



# KUBERNÉTICA

POR UN USO ÉTICO DE LA TECNOLOGÍA

[WWW.KUBERNETICA.COM](http://WWW.KUBERNETICA.COM)

[www.kubernetica.com](http://www.kubernetica.com)

[contacto@kubernetica.com](mailto:contacto@kubernetica.com)

© 2006 - 2016

Esta obra se encuentra bajo una licencia *Creative Commons*  
Reconocimiento - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
(CC BY-NC-ND 2.5).

# Videjuegos: ¿arte o producto de consumo?

María Victoria Quiroga

Estudiante de la Licenciatura en Gestión de Medios y Entretenimiento  
Universidad Argentina de la Empresa (Argentina)

---

## 1. Introducción

“Los cánones estéticos son cambiantes y como tales escasamente fiables. Teniendo en cuenta esta consideración, para reconocer el carácter artístico de un objeto material o inmaterial, resulta conveniente poner el énfasis en el uso significativo que las personas y la sociedad en su conjunto hacen de él, y no en su naturaleza o materialidad” (Levis 2001: 11).

En los últimos años, debido a su creciente popularidad y desarrollo, académicos y profesionales del ámbito de los videjuegos han elaborado teorías y han tomado posturas acerca de los mismos. En consecuencia, surgieron así dos tendencias opuestas: por un lado, los videjuegos considerados solamente como bienes de consumo; por el otro, los videjuegos concebidos como expresión artística.

En primera instancia, por lo general, la disparidad aparece debido a la versatilidad del término *arte* y a las confusiones que éste genera. Paul Valery explica que “[l]a palabra arte primeramente significó manera de hacer y nada más. Esta acepción ilimitada ha dejado de usarse” (Valery 1990: 190). Hoy en día, ciertos teóricos, como el escritor Diego Levis, suelen definirla como lenguaje e instrumento de comunicación y conocimiento. Aparentemente, no son los aspectos formales lo que priman en la consideración y valoración de las obras de arte, sino la recepción de las mismas.

La controversia que genera el concepto de arte es solo un eslabón en la cadena de factores que definen al videjuego como producto o como obra artística. A lo largo del presente ensayo, se analizarán los argumentos sostenidos por ambas posturas para intentar comprender si los videjuegos son formas artísticas o simplemente una mercancía destinada al consumo.

## 2. Los videjuegos en tanto producto de consumo

Los videjuegos pueden ser considerados productos de consumo, ya que son comercializados por empresas para satisfacer las necesidades de un mercado.

El diseño de los mismos está limitado a las normas de producción de grandes compañías, restringiendo las decisiones creativas en vistas de su principal objetivo: ser monetariamente redituables. A su vez, en ciertas ocasiones las compañías lanzan videojuegos con temáticas repetitivas y titulares muy similares, transformándolos cada vez más en productos de consumo que ofrecen una forma de entretenimiento banal para los consumidores, que fomenta además la competencia.

Ciertas personalidades del mundo de los medios interactivos sostienen que los videojuegos no son formas de arte sino más bien servicios. Una de las principales figuras que se oponen a la postura del videojuego como arte es el reconocido crítico de cine, Roger Ebert, quien argumentó que éstos no deben ser considerados como arte, simplemente, por su propia naturaleza y por las normas que los delimitan. Por su parte, uno de los diseñadores de videojuegos más famosos, Hideo Kojima, en una entrevista, explicó que en su opinión: “Las piezas de arte son aquellas que cautivan a gran cantidad de personas. Los videojuegos no lo intentan, sino que tratan de asegurarse de que sus compradores disfruten del servicio que provee el juego”. En otras palabras, según esta visión, los videojuegos son sólo productos que brindan un servicio a los jugadores. De ser así, ¿es ése su fin último? Por ser productos ¿automáticamente dejarían de ser formas artísticas?

### **3. Los videojuegos en tanto formas artísticas**

Los videojuegos pueden ser considerados formas artísticas, ya que enlazan varios mecanismos creativos que ofrecen las tecnologías digitales y generan un nexo particular con los jugadores a través de la interactividad. Diego Levis afirma que:

“Se conjuga la riqueza visual y estética de los universos propuestos con la capacidad interactiva de las computadoras, dando lugar a la aparición de un nuevo lenguaje cinético (...) Los juegos electrónicos incorporan imágenes, formas y contenidos propios del cine, sin perder su característica distintiva: la interactividad” (Levis 2011: 39).

Una de las razones más utilizadas para justificar el concepto de videojuegos como arte, es esta estrecha relación con la cinematografía. Desde sus comienzos, los juegos electrónicos tomaron personajes e historias pertenecientes originalmente a films o incluso a programas de televisión. Luego el proceso se produjo a la inversa: fueron los personajes de los juegos los que inspiraron la producción de material mediático. Con respecto al reconocimiento artístico de la disciplina, también en el cine fue un tema a debatir. Al igual que en los videojuegos, la sofisticación de los films generó

que instituciones como museos reconociesen su carácter artístico. Si bien es difícil detectar el elemento artístico en *Pong* (el primer videojuego), también lo fue para la *llegada del tren* de los hermanos Lumière.

Es a partir de las técnicas digitales que los juegos electrónicos pueden narrar historias con mayor complejidad y calidad visual. Éstas, junto con la interactividad, permiten generar en los jugadores emociones de otra naturaleza, diferentes a las experimentadas con las formas artísticas anteriores. Henry Jenkins, director en la Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales del [MIT](#) (Massachusetts Institute of Technology) explica que:

“[L]os juegos representan un arte nuevo y vital, tan adecuado a la era digital como lo fueron los anteriores medios a la era de las máquinas. Facilitan el acceso a nuevas experiencias estéticas y convierten la pantalla del ordenador en un reino de experimentación e innovación ampliamente accesible” (Jenkins, 2002:5).

#### **4. Conclusión**

Es innegable que los videojuegos son una mercancía para las industrias que los producen. Su propia naturaleza está ligada a su objetivo de brindar un servicio y de entretener a los jugadores. Sin embargo, no por eso dejarían de ser expresiones artísticas ya que algunas de ellas, tal como las películas y los libros, también son productos. La misma definición de la calidad artística de un objeto, a pesar de las complejidades que implica, está regida por la recepción que realiza la sociedad del mismo, tal como explica Levis. En este caso, la función que tienen los videojuegos en la actualidad está basada en ofrecer experiencias inusuales a los jugadores. Esto se logra a través de la interactividad y a las nuevas técnicas digitales, dando lugar a una nueva forma artística.

## 5. Bibliografía

CLARKE, Andy; MITCHELL, Grethe. *Videogames and Art*. UK: Intellect Books 2007

CRAWFORD, C. *The Art of computer game design*. Versión Electrónica Washington State University Vancouver en: <http://www.stanford.edu/class/sts145/Library/Crawford%20on%20Game%20Design.pdf>

LEVIS, Diego. *Arte y computadoras. Del pigmento al bit*. Versión electrónica. Buenos Aires: 2011.

LEVIS, Diego. *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós 1997

VALERY, Paul. *Teoría poética y estética*. 2º edición Madrid: La Balsa de la Medusa/Visor. 1999. p 190

### Artículos electrónicos

EBERT, ROGER. *Video games can never be art*. En: [http://blogs.suntimes.com/ebert/2010/04/video\\_games\\_can\\_never\\_be\\_art.html](http://blogs.suntimes.com/ebert/2010/04/video_games_can_never_be_art.html) 2010

JENKINS, Henry. *Art Form for the Digital Age*. En: [http://www.stanford.edu/class/sts145/Library/jenkins\\_artform.pdf](http://www.stanford.edu/class/sts145/Library/jenkins_artform.pdf) 2000  
*Games the new lively art*. En <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/GamesNewLively.html>

LEVIS, Diego. *Videojuegos y cine: Intersecciones e influencias*. En: [http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/cine\\_vj.pdf](http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/cine_vj.pdf) 2001

SMUTS, Aaron. *Are video games art?* En: <http://www.contempaesthetics.org/newvolume/pages/article.php?articleID=299> 2005

WOLF, Mark J. P.; PERRON, Bernard. Introducción a la teoría del videojuego<sup>3</sup>. Formats. En: [http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/arti2\\_esp.htm](http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/arti2_esp.htm) 2005 p 20.

### Entrevista

<http://www.vidaextra.com/cultura/kojima-creo-que-los-videojuegos-no-son-arte>