De esta manera, se pueden identificar todas las dimensiones de las dinámicas de jugabilidad expuestas por Albert T. Franch y que responden a las características propias de estos tipos de juego: adquisición territorial, construcción y supervivencia.

Para comenzar a describir las dinámicas de jugabilidad puedo destacar que, al jugar, se pueden observar las diferentes necesidades a satisfacer de mi personaje, y cuyos niveles gozo se encuentran representados con una barra de Energía Para mantener los medidores completos es necesario que mi avatar interactúe con los distintos tipos de objetos y productos. Cada una de esas necesidades se encuentra representada con múltiples Iconos.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 22

Si bien este tipo de juego de simulación social no tiene metas específicas sino más bien la de sobrevivir de cualquier manera, las mismas necesidades del avatar me llevaron a buscar las maneras de satisfacerlas. Para ello debo encontrar un trabajo para cada uno de mis avatares, dado que luego de comprar y construir me quedé con tan solo \$ 1490 simoleones.

Con el fin de poder llevar adelante esta etapa de descripción del juego, conforme el instrumento de recolección de datos diseñado y nuestros objetivos de investigación, la experiencia de juego se realizará en pos de identificar las ideas de trabajo, consumo y progreso a partir de las unidades de análisis metodológico de habilidades, necesidades y profesiones (características de las dinámicas de jugabilidad que presenta el videojuego). Los distintos avances del avatar que se describe a continuación se determinan con un corte analítico de tipo semanal de los tiempos del videojuego. La descripción reporta los distintos objetivos o logros realizados por los avatares del jugador/investigador.

-----Registro Semana 1-----

Experiencia del avatar Cecilia: *mi experiencia con este sim fue complicada durante la primera semana, ya que no le agradaron muchos de los objetos, colores de pintura, pisos, muebles de la casa. Conseguí para ella el empleo de Negocios a través de una computadora que me salió \$1000. Su horario laboral será de 9.00hs a 15.00hs y cobrará \$120 al. Sin embargo, la pasan a buscar a las 8.00hs.*



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 23. Oferta de Empleo.

Habilidades necesarias para el puesto: no son necesarias habilidades particulares para ascender en este empleo, al menos en su comienzo.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 24. Habilidades

Experiencia del avatar Cesar: por otra parte, al sim hombre no le disgustó la vivienda. Para él conseguí el puesto, también con la computadora, de Auxiliar de Clínica dentro de la carrera de Medicina. Su horario es de 9.00hs a 15.00hs, pero lo pasan a buscar a las 8.00hs, una hora antes. El sueldo es de \$200 por día.



Will Wright..2020.LosSims. Screenshots. Imagen N° 25- Ascenso

Habilidades necesarias para el puesto: en esta primera instancia no es necesario ningún talento para conseguir un ascenso.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 26- Habilidades de Cesar

En las mecánicas y dinámicas de jugabilidad, es gran importancia hacer amistades para conseguir ascensos en las profesiones, conseguir mejores sueldos y, por ende, comprar mayor cantidad de electrodomésticos, muebles y hacer refacciones para que el avatar se sienta a gusto. En otras palabras, parte de las mecánicas del juego es interactuar con otros personajes para poder avanzar socialmente, así como es necesario desarrollar habilidades que permitan al sims ascender en las distintas profesiones.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 27- Amistades como mecánicas del juego

En esta semana conocí a Juan Castro y Elena Castro, que luego de muchas charlas, bromas, elogios, cosquillas y chistes logré que fueran parte de mi círculo de amigos. Cabe aclarar que se precisa de mucho tiempo para ello y mis avatares terminan muy cansados: sus barras de energía se desgastan, así como la higiene, hambre, vejiga y comodidad. De igual manera conocí a Elvira Lapida, Homero y Diana, a pesar del deterioro en las necesidades que conlleva interactuar, logré hacerlos mis amigos.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 28- Amistades del juego.

Otra mecánica a tener en cuenta son los servicios, los avatares necesitan contratar a asistentes y jardineros, dado que son actividades que llevan mucho tiempo y que, generalmente no suelen agrandar debido a que desgastan las barras de energía, comodidad, higiene y vejiga. Esto sigue marcando una tendencia al constante consumo de productos o de servicios. Es necesario, dentro de las mecánicas del juego, que las necesidades del avatar estén satisfechas para ascender en las distintas profesiones.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 29- Ascenso

Ascenso de César:

En esta primera semana, y particularmente en el primer día, César consiguió un ascenso. Ahora es paramédico y su horario laboral cambió de 23.00hs a 5.00hs, pasó a ganar \$275 por día con una bonificación de \$550. Con

ese dinero pude ampliar la casa y comprar una mesa nueva que no le disgustara a mi sim Cecilia. Las profesiones van marcando un camino dentro de las dinámicas de jugabilidad, cada vez exigen más y mejores habilidades para poder ascender dentro de las mismas.

Habilidades: *para escalar profesionalmente, a partir de ahora, necesitare conseguir dos puntos en las habilidades de mecánica. La única forma de hacerlo es estudiando (para ello hay que comprar una biblioteca) y tener un lugar donde sentarse (sillón). Recordando siempre que los más baratos brindan menor comodidad que los de mayor precio. Aquí pude notar la interrelación entre las unidades metodológicas: las habilidades, necesidades y profesiones. Una triangulación cuya motivación final, para un correcto funcionamiento, es la de poder consumir más y mejores productos y servicios que permitan, por un lado, mantener las necesidades de mis sims, así como para desarrollar distintas habilidades y continuar avanzando profesionalmente.*



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 30. Habilidades necesarias empleo.

Ascenso de César:

Tras tres días conseguí los puntos necesarios en la habilidad de mecánica e inmediatamente Cesar logró otro ascenso. Ahora es Enfermero y cobra \$340, con un nuevo horario de 09:00hs a 15:00hs.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 31.Necesidades de empleo.

Habilidades: *ahora Cesar precisa de dos puntos en la habilidad de físico. Para ello compré una máquina de hacer ejercicios, pero para poder tener un lugar donde ejercitar, tuve que construir un patio. Al mismo tiempo, decidí invertir en una mejor ducha (más cara) que brinda más higiene en menos tiempo. Mis sims van a poder bañarse mejor.*

Relevancia del tiempo: para un desarrollo óptimo de las unidades metodológicas (las habilidades, necesidades y profesiones), el factor del tiempo es importante en el juego, dado que se necesitan de más y mejores electrodomésticos, muebles, servicios, etc. para cubrir mejor las necesidades y, de esta manera, elevar las habilidades del sim en el menor tiempo posible, avanzar en las distintas profesiones y, por ende, cobrar más dinero.

A continuación, Ariel comenzará a describir la semana número dos, donde comienzan a aparecer los castigos como mecánicas dentro del juego.

-----Registro Semana 2 -----

Castigos

Ordené a César ir trabajar cuando estaba cansado y recibí una multa de \$500 por propasarse con una paciente. Otra muestra de que, dentro de las dinámicas y mecánicas del juego, tener satisfechas las necesidades es fundamental y sus correspondientes barras de energía. Voy a tener que comprar una cama donde mi avatar descanse mejor (por ende, deberá ser una cama más cara) Por otro lado, Cecilia no interactúa si estas necesidades no están en un buen nivel: no quiere estudiar, ni pintar, ni hacer ejercicio.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 32. Castigo

Ascenso de Cecilia

A pesar de tener las habilidades necesarias para el puesto, Cecilia consigue su primer ascenso tras una semana y dos. Será representante de ventas con un sueldo de \$250, su horario pasa a ser de 3.00hs a 16.00hs.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 33. Ascenso de Cecilia.

Habilidades: Cecilia precisa de dos puntos de Carisma, para poder mejorar este talento deberá hablar frente al espejo.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 34. Habilidades necesarias para el puesto.

Aspectos de la dinámica de jugabilidad que cuestan dinero: un aspecto llamativo fue la cantidad de veces que los avatares se interrumpen el paso y pierden el tiempo a la hora de pasar de una habitación a otra; es por ello que para evitar este entorpecimiento es necesario colocar dos puertas de acceso por habitación. Lo que equivale a gastar más dinero en el modo construir.

Otro aspecto, dentro de las mecánicas del juego, es que para que la barra de energía denominada Habitación se encuentre óptima requiere de cuadros, objetos de arte, peceras e incluso esculturas (de gran valor). Se determina, entonces, que las barras de necesidades son de tal complejidad que los elementos con los que interactúa el personaje, así como también aquello que lo rodea, influyen positiva o negativamente en estos medidores dependiendo del valor monetario de los objetos.

Ascenso de Cecilia

Tras tres días (tiempo que me llevó poder reunir las habilidades requeridas) Cecilia logró el ascenso, ahora es ejecutiva adjunta, trabaja de 9.00hs a 16.00hs y gana \$320 con una bonificación de \$640.

Las tareas que debe llevar adelante tanto ella como César conllevan mucho tiempo, impidiendo progresar de manera más rápida en las diferentes profesiones. Por ejemplo, Cecilia estaba muy aburrida y no quería ensayar (para adquirir carisma) por lo que tuve que hacerla ver televisión por cuatro horas, pasadas las cuales logré que ejercitara su habilidad de Carisma. Voy a invertir en un televisor de mayor valor para no perder tanto tiempo en aumentar la barra

de energía de Diversión. Las necesidades en un estado óptimo siguen jugando un rol fundamental.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 35- Asenso de Cecilia.

Habilidades: *ahora Cecilia requiere de tres amistades para ascender laboralmente. Para ello tendré que invitar a algún vecino y/o hacer una fiesta, comprar alimentos y poner música (será necesario comprar un estéreo).*



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 36- Habilidades necesarias

Finalmente, el investigador Ariel da comienzo a la semana número tres dentro del juego, donde se producen diversos acontecimientos como: un incendio, ascensos y el inicio de una vida rutinaria para sus avatares.

Se me quemó la cocina

No estoy seguro si el evento fue provocado por una falta de habilidades, por ser un avatar hombre el que estuviera realizando la acción o por tener una cocina barata. Sin embargo, el suceso no pasó a mayores porque había comprado, tiempo atrás, una alarma contra incendios que dio aviso a los bomberos.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen Nª 37. Incendio

Ascenso de Cecilia

Esta vez el puesto obtenido es el de ejecutiva, su horario laboral es de 9.00hs a 16.00hs y su sueldo es de \$400 por día con una bonificación de \$800. Cada vez los requisitos se hacen más difíciles de alcanzar y el tiempo de ocio es menor, mi personaje está inmerso en una rutina muy exigente en la que casi siempre se encuentra ocupada.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 38. Ascenso

Habilidades: Cecilia precisa de otros tres puntos de carisma, que los obtiene ensayando discursos frente al espejo. Dos de creatividad, que para alcanzar es menester comprar un caballete trípode para practicar pintura. Y, finalmente, conseguir seis amistades.

Ascenso de César

A pesar de contar con los requisitos impuestos por el juego para obtener un ascenso, luego de varios días mi sims Cesar lo consigue. Pasa a ser interino, con un sueldo de \$410 y recibió una bonificación de \$820. Por otra parte, su horario laboral es de 9.00hs a 18.00hs.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 39. Ascenso Cesar

Habilidades: ahora Cesar precisa, únicamente, aprender mecánica ya que los demás talentos y la cantidad de amistades cumplen los requisitos para el próximo ascenso.



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N° 40. Habilidades necesarias

Rutina:

Noto que para que mi avatar pueda optimizar su tiempo y mejorar sus habilidades, al mismo tiempo que consigue nuevas amistades (así como también mantiene las ya existentes, que requieren de interacción para no desgastarse y desaparecer) es necesario tener una rutina muy estricta, sin tiempo para actividades por fuera de las solicitadas por las profesiones.

Un dato que vale la pena destacar porque implica situar al jugador en un determinado contexto, sociedad y tipo de organización social es el **Pago de Impuestos**. A medida que las semanas pasan, llegan al correo ciertos impuestos sin ningún tipo de especificación, pero cuyo monto va aumentando al tiempo que mejora la casa, se amplía y se obtienen más objetos. Si el pago de impuestos no se realiza, se aplica un embargo. Es decir, si las facturas no se pagan antes de que finalice el día después de la advertencia, las mismas desaparecen y un **cobrador de impuestos** llega al lote para tomar posesión de uno o varios objetos que tengan un valor equivalente al de la deuda.

Es relevante destacar este punto dentro de las dinámicas de jugabilidad, ya que para poder cubrir estos gastos es necesario tener un empleo, así como mantener satisfechas las necesidades del personaje. Lo que implica, a su vez, gastos extras. Por otra parte, se puede observar cómo las dinámicas de jugabilidad son similares y, cada vez, es necesario contar con más habilidades para lograr ascensos en las profesiones. Lo que, a su vez, nos va a permitir obtener más dinero y satisfacer más rápido las necesidades del avatar.

En el cuadro N°2 y el cuadro N°3 (anexo pp. 139) destacaremos los distintos requisitos que son necesarios para escalar en las profesiones de los sims. Como vemos en los cuadros, y como venimos anticipando, ocurre una triangulación entre las unidades metodológicas de las habilidades, necesidades y profesiones. Una simbiosis muy íntima que se retroalimenta en la dinámica de jugabilidad y cuyo punto de encuentro es el consumo, ya sea de productos como de servicios, para progresar en el juego.



Gráfico N° 1

Relación entre Unidades Metodológicas.

Una vez descrita esta interrelación entre las unidades metodológicas solo queda relacionarlas con las representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso. Comencemos, entonces, con las dos primeras, aquí la unidad metodológica que une estas dos ideas es la de necesidades. En el juego, la mecánica asociada al trabajo solo permite cubrir las necesidades del personaje y para eso debe consumir más y mejores productos o servicios.

En segundo lugar, la relación entre trabajo y progreso está determinada por las habilidades, los avatares deben desarrollar más talentos a la medida que quieran progresar en las distintas profesiones. Y el fin último de progresar es poder consumir más y mejores productos o servicios.

El nexo final de estas tres ideas es la representación del dinero que tiene el juego, en este caso, en los simoleones.

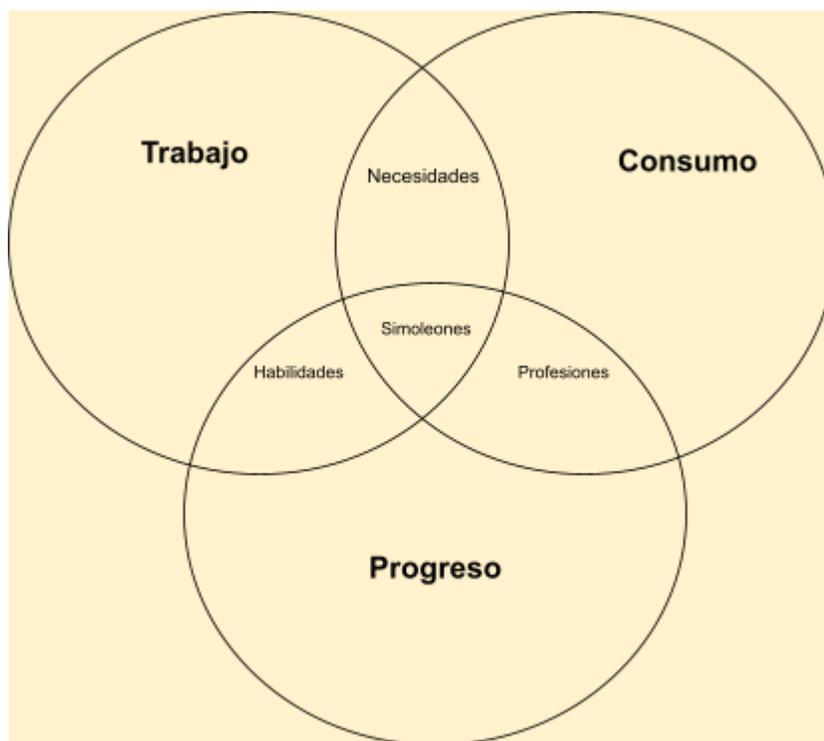


Gráfico N° 2

Relación entre Unidades Metodológicas y representaciones de las ideas de trabajo, consumo y progreso.

Análisis No Playing en segunda persona

Retomando a French (2018) “Las dinámicas son el resultado de poner las mecánicas del juego en movimiento. Cabe destacar que son parte de la experiencia de juego y, por lo tanto, de sus objetivos de jugabilidad” (pp. 32).

En este apartado evaluamos los objetivos de jugabilidad (metas, estrategias, premios y castigos) a partir del modo *Non - Playing* en segunda persona. Nos referimos a esta técnica cuando hacemos alusión a visualizar cómo juegan otras personas, analizando los registros de las partidas, subidas a la plataforma YouTube (empresa de Google), de videojugadores seleccionados.

Para caracterizar las representaciones de las audiencias, considerando a los videojugadores como audiencias, se tendrá en cuenta el instrumento propuesto y se analizarán los objetivos de jugabilidad a partir de las siguientes unidades de análisis metodológicas:

- Acciones ligadas al consumo que realiza el avatar. Es decir, todo lo que compra el jugador dentro del videojuego. Esto incluye paseos, comida, electrodomésticos, muebles, etc.
- Acciones ligadas al desarrollo laboral y profesional del personaje. Haciendo referencia a las actividades que el avatar con el fin de mejorar su trabajo. Incluye tareas que permiten subir las habilidades, contratar agencias de trabajo, comprar objetos que enriquezcan sus habilidades, etc.
- Acciones ligadas a las relaciones. Para poder progresar en Los Sims se necesita hacer amistades con los demás avatares. El videojuego ofrece más de 200 interacciones para elevar las barras de relaciones.

En el diseño de campo seleccionamos a tres youtuber que juegan a Los Sims: **Crazy Sims**, **Giuly Sims** y **Fritosaurio** son los respectivos nombres de usuario que los videojugadores utilizan en la plataforma YouTube.

Crazy Sims: Es un youtuber español que subió videos de Los Sims en el año 2019. Cuenta con 25 mil suscriptores y un promedio de 100 a 120 comentarios en cada grabación. Su partida de Los Sims fue subida a la plataforma en modo historia y titulada de la siguiente manera: “Me Llamo Iris”. La misma cuenta con diez capítulos que narran las aventuras de Iris (el avatar de Crazy) dentro del videojuego. Todos los capítulos de la serie se encuentran encadenados cronológicamente y cuentan con un relato en off del youtuber. Describiremos aquí las dinámicas de simulación y jugabilidad de los primeros cinco capítulos.

Nombre de la serie: Me llamo Iris

Capítulo 1: Mi nueva vida en ciudad Vieja

Capítulo 2: Me hago modelo

Capítulo 3: Cita con Tristán

Capítulo 4: Grabo mi primer anuncio de tv

Capítulo 5: Elvira lo deja todo por mí

Recordemos que, de ahora en adelante, lo denominaremos como Y1.

Giuly Sims: Es una youtuber argentina de la rama de los *Gamers*. En mayo del 2020 subió, en sus redes, un video para recordar cómo era jugar a los Sims 1 después de 20 años, coincidiendo con el aniversario de la creación del videojuego. Por esto, consideramos relevante para nuestro análisis seleccionar este video, ya que el usuario no solo trae al presente las formas y las mecánicas de juego de la época, sino que, también, contextualiza a Los Sims en una grabación de 14 minutos con aproximadamente 100 comentarios.

Recordemos que, de ahora en adelante, la denominaremos como Y2.

Fritosaurio: Youtuber mexicano que se autodescribe como *gamer* y *streamer*. Posee una serie de capítulos de los Sims 1 publicada en el año 2017. El jugador cuenta con 250 mil suscriptores y un promedio de 100 comentarios en sus videos, denomina a su comunidad como "fritoamigos". En su canal se pueden ver diferentes historias de la saga de Los Sims. Sus avatares protagonistas son Raúl y Saly Otoño.

Capítulo 1: El comienzo del otoño

Capítulo 2: "Hombre amo de Casa"

Capítulo 3: Mapaches al ataque

Capítulo 4: La actriz fracasada

Capítulo 5: Ladrón de Pizzas

Capítulo 6: Primera cita sale mal

Recordemos que, de ahora en adelante, lo denominaremos como Y3.

A continuación, observamos un cuadro que detalla punto por punto los objetivos de jugabilidad: metas, estrategias, premios y castigos de los tres youtubers analizados.

	Metas	Estrategias	Premios	Castigos
Y1	<p>Convertir en estrella a su avatar Iris.</p> <p>Buscarle pareja a su avatar.</p>	<p>Estrategia ahorrativa de dinero.</p> <p>Mejora las habilidades del sim.</p> <p>Invita a otro avatar a una cita.</p> <p>Compra ropa.</p> <p>Eleva los niveles de relación a partir de la combinación de interacciones.</p> <p>Compra un regalo.</p>	<p>Gana dinero</p> <p>Asciende en la lista de estrellas.</p> <p>Gana reputación</p> <p>Permite que los sims duerman juntos.</p> <p>Autoriza el ingreso de otro avatar a la casa de su sim.</p>	<p>Pierde puestos en la lista de estrellas.</p> <p>Pierde niveles de habilidad.</p>
Y2	<p>Recordar el videojuego .</p>	<p>Compra objetos para la jugabilidad (teléfono, computadora, televisor)</p> <p>Utiliza el presupuesto.</p> <p>Busca empleo para su avatar.</p>		

Y3	<p>Formar una familia.</p> <p>Satisfacer las necesidades de su avatar.</p>	<p>Recorre e investiga los tres modos de juego.</p> <p>Utiliza el presupuesto para controlar los gastos.</p> <p>Utiliza trucos de dinero.</p> <p>Compra objetos para mejorar la jugabilidad.</p>	<p>Solo completa las barras de necesidad del avatar.</p> <p>Satisface con más velocidad las necesidades.</p>	<p>Los sims exigen más objetos.</p> <p>Las barras de necesidades se vacían rápidamente.</p> <p>El avatar se orina, se duerme en el piso, se queja.</p>
----	--	--	--	--

Cuadro N°: 3 Objetivos de jugabilidad de los Youtubers

Dentro de los objetivos de jugabilidad (subcategoría operacional), como mencionamos en el marco categorial, encontramos a las metas, estrategias, premios y castigos. Por ende, el primer objetivo de jugabilidad que analizaremos de cada youtuber son sus metas:

Respecto del examen de las mismas, entendidas como las misiones del videojuego, es importante remarcar que, en Los Sims y en los juegos de simulación social, las metas se caracterizan por ser múltiples y simultáneas. La posibilidad de ofrecer diferentes tipos de metas a los jugadores convierte a Los Sims en un videojuego muy atractivo.

Las metas de un juego definen sus reglas, y estas son arbitrarias porque el diseñador puede determinarlas del modo que quiera. Estén planificadas o no, todos los videojugadores siguen un objetivo. En este caso, como se presenten múltiples misiones otorga una mayor variabilidad de elección. Son la base y el accionar de la partida.

En los Sims cuando uno comienza la partida o cuando comienza un nuevo objetivo, las metas se ven representadas en carteles que guían al videojugador.

Las metas de **Y1** es la de convertir en una estrella a su sim "Iris" en Ciudad Estudio, así como buscarle una pareja y formar una familia: "Voy a convertir en una famosa celebridad a mi avatar" (Crazy Sims, 2017:04:15). Dicho objetivo, también, se ve reflejado en la biografía del personaje. Esta es una opción dentro de la interfaz del videojuego donde el jugador puede narrar la historia de vida de su sim.



Imagen n°41 Crazy Sims, "Me llamo iris" (Ep 1 7':45").

Aquí en las metas hay un predominio de acciones ligadas al desarrollo profesional, de acuerdo con las relaciones de las unidades metodológicas.

Se debe tener en cuenta que cada partida puede tener diferentes metas en simultáneo. Como explicamos anteriormente, en paralelo, el segundo objetivo de Y1 es formar una familia (Crazy Sims, 2017. Ep. 1: 8:45). En este apartado predominan las acciones ligadas a las relaciones.

En el caso de Y2, las metas no están focalizadas. Al ser una sola partida centra su juego en comprar una casa, amueblarla, buscar trabajo, comprar electrodomésticos y recordar al videojuego. En otras palabras, cumple con la meta general del videojuego: satisfacer las necesidades del avatar.

Por último, **Y3** tiene como meta principal formar una familia "tipo" a partir de las opciones que le brinda el juego. Sin embargo, vemos que en sus diferentes partidas de juego se centra

básicamente en mantener las necesidades satisfechas. Por lo que predominan las acciones ligadas al consumo del avatar (Fritosaurio. Ep 2: 1:04 ,)

De acuerdo con lo registrado, determinamos que las metas dentro Los Sims pueden ser diferentes. Cada jugador puede decidir qué hacer, cuando, y donde dentro del videojuego. Sin embargo, para cumplir sus diferentes misiones, todos deben satisfacer las necesidades del personaje (condición común en los tres registros).

De esta manera, entendemos que existe una **meta general** que es igual para todos los videojugadores y no puede omitirse. La misma consiste en satisfacer las necesidades del avatar sin importar si las dinámicas de jugabilidad se basan en el desarrollo profesional, en el consumo o en las relaciones. Para cualquiera de estas, sin embargo, es menester complacer las necesidades de los sims.

Un videojugador puede optar, como observamos en las partidas de los youtubers, que su avatar sea estrellas de cine, paseador de perros o un artista callejero. Pero, siempre para realizar estas actividades tendrá que mantener las barras de necesidades en condiciones óptimas. Quedando sujeto a las mecánicas impuestas por el videojuego, tal como explica Albert T. Franch, la arbitrariedad es la característica principal de las "metas" de un videojuego. El diseñador impone una meta y todas dependen de ellas, se pierde así la falsa autonomía que quieren demostrar los creadores del videojuego.

En otras palabras, dentro de las opciones que ofrece la interfaz no hay restricción alguna de movilidad o de elección de objetivos y metas. Sin embargo, detrás de las misiones que se proponga el jugador, siempre deben estar satisfechas las necesidades básicas del avatar: hambre, higiene, diversión, vejiga, comodidad y descanso. No se podrá cumplir ninguna meta si no está satisfecha la meta general.

Por ejemplo:

En el Caso del Y1 en el capítulo 2 *Me hago modelo*. El videojugador, en su intento de cumplir con su meta de progresar en su carrera como famoso, antes de realizar cualquier actividad satisface las necesidades básicas del sim, de lo contrario no podría cumplir con sus misiones. Luego, en el capítulo 3 al comienzo del video aclara: "Mi avatar se encuentra bien y podemos

comenzar a jugar...” haciendo referencia a que sus necesidades se encuentran satisfechas. Esto quiere decir que, para poder desarrollar sus metas, siempre debe mantener las barras de necesidades en óptimas condiciones, de lo contrario fallará y no cumplirá sus objetivos.

Estrategias de jugabilidad: respecto del análisis, entendemos a las mismas como las maneras, formas y posibilidades de cumplir con las metas. Se encuentran determinadas por el videojuego, y son una serie de combinaciones y acciones que debe realizar el videojugador. Al haber múltiples metas existen múltiples maneras de resolverlas. Algunas veces, el videojuego te guía para cumplir un objetivo y otras no.

El primer caso que analizamos fue **Y1**, cuya meta principal es convertir a su avatar en una celebridad en Ciudad de Estudio. Para cumplir con dicha misión debe superar una serie de audiciones de canto, modelaje y baile. Las principales estrategias que elige para cumplir con dicho objetivo son:

- Estrategias dónde predominan las acciones ligadas al trabajo: decidió subir los niveles de creatividad, imaginación y físico de Iris. Para ello, debió comprar una máquina para hacer gimnasia y un cuadro para pintar (objetos que elevan los talentos requeridos). Para mejorar en el trabajo, entonces, debió consumir y gastar dinero.

También, tomó como estrategia apuntarse a una agencia de talentos que dirigiera su carrera como estrella.

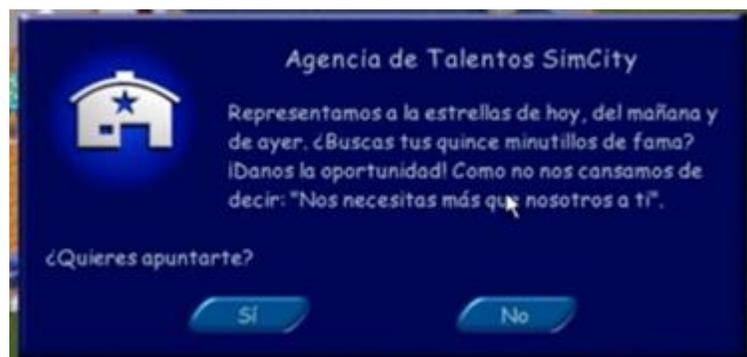


Imagen n°42 Crazy Sims Cap 2: “Me hago modelo”, (8’15’’). Recuperada 11/10/2020

- Actividades vinculadas al consumo: Y1 debió comprar más ropa y objetos para aumentar las habilidades.
- Operaciones asociadas a las relaciones: las mecánicas del videojuego exigen que para seguir avanzando como estrella se debe obtener altos niveles de relación con otros avatares famosos. Por ello, debe elevar como condición necesaria la interacción con otras celebridades. Esto se ve reflejado en el capítulo 3 de la serie a los 04':55". Sin embargo, mejorar las relaciones implica el gasto indirecto de dinero.

Al cumplir o al fallar una meta, a través de una estrategia, los jugadores reciben *premios o castigos*.

Los premios que obtiene Y1 son: dinero, ascensos en la lista de famosos en Ciudad Estudio". Esto último, permite una mayor reputación dentro del mundo de Los Sims. Además, le otorgan una gran cantidad de amistades, un auto costoso y mayor facilidad para seguir obteniendo dinero. Por lo que, mediante el análisis de este youtuber, se puede determinar que los simoleones no solo se obtienen trabajando, sino que existe una combinación de otros factores que dependen de las relaciones del sims, de la productividad del mismo y de los objetos que tiene en su hogar (como la comida) así como de sus horas de descanso. Para continuar progresando en su meta principal, Y1 siguió realizando la mayor cantidad de audiciones, por lo que siempre debió tener completa sus barras de necesidades.

Cuando estos factores no están satisfechos el avatar puede fallar, y las mecánicas de jugabilidad imponen castigos. En el caso de Y1, cuando falla en las audiciones o cuando deja de audicionar por un día (tiempo de videojuego 24') el juego sanciona bajando su nivel en la lista de famosos y sacándole puntos de habilidad (Crazy Sims Cap. 3:05:59"). Lo que implica un doble esfuerzo ya que conseguir esos niveles requiere, nuevamente, volver a consumir, trabajar e interactuar con otras celebridades.

A continuación, analizaremos **estrategias, premios y castigos** de los youtubers faltantes: Y2 e Y3.

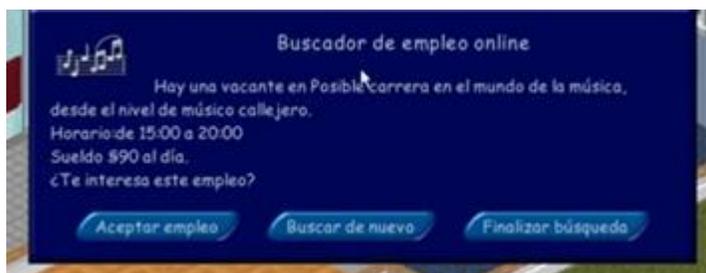
Respecto de nuestro registro la jugadora Y2, para cumplir su *meta* de satisfacer las necesidades básicas de su sim, toma las siguientes estrategias:

- Acciones ligadas al consumo: en su partida asume planes ahorrativos. Amuebla su casa con objetos económicos utilizando el dinero que ofrece de base el videojuego (20000 Simoleones). Observamos que son tres los objetos claves que adquiere en el modo compra: la computadora que ofrece tres propuestas de trabajo (dos más que el diario), el teléfono que permite la movilidad dentro del mapa y el acceso a diversos servicios) y la televisión (objeto que considera llamativo e innovador).



*(Funciones del teléfono) Imagen n°43 Giuly Sims: “Juego a Los Sims”, 11’ 04”
Recuperada 13/10/2020*

En relación a la profesión. El videojugador tiene en claro que trabajar es importante y así lo manifiesta en su video: "Si no trabajabas en los Sims no sos nada" (Giuly Sims, 2017:08'17"). El juego avisa con un cartel el horario laboral y advierte la hora en que un auto lo pasará a buscar para ir al trabajo. En la oferta se puede ver el monto de remuneración por día y la cantidad de horas que debe hacer.



(Oferta laboral) Imagen n° 44 Giuly Sims, (8'57''). Recuperada 13/10/2021

En su estrategia, no hay un predominio de alguna dinámica en particular. Pero, si coincidimos con lo que manifiesta en su relato. Ya que las estrategias basadas en las acciones ligadas a la profesión o trabajo son la base monetaria del videojuego. Es muy difícil jugar a Los Sims sin un trabajo. Podemos observar los diferentes caminos que se toman, pero todos necesitan del dinero para satisfacer las necesidades. Y el mismo se consigue trabajando. El caso que refleja lo contrario a esto es la Investigación de Miguel Sicart quien intentó jugar a Los Sims teniendo la vida de Kurt Cobain, como explicamos en la introducción, el avatar terminó rechazando tocar la guitarra y comenzó a tener malas relaciones con los personajes con los que convivía.

Sin embargo ¿es la única forma de conseguir dinero? No, para determinar esto analizamos al siguiente youtuber.

Y3 sigue la meta principal del videojuego, que como describimos anteriormente, es mantener satisfechas las necesidades del avatar.

En el Cap. 1: *El comienzo del otoño*. El videojugador crea los personajes y compra una casa siguiendo las instrucciones que ofrece el juego. A lo largo de este capítulo recorre los tres modos de juego (modo comprar, vivir y construir) como forma de *estrategia*. Además, utiliza la herramienta presupuesto para observar los gastos e ingresos

Presupuesto		
	3 días	Hoy
Ingresos:		
Empleo	\$0	\$0
Miscelánea	\$0	\$0
Gastos:		
Facturas pagadas:	\$0	\$0
Comida:	\$0	\$0
Reparaciones/Limpieza/Jardinería:	\$0	\$0
Nuevas adquisiciones:		
Objetos del hogar	-86.594	-86.594
Arquitectura/Jardinería	\$0	\$0
Gastos diversos	\$0	\$0
Flujo de efectivo	-86.604	-86.604
Total contabilidad doméstica: \$11.049		
Valor neto del contenido del hogar: \$31.791		
Días transcurridos desde la mudanza: 0		

Imagen n° 45 Fritosaurio(2017), Cap 1: 5':30"). Recuperada 12/10/2020

"Voy a realizar el siguiente truco de dinero" (Fritosaurio, 2017, Cap. 2: 5' 05"). El *gamer* recurre a la trampa como estrategia. Ante esta situación, sus acciones de jugabilidad quedan ligadas en su totalidad al consumo. La posibilidad de tener dinero sin trabajar le permite comprar cualquier objeto.

Tanto Y3 como los otros youtubers tienen en claro cuáles son los objetos necesarios y esenciales para avanzar dentro del videojuego.

Hay dos tipos de objetos que se pueden adquirir en Los Sims. A los primeros los podemos denominar esenciales: satisfacen las necesidades del sims o son vitales para satisfacerlas. Por ejemplo: cama, heladera, teléfono, cocina, etc. En segundo lugar, hay una gran cantidad de objetos que no son esenciales ya que sin ellos el juego continúa. Sin embargo, son más costosos y su ventaja radica en que satisfacen las necesidades más rápido, dan puntos de habilidad, mejoran el ánimo del avatar, etc. Estos tienen un mayor valor monetario y contribuyen a una mejor jugabilidad. Algunos de ellos son: cafetera, lavavajillas, computadora, somier, etc. Sin embargo, obtenerlos requiere de mayor cantidad de trabajo, es decir, mayor cantidad de dinero.

Es por ello que, en los registros que analizamos de Y3, una de las *estrategias* principales es mejorar la jugabilidad utilizando un truco que permita obtener dinero sin tener que trabajar. Esto provocó que se acortaran los tiempos de cocina, las tareas del hogar y posibilitó la adquisición de objetos que satisfagan las necesidades más rápido.

Sin embargo, parece contraproducente ya que la mecánica en la que se basa el videojuego hace que los avatares, al tener más objetos, sean exigentes y selectivos.



Imagen n°46 Fritosaurio(2017) Cap3 8'23").Recuperado 20/11/20

En la imagen observamos que la televisión no satisface la necesidad de diversión del sim. El avatar pide otro objeto para poder divertirse, en este caso, la máquina del millón.

Las mecánicas que se presentan en la partida de Y3 exigen una rápida satisfacción de las necesidades del personaje. El videojugador al utilizar un truco de dinero como *estrategia* hace que los avatares permanezcan más tiempo en su casa, por no tener trabajo o tener trabajos de escasa carga horaria. Esto decanta en que tengan que satisfacer las necesidades constantemente. A pesar de tener variedad de objetos se vuelve complicado mantener los medidores de energía. De esta manera, la jugabilidad se vuelve un desafío y tiene las siguientes consecuencias y castigos:

- El sim se orina y pierde puntos de higiene. Esto lo vemos reflejado en el Cap.3 a los 11':55" dónde el avatar se hace pis encima ya que la necesidad vejiga no fue satisfecha.
- La necesidad de descanso está insatisfecha, por lo que se pierden puntos de descanso y felicidad. En el Cap.5 a los 11':10" el avatar se duerme en el piso.

Las mecánicas del videojuego dan avisos previos a los castigos. No solo muestra las barras de necesidad en rojo cuando no están completas, sino que, también, los avatares gritan cuando están enojados o con sueño, saltan cuando tienen necesidad de orinar, etc.

De esta manera, observamos que a pesar de tener como estrategia el truco de dinero, las mecánicas de jugabilidad que impone el juego exigen un consumo constante y, en este caso, selectivo.

Continuando con el análisis, en el capítulo 6 del registro de vídeos de Y3 verificamos como meta principal: mejorar los niveles de relación entre Sally y Raúl (sus sims) para ello toma como estrategia inclinarse por las acciones de jugabilidad ligadas a las relaciones. Aquí decide jugar al modo "primera cita". Para poder cumplir con su meta el videojugador crea un encuentro entre sus avatares, compra un regalo y un helado. Estas últimas dos acciones están ligadas a las acciones de jugabilidad de consumo. Verificamos, entonces, que para hacer crecer las relaciones se necesita de una combinación de interacciones sociales, tal y como lo demuestra la siguiente imagen:



Imagen n°47 Fritosaurio (2017) Cap 6: "Primera cita sale mal" 10':31"). Recuperado 12/10/20.

Algunas de las interacciones que ofrece el videojuego al jugador Y3 son:



Imagen n°48 Fritosaurio, (2017), Cap.6: "Primera cita sale mal" 12'23"). Recuperado 20/11/20.

En este modo, son importantes las acciones atadas al consumo: dar un regalo, invitar a una cena, invitar a un paseo. Observamos que subir el nivel de relación entre dos avatares depende y está ligado al poder de adquisición del sim.

Finalmente podemos advertir que en los tres registros que analizamos existen algunas representaciones que no están ligadas a trabajar, consumir y progresar. Donde habría una apropiación del discurso del videojuego por parte de los jugadores. Por ejemplo: en el registro de Y1 (Cap. 5:13'14''). El youtuber crea un escenario donde plantea un casamiento homosexual entre sus dos avatares. Dentro del videojuego la mecánica de boda es para personajes de diferente sexo. Pero, a partir de una combinación de interacciones, dentro del modo relaciones, genera el ambiente de casamiento.

Sin embargo, como planteamos con anterioridad, cualquier acción dentro del mapa queda atada y relegada a la mecánica impuesta por el videojuego, que como ya explicamos, es la de mantener las necesidades siempre satisfechas.

De esta manera, dejamos abierta nuestra investigación para futuros estudios donde se analice la apropiación del discurso de los videojuegos por parte de las audiencias.

Interpretaciones y conclusiones

A continuación, realizaremos las principales interpretaciones logradas como resultados del análisis en modo de conclusiones parciales. Posteriormente desarrollaremos las conclusiones finales de este trabajo.

En consonancia con los objetivos específicos delimitados, en una primera etapa se efectuó una caracterización de la Interfaz y, a través de la cual, se realizó un análisis de los elementos visuales. Estos son aquellos componentes que comunican detalles sobre los estados del núcleo del juego al jugador y las posibles acciones disponibles en el mundo virtual. O bien son los indicadores que informan gráficamente al jugador sobre el estado y los recursos del juego. Se determinó que entre los elementos visuales del videojuego hay un claro predominio de barras que el jugador debe mantener completas. Estas se encuentran asociadas a las ideas de trabajo, consumo y progreso. Ocupando un lugar determinante en la interfaz que muestra cómo, desde las propias mecánicas del juego, se impone la idea de trabajar para poder consumir y lograr ascensos para poder progresar.

Al describir y analizar las diferentes modalidades de juegos en Los Sims (modo compra, modo vivir, y modo construir) hacemos una lectura de las representaciones que se desprenden de la interfaz en términos de que las mismas reproducen la ideología neoliberal, al naturalizarla, dado que el fin último de estos tres modos de juego es el de consumir productos, bienes y servicios para satisfacer las necesidades del avatar.

De la descripción de las características de la interfaz del videojuego “Los Sims”, se deduce que existe, existe una marcada tendencia hacia el consumo como una prioridad vital de los avatares, por sobre cualquier otro tipo de interacciones que suceden en el juego. Dado que, los productos, bienes y servicios a los que puede acceder el personaje, ocupan un lugar esencial en las representaciones dentro de la interfaz, ya sea por su valor económico como en función de la utilidad para el sim. El modo de juego comprar es un gran catálogo de objetos acompañado de descripciones e imágenes que se presentan con grandes similitudes a los portales de compras online que podemos observar actualmente.

También, se resaltan como elementos importantes dentro de la interfaz del juego, el dinero (elemento visual representado en dígitos) y el tiempo, ambos ubicados cerca uno del otro,

demostrando una correlatividad y relación mutua. Dentro del videojuego, se consta de un modo de vida donde se desarrolla el tiempo y las necesidades del Sim. Dos modos meramente dedicados a la compra de objetos para satisfacer mejor las necesidades del sim, dentro de los cuales se puede encontrar el tercer modo dedicado a la construcción del espacio físico donde habitará nuestro personaje.

Es posible advertir, por lo tanto, dentro de la interfaz del videojuego, un discurso sobre la vida cotidiana marcado por cierta idealización del consumismo como algo vital para el desarrollo del juego, o más bien, por cierta naturalización del consumo, producto de la ideología neoliberal. De esta manera, podemos detectar que el videojuego está ideológicamente guiado, dado que el consumo como tal se produce en todos los sistemas económicos, pero el consumismo es una característica de un determinado sistema que tiende a aumentar sus niveles de satisfacción personal a través del consumo asociado a la satisfacción de deseos.

Sostenemos que lo anterior se encuentra reflejado en Los Sims, ya que existe una real importancia otorgada a la compra de objetos. Estos ayudan a una mayor satisfacción de las necesidades en un tiempo menor, que se constata con la capacidad o la idea de sostener una vida más confortable con objetos caros, que cumplen las mismas funciones que uno barato, pero de forma más veloz y satisfactoria. Mientras más valor económico tenga el producto, mayor es la calidad, velocidad y cantidad de necesidad que satisface.

En efecto, el videojuego hace uso del elemento gráfico de las barras que acompañan la idea de progreso o de avance progresivo, y las utiliza para representar las cantidades que posee el sim en nociones tan fundamentales como necesidades, habilidades, construcción, entre otras. Estos medidores van determinando lógicas y metas a cumplir dentro del juego que, para completarlas, será necesario finalizar con los objetivos propuestos por Los Sims.

En otra dimensión de la interfaz, la representación del trabajo se ve reflejada en la sección de habilidades dentro del Modo Vivir, y ocupa un espacio tan fundamental en la interfaz equivalente al espacio que se le otorga a las necesidades básicas del avatar. De esta forma, el juego denota la importancia del empleo: desde la misma interfaz podemos determinar que el personaje necesita tener un trabajo y que, para progresar en el mismo, es necesario tener y mejorar sus habilidades. Por lo que, al describir las características de la interfaz, podemos afirmar que a través

de las mismas el videojuego Los Sims logra objetivar una clara representación de las ideas de trabajo, consumo y progreso. Lo que no es casual dado que se busca representar un modelo cultural.

En una etapa posterior de esta investigación, se analizaron las dinámicas de jugabilidad a partir de una experiencia *Playing* en primera persona basada en la observación participante para identificar las características de las dinámicas de jugabilidad que ofrece Los Sims, así como las categorías de trabajo, consumo y progreso. Logrando, mediante este examen, diferenciar y entender de qué manera, a través del juego, se puede difundir y naturalizar la ideología neoliberal.

Tal como delimitamos en el marco conceptual y categorial, una de las categorías que seleccionamos por ser la más representativa del modo de producción capitalista es el concepto de trabajo, cuyo fin último desde la perspectiva neoliberal, es aumentar el capital para poder adquirir bienes y servicios. El trabajador intercambia su fuerza de trabajo, especialmente capacitada para producir ciertos servicios pertenecientes al comprador de su fuerza, a cambio de un sueldo.

El videojuego posee, aunque pertenezca al género de simulación social y no cuente con metas específicas, como objetivo principal de cada avatar conseguir un trabajo para poder adquirir bienes y servicios que mejoren la calidad de vida; lo que se puede notar conforme las “especializaciones” que se instan a adquirir a fin de lograr una serie de “habilidades” sugeridas por las dinámicas de simulación del juego para, de esta manera, ir logrando que el avatar escale en las distintas etapas de la profesión que elige en el marco de su juego. De esta manera se observa como el avatar, entonces, se va convirtiendo en una especie de “producto” que el jugador va mejorando, para proponer al mercado las posibilidades que ofrece el juego. Una fuerza de trabajo que debemos capacitar para producir ciertos servicios para poder cumplir con los distintos requisitos que necesita el mercado laboral dentro de las dinámicas de simulación del juego. Por ende, podemos decir que la noción de fuerza de trabajo elaborada por Marx se encuentra muy presente en Los Sims.

No está dentro de esas posibilidades laborales que ofrece la dinámica de jugabilidad del juego, el ser los dueños de los medios productivos. Solamente te posibilita especializar la fuerza de trabajo. Esta es la dinámica que se sugiere para poder ir escalando en las distintas profesiones que, a su vez, van necesitando una fuerza de trabajo con mayor cantidad de habilidades para avanzar conforme a la lógica del juego.

Como advertimos en la hoja de observación de la experiencia de juego en primera persona, el personaje se encuentra atravesado por tener una rutina muy estricta, sin tiempo para actividades por fuera de las requeridas por las profesiones. En términos marxistas, se podría sostener que el mismo se encuentra atrapado por la lógica de la enajenación o extrañamiento en la cual el sujeto queda en una circunstancia en la que vive toda persona que no es dueña de sí misma ni es la responsable última de sus acciones y pensamientos. Esta condición se da en las sociedades neoliberales.

Ergo sostenemos que la alienación del avatar, dentro de las posibilidades que ofrece el juego, es algo que se encuentra implícito dentro en el mismo. Como explicamos anteriormente, los videojuegos son medios de comunicación y estos reproducen las estructuras sociales, sin lugar a dudas, Los Sims no son una excepción y en la simulación social que ofrece el videojuego, se explicita un modo de organización y de producción capitalista claramente demarcado.

A partir del análisis de las dinámicas de jugabilidad advertimos que el consumo se encuentra muy presente durante todo el desarrollo del videojuego. La única finalidad de ir adquiriendo habilidades a través del avatar del juego, es poder ofrecer su fuerza de trabajo al mercado, entendiendo que esta movilidad sugerida en término de mejoras o calificación personal conlleva en la misma dinámica de su jugabilidad una impronta a consumir productos o servicios.

Conforme a lo anterior advertimos que esta noción de consumo dentro del juego no es arbitraria ni desinteresada, las posibilidades de consumo reflejan un modo de producción y organización social del modelo neoliberal. No solo eso, los productos a los que puede acceder a través de la mecánica del juego tienen una estrecha relación precio-beneficios para que nuestro personaje se sienta más a gusto y optimice su tiempo, descanse, se alimente, se higienice mejor, etc.

Esta variable de consumo está relacionada con la idea de sociedad de consumo desarrollada anteriormente en el marco conceptual por Jorge Parodi, autor que explica el concepto socioeconómico de consumo y como este se encuentra estrechamente vinculado a la sociedad neoliberal. El consumo es un proceso económico asociado a la satisfacción de las necesidades y deseos de los agentes económicos. El consumo, como tal, se produce en todos los sistemas

económicos, pero, el consumismo propiamente dicho es una característica específica de la sociedad e ideología neoliberal.

Tal como es posible inferir en el análisis de los objetos y productos (bits del juego) al que nuestro avatar puede acceder, se instaura la lógica de que la adquisición de objetos de mayor valor proporciona mayores beneficios y por lo tanto un mejor desempeño dentro del juego. Es notorio como estos beneficios aumentan en la misma medida que aumente el valor (entendiéndose como el costo los productos y servicios marcados por dígitos) del producto a través de la unidad de medida asociada al precio de todos los objetos y productos que el juego permite acceder a través de los “Simoleones”.

En forma análoga es posible observar cómo las propias dinámicas de jugabilidad que el juego propone en relación con el factor tiempo llevan asociada cierta idea de “obligatoriedad” de la compra de productos que tienen mayor valor a fin de aspirar (dentro de la dinámica de jugabilidad que presenta el juego) a una “vida más plena”. En estos términos es posible interpretar que “un buen jugador de sims” es aquel que logra llevar a su personaje al éxito total, cumpliendo las metas propuestas por el juego que son: lograr hacer la casa más grande, conseguir los mejores muebles y los electrodomésticos más caros, las mejores pinturas, etc. Valores todos estos asociados a la forma de vida neoliberal.

En esta línea argumentativa afirmamos lo expuesto ya que, tal como venimos desarrollando, en las sociedades neoliberales se valora, ante todo, el incremento del bienestar material de sus miembros. Lo que constituye el principio central de la concepción de la "buena vida". El Progreso se subordina a las exigencias de la “Calidad de vida” que pueden brindar las mercancías que se adquieran.

También, mencionamos que Los Sims es un videojuego de simulación social, y las distintas metas a alcanzar no están relacionadas a pasar de nivel o derrotar a algún enemigo, sino que están mayormente relacionadas al crecimiento profesional para poder adquirir más dinero y, por ende, poder aumentar el consumo de mercancías.

Es por ello que la variable de Progreso es de vital relevancia y se muestra fuertemente demarcada en las dinámicas de los objetivos que plantea el juego. El progreso dentro de este tipo, llega en la medida que la capacidad de consumo de nuestro avatar crezca. Esto se logra a partir del

crecimiento profesional mediante una mayor especialización de su mano de obra. Podemos decir que en la medida que se cumplan los objetivos que plantea el juego, el mismo avanza y el personaje progresa.

Pero dicho progreso se encuentra estrechamente vinculado al aumento de consumo del personaje y a una reproducción del sistema económico en el que se encuentra atrapado. La exclusión de dicha lógica que en el juego implica una detención del progreso e incluso la muerte del personaje. El mensaje “implícito” de naturalización de la ideología neoliberal (tanto en los conceptos de consumo como en el trabajo) que contiene la dinámica de la jugabilidad del juego no puede ser más explícito. En el juego no se progresa si no se consume, si no se trabaja, si no se es parte del sistema.

Por otra parte, el dinero (bit del juego) ocupa una función primordial, actúa como un agente que maneja y coordina casi todas las actividades. Es simple determinar la importancia del mismo y el porqué de darle un lugar tan superlativo como el del tiempo. El juego demuestra en varios puntos la importancia que debe tener para el jugador poseer una mayor cantidad de monedas y poder cubrir acciones básicas como por ejemplo la compra de objetos para mejorar sus necesidades, la compra de comida, la construcción de una pared y muchas otras acciones.

El dinero puede obtenerse de diferentes maneras, pero la primordial es el trabajo. Es por eso que el juego en un principio recomienda que el Sim busque un empleo que le garantice un salario. Esta es una clara tendencia hacia la ideología neoliberal ya que nuestro individuo trabaja para poder comprar objetos que cubran sus necesidades básicas y le brinden una mayor calidad de vida.

En la etapa final de la investigación, a partir del análisis de las reseñas de youtubers (experiencias *Non Playing* en segunda persona), describimos los objetivos de jugabilidad que se presentaban en las partidas de tres videojugadores.

Advertimos como las metas de los diferentes jugadores pueden variar o diferir según los objetivos propuestos por los mismos. Sin embargo, si bien las metas propuestas pueden ser bien diferenciadas, observamos que los youtubers no lograron despegarse de las mecánicas propuestas

por el juego en las cuales se enfatiza el mantener las barras de necesidades siempre satisfechas para poder seguir avanzando.

Por lo cual se interpreta que las metas, en el videojuego, están atadas al consumo. La única manera en la que se puede avanzar es comprando objetos, ya que cada objeto tiene una finalidad específica. No existen maneras alternativas para poder adquirirlos si no es comprándolos. Aquí juega un rol determinante el concepto de trabajo. Esta es la estrategia fundamental para poder conseguir dinero. El simoleón permite comprar objetos para satisfacer necesidades, para mejorar habilidades laborales, para subir los niveles de relación. Sin el dinero no se puede jugar a Los Sims. Progresar en la vida profesional (conseguir premios) depende de la adquisición de objetos y de la satisfacción de la barra de necesidades. Progresar, entendido como la buena vida, es una exigencia de las dinámicas de jugabilidad impuestas por el videojuego. No existe progreso en Los Sims si un jugador no compra determinado objeto.

El videojugador debe consumir para trabajar, trabajar para poder consumir y consumir bienes para progresar en el trabajo. Siendo así el trabajo, el consumo y el progreso los pilares fundamentales del videojuego. Ergo si el avatar no consume, no trabaja y no progresa el Sim no satisface sus necesidades, no cumple con sus metas, no tiene estrategias, por ende, no obtiene premios y si castigos. En relación con lo anterior se entiende que el videojuego da una sensación de falsa autonomía al jugador. Permitiendo la libre elección de metas, libre elección de estrategias, libre movilidad dentro del mapa. Sin embargo, quienes juegan quedan atados a esta condición impuesta por las mecánicas de Los Sims. Naturalizando, de esta manera, la idea de consumo constante. Donde el videojuego se transformaría en una analogía de la sociedad de consumo. Donde el bienestar se entiende como la acumulación de bienes y donde los avatares exigen cada vez más objetos, así como las mecánicas del videojuego imponen la compra de bienes.

De esta manera, entendemos que las representaciones que se desprenden de los objetivos de jugabilidad promueven y avalan una ideología donde el sentido de la vida es el de trabajar para consumir, y el de acumular capital para poder consumir mejor, a costa de productos que estén valuados a un mayor precio.

A partir del análisis de los tres youtubers observamos como su meta era llevar al éxito total a su personaje, cumpliendo sus deseos, ascendiendo en su profesión (los cuales se seleccionan a la

hora de crear el personaje) y logrando hacer la casa más grande, con los mejores muebles y los electrodomésticos más caros. Materializando la idea de que un hombre exitoso es aquel que logra cumplir sus deseos y metas, en términos de quien tiene una casa gigante, un auto de lujo, una casa bien amoblada y el teléfono de última generación, etc.

Ergo afirmamos que las estrategias que utilizaron los tres registros analizados no escaparon de la lógica de consumir, trabajar y progresar lo que permite identificar claramente las estrategias de este videojuego: comprar más objetos, comprar objetos que mejoren las habilidades y comprar objetos estratégicos para acortar tiempos de jugabilidad.

A partir del análisis de los objetivos de jugabilidad determinamos que los premios que otorga el videojuego son: dinero, objetos, niveles de habilidades, mayor sueldo, ascensos, extensión de la jornada laboral, posibilidad de adquirir mayor reputación entre los avatares, etc. Sin embargo, notamos que para obtener dichos premios se requiere que los jugadores hayan consumido, en otras palabras, el éxito en Los Sims requiere de un consumismo extremo. Los youtubers, para cumplir con sus metas, debieron si o si adquirir objetos para mejorar habilidades, satisfacer necesidades y mejorar tiempos de jugabilidad.

En nuestro trabajo de campo ligado a la observación de los objetivos de jugabilidad que inciden en las decisiones de juego de los diferentes gamers, advertimos que existen algunas dinámicas de simulación que no hacen referencia al trabajo, al consumo y al progreso. En los vídeos analizados observamos la importancia para los youtubers de centrar su jugabilidad en las interacciones entre los avatares. Esta es una dinámica de simulación muy atractiva. Observamos que, para ellos, esta gama de interacciones que ofrece Los Sims es de gran importancia en el relato de vida de sus avatares, no obstante el mismo se encuentra siempre atado a la satisfacción de las necesidades dentro de la dinámica de jugabilidad necesarias para continuar jugando.

En dicho sentido es posible decir que la magia de Los Sims está en la simulación y la comunidad que se genera alrededor de esto. Aquí, es donde se refleja la formación de las representaciones en la conciencia individual en contacto con los medios, siguiendo el concepto de Sara Calonge. Siendo que lo que busca el creador del juego es obtener una representación lo más cercana al mundo posible, ya que en estos juegos no hay finales pre programados.

Conforme a lo anterior, y siguiendo la literatura analizada, entendemos que sin embargo puede haber una serie de representaciones que se generan desde la propia imaginación y creatividad del videojugador (siempre y cuando se tengan las necesidades satisfechas del Sims).

En relación con ello es posible notar la circulación de diferentes representaciones que no están ligadas a los conceptos de trabajo, consumo y progreso. Logramos observar cómo las audiencias, o en este caso los jugadores intentan apropiarse del discurso del videojuego dejando de lado las propias mecánicas que proponen los diseñadores en pos de un discurso a partir de una red social, con una propia historia y relato, que gira en torno a una comunidad. Sin embargo, en el juego, la jugabilidad estará atada a las mecánicas impuestas por el mismo. Mecánicas donde predomina el consumismo como forma de éxito.

Como corolario de lo anteriormente expuesto, presentamos a continuación las conclusiones finales de esta indagación.

A partir de estas interpretaciones, finalmente, podemos concluir las siguientes consideraciones. Partiendo de que el presente Trabajo de Grado tuvo como objetivo caracterizar las representaciones mediáticas ligadas a las ideas de trabajo, consumo, progreso sugeridos por las representaciones de la interfaz y las dinámicas de jugabilidad de Los Sims, que pueden leerse asociadas con la ideología y el estilo de vida neoliberal.

Para comprobar los mismos, se realizó en una primera instancia una caracterización de los videojuegos como medios de comunicación, a partir de los conceptos de cultura, ideología y procesos comunicacionales desde la mirada de Stuart Hall, del marco teórico elaborado por las perspectivas del autor Martín Barbero que caracterizan a la tecnología y los nuevos medios de comunicación, donde podemos observar cómo la tecnología re articula las relaciones entre cultura y comunicación.

Al analizar dichas nociones observamos que los videojuegos se presentan como nuevos medios de comunicación, a través del cual se ponen en manifiesto diferentes procesos comunicativos. Por ende, pueden ser considerados aparatos ideológicos del Estado, tal como lo define Althusser. Estos AIE funcionan de forma masiva y en los mismos prevalece un tipo de ideología de la clase dominante. De manera tal que, concluimos que los videojuegos forman parte

de las nuevas tecnologías que permiten la difusión de la cultura, con un papel primordial para sus usuarios que apropian e incorporan su mensaje. Continuando esta línea, entonces, se entiende que los medios de comunicación son actores fundamentales en la vida de las sociedades contemporáneas. A través de los asuntos que tratan, el lenguaje y los formatos que utilizan, apuntalamos que transmiten a la vez que recrean representaciones, valores, intereses y saberes compartidos por la comunidad en la que se desempeñan.

A partir del análisis e interpretaciones realizadas en el marco del presente trabajo podemos concluir que este videojuego oculta un complejo discurso de “luces” y “sombras” sobre la vida social: en primer lugar, un grado de libertad y la igualdad de oportunidades para los ciudadanos con independencia de género, raza o edad. Pero, por otro lado, una inquietante aparición del neoliberalismo y el consumismo en relación a modelos de vida exitosos.

Este juego puede ser analizado desde un punto de vista económico dado que justamente se trata de un juego en el que se imita la realidad, tal como se evidencia, la empresa productora promueve y avala una ideología donde el sentido de la vida es el de trabajar para consumir.

Siguiendo la lógica de análisis de los resultados obtenidos podemos afirmar que en la conformación de las representaciones mediáticas de las ideas de trabajo, consumo y progreso en el videojuego Los Sims se presentan los procesos de anclaje y objetivación (Moscovici, 1979). mientras el proceso de anclaje se manifiesta en las dinámicas de jugabilidad y en los objetivos de jugabilidad de los videojugadores (ya que se produce un proceso de categorización de la realidad social); la objetivación de estas representaciones se realiza en la interfaz del videojuego. allí, los elementos visuales, perspectivas de interacción, reglas de interfaz convierten al videojuego en un espacio en donde es posible cristalizar ciertos conceptos ideológicos asociados al estilo de vida neoliberal.

En la construcción de las representaciones mediáticas, los símbolos se manifiestan en la interfaz del videojuego. la construcción de las mismas, a nivel subjetivo, está presente en las dinámicas y mecánicas de jugabilidad que se imponen en el juego como condición necesaria para poder triunfar.

Por lo tanto, es plausible advertir cómo de esta manera se determina el modo en como tales contenidos se incorporan ulteriormente al discurso social y a la memoria de los individuos. La ideología neoliberal está claramente representada en el videojuego Los Sims.

Como resultado de la primera instancia de análisis de este trabajo concluimos que en la simbología discursiva de la interfaz los elementos visuales que encontramos en la estructura del videojuego representan la importancia que se le da al consumo, progreso y trabajo. Estos son representados en barras de energía que se encuentran presentes en todo momento en la interfaz del videojuego. Discursivamente son elementos esenciales ya que las observamos constantemente y ocupan un lugar determinante en la distribución de los espacios de la interfaz.

En las características de las dinámicas de jugabilidad, también, se ven representadas las ideas abordadas en nuestro trabajo. En los *bits* de juego, avatares, mecánicas, y el espacio y visión de juego se puede observar que, para triunfar en Los Sims, el jugador debe cumplir las mecánicas del videojuego: satisfacer las necesidades del Sim, tener mayores habilidades y lograr ascensos en las profesiones. En otras palabras, concluimos que el videojuego impone trabajar y consumir para lograr progresar. Consideramos plausible repensar, o bien incluso especificar, la definición de Los Sims como un juego simulación social, proponiendo su lectura como un juego de simulación de la sociedad de consumo.

Por último, en las representaciones que se desprenden de los objetivos de jugabilidad de las audiencias (videojugadores) concluimos que las metas y estrategias en su mayoría están asociadas a acciones ligadas a las profesiones y a actividades ligadas al consumo, que deben ser consideradas por los youtubers a la hora de cumplir sus objetivos de juego. Como se ha advertido, si bien dentro del videojuego las metas y estrategias de los jugadores pueden ser variadas y dinámicas, nunca pueden escapar de las mecánicas y dinámicas de jugabilidad de consumo que, implícitamente, impone el diseñador del videojuego, y que está atada a un tipo de ideología. En una sociedad consumista donde el capitalismo rige al mundo con su lógica de trabajar para poder seguir comprando, y en la que se excluye de la aceptación social a quienes no pueden comprar un determinado bien, Los Sims es el reflejo de las sociedades actuales y muestra la cara más cruel del consumismo.

De esta manera, considerando que los videojuegos son un medio de comunicación y teniendo en cuenta todas las etapas de investigación descritas anteriormente, concluimos que las representaciones mediáticas de los conceptos de trabajo, consumo y progreso en las dinámicas de jugabilidad y en la interfaz del videojuego Los Sims establecen y reproducen la ideología y el estilo de vida neoliberal.

Como consideración final, dejamos abierto el campo de investigación a futuras investigaciones sobre las representaciones que se desprenden de las audiencias y los videojugadores, así como de la posible, o no, apropiación de dichos discursos por parte de los mismos. Queda mucho por explorar dentro del campo de los videojuegos, y el objetivo de esta investigación es sentar las bases para seguir profundizando sobre la relevancia de los discursos implícitos dentro de los juegos y cómo estos naturalizan discursos en sus audiencias.

Bibliografía

Adoni, H., & Mane, S. (1984). *Media and the social construction of reality: Toward an integration of theory and research*. (3.a ed., Vol. 11). Communication Research. <https://doi.org/10.1177/009365084011003001>

Agudelo, P. C. (2014). *La sociedad de los avatares Videojuegos, representación y discriminación*. Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/13464>

Althusser, L., & Sazbón, J. (1970). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. (1.a ed., Vol. 3). Nueva Visión .

Aarseth, E. (2003). Playing Research: Methodological approaches to game analysis, 5th International Digital Arts and Culture Conference, Melbourne. Recuperado el 21 de marzo de 2011 en [http:// www.cs.uu.nl/docs/vakken/vw/literature/02.GameApproaches2.pdf](http://www.cs.uu.nl/docs/vakken/vw/literature/02.GameApproaches2.pdf)

Barbero, J. M. (2002). *Medios y culturas en el espacio latinoamericano* (N.o 6). Iberoamericana. <https://doi.org/10.18441/ibam.2.2002.6.89-106>

Beloff, L. (2011), Shared Motifs; Body Attachments. In RL and SL, Metaverse Creativity 1, no. 2 (2011): 135-46, Bristol: Intelle

Bogost, I. (2007). Persuasive games: The expressive power of videogames. Boston Review. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5334.001.0001>

Calonge, S. (2006). *La representación mediática: teoría y método*. Psicol. educ. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>

CABELLO, Antonio Martin, C. A. M. (2008). COMUNICACIÓN, CULTURA E IDEOLOGÍA EN LA OBRA DE STUART HALL. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 66, 01-66.
<https://doi.org/10.3989/ris.2008.i50.96>

Cuenca, D. (2013, 9 diciembre). Los videojuegos funcionan como medio de comunicación en niños y adolescentes, afirma el experto. *Cuba Debate contra el terrorismo Mediático*.
<http://www.cubadebate.cu/noticias/2013/12/09/videojuegos-funcionan-como-medio-de-comunicacion-en-ninos-y-adolescentes-afirma-experto/#.X4hlztkzBIU>

Crazy Sims. (2019, 6 julio). *Me llamo Iris* [Vídeo]. YouTube.
https://www.youtube.com/playlist?list=PLv9TbjkjJdaj5gaAQn2BtSJDrnkGZ8d2_

Franch, Albert T., “Introducción al desarrollo de videojuegos,” Instituto de Diseño Narrativo (IDN), consulta 20 de agosto de 2020.
<https://xn--diseonarrativo-tnb.com/items/show/24>.

Frasca, G. (2009): “Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción”. En: Ramos, M. y Pérez, O. (eds.): *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. Comunicación, núm.7, pp. 37-44. Universidad de Sevilla

Fritosaurio. (2018, 19 septiembre). *Los Sims 1. Gameplay en Español* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLH2jHObgFRjsKHZ-O1On1mMU4uCyMOsVu>

García C., N. (1995). *CONSUMIDORES Y CIUDADANOS Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

Gee, J. P. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo* (Vol. 4). Archidona: Aljibe.

Giuly Sims. (2020, 5 mayo). *JUEGO a LOS SIMS 1 en 2020* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=55I8GdvPCfw>

Henríquez, F. P. H. (2016, agosto). *Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos*. ANAGRAMAS - UNIVERSIDAD DE MEDELLIN. <https://doi.org/10.22395/anqr.v15n30a2>

Huizinga, J. H. (1998). *Homo Ludens* (8.a ed.). Alianza Editorial.

Juul, J. J. (2001). *Games Telling Stories? A Brief Note on Games and Narratives*. Computer Games & Digital Textualities conference.

Lacasa, P. (2011). *Los videojuegos. Aprender en mundos reales y Virtuales*. Morata.

Levis, Diego (1997), *Los videojuegos, un fenómeno de masas*, Paidós, Barcelona

Mangui, D.; González, D.; Echeverría, E.; Marín, C.; Rodríguez, P. & Guajardo, V. (2010). Leer para aprender a partir de textos multimodales: los materiales escolares como mediadores semióticos.. *Rexe*, 12 (24), 17-41.

Marx, K. (1845). *La ideología alemana*. Ediciones Akal.

Carlos Alberto Merlo (2015). *LOS CONCEPTOS DE EVOLUCIÓN SOCIAL Y PROGRESO EN MARX Y HABERMAS*. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires

Morales Corral, E. (2013, noviembre). «*La nueva cultura multimedia en la era digital. El caso de los videojuegos*». Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/27945/1/T35558.pdf>

Quiros, F. (2004) “*Estudios culturales: de críticos a vecinos del funcionalismo*” Mexico: Infoamerica.

Parodi, J. (1979). El significado del Trabajo Social en el capitalismo y la reconceptualización. Revista Acción Crítica, 4. <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/accioncritica/ac-cr-004-04.pdf>

Perez Latorre, O. L. P. (Ed.). (2010, diciembre). *Análisis de la significación del videojuego*. Universidad Pompeu Fabra.

Platt, J. (1982), “El desarrollo del método de 'observación participante' en sociología: Mito e Historia del Origen ”, en Revista de Historia de las Ciencias del Comportamiento, 19, 4

Provenzo, E. F. J. (1991). *Video kids: Making sense of Nintendo*. Harvard University Press. Harvard University Press.

Rivas, R. T. (2015). *La definición de variables o categorías de análisis* (3.a ed.). México. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3144.0087>

Sicart, M. (Ed.). (2003). “*Family values: ideology, computer games & The Sims*”. Congreso Internacional de la Digital Games Research Association (DIGRA).

Sicart, M. S. (2008). “*Defining game mechanics*” (ed., Vol. 8). Game Studies.

Tablante, L. (2005). *Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas*. Revista Temas de comunicación. Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela. Recuperado el 22 de agosto de 2015. Disponible en línea. http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAD9233_12.pdf

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.

ANEXOS

Anexo 1

Mapa descriptivo, análisis de la interfaz



Will Wright..2020.Los Sims. Screenshots. Imagen N°49 . Mapa descriptivo

Calle Sim 1 – Valor §10.500

1- Calle sim 2 – Valor §50.777

Es un lote grande con una mansión desocupada de 3 dormitorios y 1 baño. El piso inferior tiene un hall de entrada/escalera, un gran comedor formal, sala de estar con chimenea y una salón extra grande. El piso superior contiene los dormitorios. El patio trasero consta de una gran piscina, que es única por contener una isla con flores y un sauce.

2- Calle Sim 3 – Valor §24.793

Es un lote de tamaño mediano con una casa desocupada de 1 baño y 2 habitaciones. El primer piso contiene tres habitaciones. Es probable que uno sea un área de cocina/comedor, la sala del medio obviamente es un baño y la otra habitación podría ser una gran sala de estar o un dormitorio. El segundo piso está vacío y se puede ver como un dormitorio grande,

o se puede dividir fácilmente en habitaciones más pequeñas. El segundo piso contiene dos balcones.

3- Calle Sim 4 – VALOR §5.500

4- Calle Sim 5 – VALOR §35.658

Esta casa es propiedad de la familia Lápida, desde el comienzo del juego. Homero, Elvira y su hija Casandra viven en una pequeña casa de dos pisos.

5- Calle Sim 6 – Valor §10.206

Es un pequeño lote con una casa desocupada de 3 habitaciones. La casa tiene un baño y un dormitorio. Casi siempre es la recomendada por la ayuda del juego para iniciar.

6- Calle Sim 7 – Valor §19.000

Esta casa es propiedad de la familia Novato, viven Roberto Novato e Isabel Novato. Solo tiene un piso. Tiene una cocina que también sirve como comedor y sala de estar El lote es bastante grande, aunque la casa es bastante pequeña

7- Calle Sim 8 – Valor §7.000

8- Calle Sim 9 – Valor §3.500

9- Calle Sim 10 –Valor §14.144

Es un lote pequeño con una casa desocupada de 4 habitaciones. La casa tiene un baño y un dormitorio. La primera habitación es es un hall de entrada con puertas al baño y a la sala de estar/cocina.

A – Elige o crea una familia

B –Desahuciar una familia

C – Salir del juego

Anexo 2

Creación de personajes



Will Wright..2020.Los Sims .Screenshots. Imagen N° 50. Creación de personajes

- 1- Nombre del sim
- 2- Personalidad del sim Aquí se distribuyen los puntos de personalidad disponibles, que pueden ser distribuidos en 5 características predeterminadas. Esta distribución determina el signo del zodiaco del sim.
- 3- Signo del zodiaco
- 4- Puntos de personalidad disponibles
- 5- Edad del sim (Niño o Adulto)
- 6- Color de piel (Claro- Intermedio – Oscuro)
- 7- Género del Sim (Masculino o Femenino)
- 8- Cabeza del Sim (Limitado)
- 9- Atuendo del Sims (Limitado)
- 10- Biografía del sim (Opcional)

Anexo 3

Modos de Juego



Will Wright..2020.Los Sims.Screenshots.Imagen N° 51 . Modo Vivir

- 1- Campo de juego
- 2- Acceso al modo construir
- 3- Acceso al modo comprar
- 4- Acceso al modo vivir
- 5- Iconos de acciones pendientes a realizar por el sim.
- 6- Necesidades básicas del sim
- 7- Estado de humor del sim y barras de desarrollo (Relaciones-Empleo-Hogar)
- 8- Sims disponibles para interactuar
- 9- Cuadro de opciones básicas
- 10- Aquí se puede observar el tiempo, la cantidad de dinero disponible, las opciones de vista que incluyen el zoom, la posición de la cámara y la distribución de las paredes disponibles para el usuario.



Will Wright..2020.Los Sims.Screenshots.Imagen N° 52 . Modo Comprar

- 1- Campo de juego
- 2- Categorías del catálogo del producto
- 3- Productos disponibles para comprar



Will Wright..2020.Los Sims.Screenshots.Imagen N° 53 . Modo Construir

- 1 – Campo de juego
 - 2- Categorías de modificaciones disponibles.
- Nivelar el terreno, piscina, paredes, pintura, escaleras, chimeneas, árboles, pisos, puertas, ventanas, tejado, y la mano para manipular estos objetos
- 3- Líneas de demarcación donde están posicionadas puertas y ventanas
 - 5- Cuadrículas de piso y terreno.

Anexo 4

Cuadro de Habilidades.

En Los Sims las habilidades disponibles son Cocina, Mecánica, Carisma, Físico, Lógica y Creativo. Las formas en las que pueden desarrollarse estas habilidades son las siguientes:

Habilidad	Descripción	Objetos a usar	Carreras ideales
Cocina	Lee libros de cocina, que conseguirás en las estanterías, para mejorar esta habilidad. A medida que te vuelvas más experto, te sorprenderá hasta qué punto tus comidas sacian tu apetito y cómo disminuye el número de accidentes en la cocina.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estantería 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alta cocina
Mecánica	Ser un manitas en casa te ahorrará dinero en gastos de reparación. También te hará falta para progresar en ciertas profesiones, sobre todo en el ejército. Puedes mejorar esta habilidad estudiando libros de "hágalo usted mismo" que encontrarás en las estanterías.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estantería ▪ Banco de carpintería 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Militar ▪ Ciencia
Carisma	El talento de comunicador y la habilidad para hablar en público son esenciales para muchas profesiones, sobre todo si piensas dedicarte a la política. Esta habilidad mejorará si pasas cierto tiempo ensayando ante el espejo.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espejo 	<p>Todas excepto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ciencia ▪ Medicina ▪ Cumplimiento de la ley ▪ Militar
Físico	Fuerza, destreza, velocidad... son cosas que mejoras nadando o haciendo ejercicio. La habilidad física es necesaria especialmente en la carrera militar o en la de atleta profesional.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Máquina de ejercicios ▪ Piscina ▪ Toro mecánico ▪ Simulador de paracaidismo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Medicina ▪ Militar ▪ Atleta profesional ▪ Deportes de alto riesgo ▪ Cumplimiento de la ley

<p>Lógica</p>	<p>La lógica combina la "habilidad de razonamiento" con la "organización". Es especialmente útil en profesiones relacionadas con la medicina y la ciencia. Una excelente manera de mejorar esta habilidad es jugar al ajedrez.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tablero de ajedrez 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Negocios ▪ Cumplimiento de la ley ▪ Medicina ▪ Militar ▪ Política ▪ Ciencia
<p>Creativo</p>	<p>Aquí se incluye también la habilidad artística, así como el potencial para inventar y tener ideas nuevas. Es vital para muchas carreras profesionales. Esta habilidad mejorará si pintas o tocas el piano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caballete ▪ Piano 	<p>Todas excepto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Medicina ▪ Atleta profesional ▪ Política

Anexo 5

Cuadro Profesiones de familia “Chumasero”

Carrera de Medicina de Cesar		
Puesto/ Característica	Habilidades	Sueldo
<p>1) Auxiliar clínico</p> <p>El nivel más bajo y un salario de esclavo en un gran laboratorio médico... pero es una buena manera de probar tu aptitud e interés en el mundo de la medicina. Te encargarás de tomar placas de rayos-x, recoger información sobre las muestras, preparar los resultados de las pruebas, y otras muchas cosas.</p>	Ninguna	§200/día
<p>2) Paramédico</p> <p>Vas a clases de medicina y trabajas como paramédico a tiempo parcial. Tendrás que evitar la fatiga y, al mismo tiempo, sacar tiempo para estudiar e ir en las ambulancias en el turno de noche. Mantén a punto tu vehículo y el equipamiento, refuerza tanto como puedas tus habilidades mecánicas.</p>	Ninguna	§275/día
<p>3) Enfermero</p> <p>Te has graduado en la escuela de medicina, y ya tienes tu primer empleo en el Hospital General Sim. Es un trabajo muy duro en el aspecto físico, exige que estés en buenas condiciones. Sé amable y cariñoso con los pacientes para que hablen bien de tí.</p>	Mecánica:+2	§340/día
<p>4) Interno</p> <p>Ahora te llaman "doctor", pero te da la sensación de que te pasas más tiempo rellenando papeles y cambiando vendas que salvando vidas. Presta especial atención al desarrollo de tus habilidades mecánicas y lógicas; un médico necesita capacidades muy diversas. Por lo menos tienes un trabajo permanente, y por supuesto ganas más.</p>	Mecánica +2 Físico +2 Amistad +2	§410/día
<p>5) Residente</p> <p>Te han ascendido y ahora estás como médico residente en el turno de noche de la sala de urgencias. El puesto conlleva, obviamente, un gran estrés, así que necesitas un hogar</p>	Mecánica +3 Físico +2 Amistad +3	§480/día

<p>donde estés realmente cómodo. También te hará falta algo de diversión, descanso y comer de manera adecuada, o no alcanzarás el éxito. Acierta en los diagnósticos, presta especial atención a los casos difíciles, y trata bien a tus pacientes. Tu ascenso a la medicina general está a la vuelta de la esquina.</p>		
<p>6) Medicina general Esa vena altruista que tienes te ha impulsado a trabajar en un ambulatorio de barrio, en la medicina general. El sueldo no es muy alto, pero tendrás ocasión de ayudar a tus conciudadanos menos afortunados con sus huesos rotos, embarazos y sarampiones. Tendrás que cargar con mucho trabajo, pero no dejes de cultivar tus habilidades. Algún día puedes querer aspirar a otro tipo de trabajo.</p>	<p>Mecánica +3 Físico +3 Amistad +4 Lógica +4</p>	<p>§550/día</p>
<p>7) Especialista Felicidades. Ya tienes tu propia consulta, con el tradicional calendario de trabajo que siempre deja tiempo para jugar al golf. Ahora tienes más tiempo para dedicar a tu hogar, ¿y tal vez para tener una familia feliz? Sigue practicando tu carisma si quieres ascender en esta rama profesional.</p>	<p>Mecánica +4 Físico +4 Amistad +5 Lógica +4 Creativo+1 Carisma +3</p>	<p>§625/día</p>
<p>8) Cirujano Ahora estás en la élite, y se nota en tu salario. Para este trabajo sólo sirve gente descansada y tranquila, así que controla tus niveles emocionales, come bien y duerme lo necesario. También tendrás que sacar tiempo para estudiar en casa y mantener en forma el hemisferio izquierdo de tu cerebro, que es el que se encarga de la lógica. Mejora tu creatividad tanto como puedas.</p>	<p>Físico +5 Amistad +9 Lógica +8 Creativo+2 Carisma +3</p>	<p>§700/día</p>

<p>9) Investigador médico</p> <p>Has creado un nuevo suero vacuna en los laboratorios de investigación médica más avanzados de SimCity, y estás entre los investigadores mejor pagados del mundo. Si aún quieres más pasta, sigue cultivando tus habilidades para llegar a director de hospital, puesto en el que tendrás un porcentaje sobre los beneficios. investigación médica más avanzados de SimCity, y estás entre los investigadores mejor pagados del mundo. Si aún quieres más pasta, sigue cultivando tus habilidades para llegar a director de hospital, puesto en el que tendrás un porcentaje sobre los beneficios.</p>	<p>Mecánica +8 Físico +6 Amistad +5 Lógica +6 Creativo+3 Carisma +3 Amistad +5 Lógica +6 Creativo+3 Carisma +3</p>	<p>§775/día</p>
<p>10) Director de hospital</p> <p>Eres uno de los médicos mas respetados de SimCity. Te posos las horas laborales en tu despacho del hospital, que ahora en parte te pertenece, y sacas buenos beneficios al tiempo que mantienes con buena salud a tus conciudadanos.</p>	<p>Mecánica +8 Físico +7 Amistad +9 Lógica +9 Creativo+6 Carisma +8</p>	<p>§850/día</p>

Anexo 6

Profesiones de familia “Chumasero”.

Profesión de Negocios de Cecilia			
Descripción	Salario	Amistades	Habilidades
<p>Encargado del correo: Salario mínimo, pero entrarás en una de las megacorporaciones de SimCity. Te tienes que encargar de que la fotocopiadora y la máquina de café funcionen a la perfección. Debes ser organizado, estar disponible, y mostrarte sociable y cordial cuando vayas empujando tu carrito por los pasillos. Puede que algún ejecutivo de la compañía tenga buen ojo y te tenga en cuenta cuando haya una vacante en un puesto superior.</p>	§120	0	Ninguna
<p>Ayudante ejecutivo: Se trabajan muchas horas, pero tendrás ocasión de ponerte al teléfono, mejorar tu habilidad de trato con la gente, y más ocasiones de complacer al Jefe. Si mejoras tus habilidades mecánicas quizá puedas arreglar la fotocopiadora la próxima vez que ese trasto se averíe. Eso sí que hará que el jefe se fije en ti.</p>	§180	0	Ninguna
<p>Representante de ventas: Antes de progresar en la compañía tendrás que ganártelo con muchas horas de carretera. Cumple con tu cupo de ventas (el carisma es imprescindible) y establece contactos, y estarás más cerca de un ascenso que te lleve a un despacho sin ruedas.</p>	§250	0	Mecánica: 2
<p>Ejecutivo adjunto: Ahora tienes esclavos propios a los que tratar a patadas, un cubículo para ti solo, y un sueldo decente... pero aún te queda un largo camino hasta acceder a los cuartos de baño decentes. Mantener buenas relaciones con la gente, y probar tu talento para la lógica, hará que tus superiores se fijen en ti.</p>	§320	1	Carisma: 2
<p>Ejecutivo: Dispones de un ejecutivo adjunto a tus órdenes, y un despacho de los de verdad, con puerta que se cierra y todo. Lo malo es que, en la compañía para la que trabajas, el nivel de ejecutivos está superpoblado. Una mejora en tus habilidades y una buena actitud en el trabajo</p>			

te ayudarán a destacar entre los demás e impresionar a tus superiores.	§400	3	Lógica: 2
Administrador senior: Tu sueldo se dispara, porque ahora tienes a tu cargo el control de varias franquicias. Hay muchos ejecutivos a tus órdenes, de manera que las habilidades de carisma y lógica te ayudarán a resolver discusiones y a hacer que los diferentes equipos funcionen sin problemas. Tendrás que mejorar tu drive, de ahora en adelante cerrarás muchos tratos en el campo de golf. Así que tampoco estará de más cuidar tu aspecto físico.	§520	6	Carisma: 3 Lógica: 3 Creatividad: 2
Consejero: Tienes un despacho con vistas a dos calles. Otro aumento de sueldo. Pero la competencia en este piso es muy dura. Sigue cultivando tus habilidades y haz muchos amigos, nunca sabes cuándo los vas a necesitar.	§660	8	Carisma: 4 Lógica: 4 Físico: 2
Vicepresidente: La compañía manda cada mañana a tu casa un cochazo para recogerte. Tu despacho es una suite en el piso superior, y tu nómina da vértigo. Tu creatividad está al máximo, te sientes el más sagaz, el más poderoso. Pero todo tiene su lado malo: más estrés, y a algunos de tus vecinos no les gustará que tengas tanto éxito (nada que no se arregle con invitarlos a una barbacoa en el jardín de tu casa. Y quién sabe, así quizá conozcas a más gente...)	§800	10	Carisma: 5 Lógica: 6 Creatividad: 3
Presidente: El mandamos de tu compañía. Pero, ¿puede un ejecutivo poderoso y eficaz equilibrar sus responsabilidades en el trabajo con las necesidades de su cónyuge, sus hijos y amigos? Tus responsabilidades sociales crecen, quizá sea hora de que te traslades a una casa más grande para recibir a los figurones como se merecen.	§950	12	Carisma: 6 Lógica: 7 Creatividad: 5
Magnate: Eres un empresario agresivo, diriges un conglomerado con oficinas en todo el mundo. Pero, ahora que eres un pilar de la sociedad, ni te lo imaginas... Se espera que hagas donativos para caridad, para mantener tu posición entre tus conciudadanos sims. Pese a los inconvenientes, con éxito la vida es bella.	§1.200	14	Carisma: 8 Lógica: 9 Creatividad: 6

Anexo 7

Videos de youtubers Análisis Non-Playing

Crazy Sims. (2019, 6 julio). *Me llamo Iris* [Vídeo]. YouTube.

Capítulo 1: Mi nueva vida en ciudad Vieja

<https://youtu.be/rkRcVyDUMVc>

Capitulo 2: Me hago modelo

https://youtu.be/A6_pDjFG8a8

Capítulo 3: Cita con Tristán

<https://youtu.be/LII-S1bGSFU>

Capítulo 4: Grabó mi primer anuncio de tv

<https://youtu.be/tg7aMkvZ3A>

Capítulo 5: Elvira lo deja todo por mi

<https://youtu.be/jzXZc7xi8kM>

Giuly Sims. (2020, 5 mayo). *JUEGO a LOS SIMS 1 en 2020* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=55I8GdvPCfw>

Fritosaurio. (2018, 19 septiembre). *Los Sims 1 . Gameplay en Español* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLH2jHObgFRjsKHZ-O1On1mMU4uCyMOsVu>

Capítulo 1: El comienzo de los Otoño

<https://youtu.be/zy0cI1KNJ1c>

Capítulo 2: "Hombre amo de Casa"

<https://youtu.be/J5pZquSCz5o>

Capítulo 3: Mapaches al ataque

<https://youtu.be/vylt39brMzk>

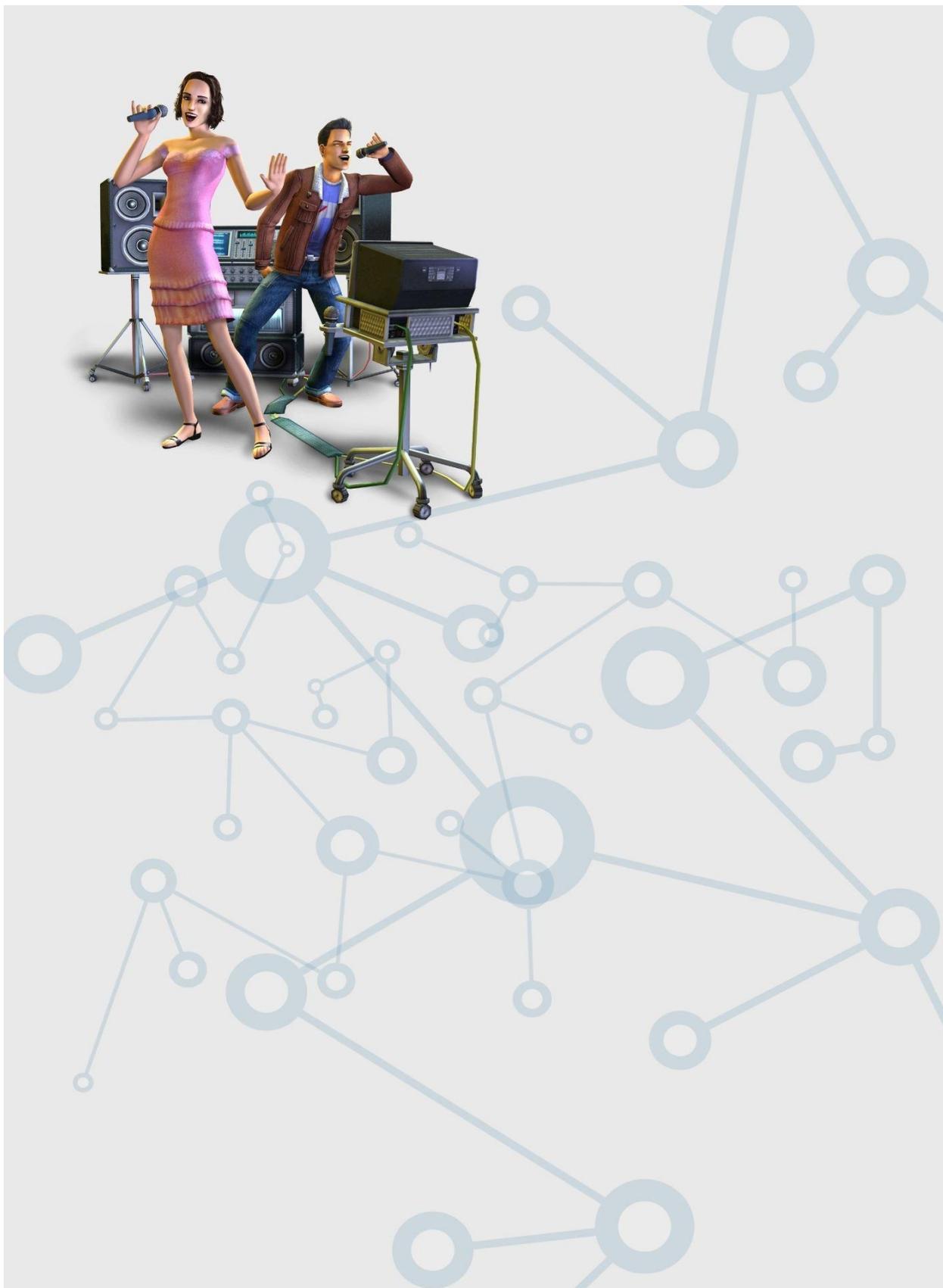
Capítulo 4: La actriz fracasada

<https://youtu.be/xaiWGJuh06Q>

Capítulo 5: Ladrón de Pizzas

<https://youtu.be/WgZEqSNgusw>

Capítulo 6: Primera cita sale mal



Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación