

FUTBOL Y VIDEOJUEGOS: REINVENTANDO EL JUEGO

Bruno Peláez ¹

RESUMEN: en este texto se presenta una reflexión sobre la interacción digital (videojuego) y su fusión con el deporte más popular del mundo. Se plantea la idea de que los videojuegos son verdaderas expresiones de sus creadores, ya que no solamente son producto de la cultura, sino también transformadores de la misma. En un contexto de una insipiente era digital, los videojuegos empezaron a explorar el traslado de una experiencia lúdica física a su forma electrónica, fenómeno apenas estudiado en los estudios de comunicación.

PALABRAS CLAVES (KEY WORDS): Medios Interactivos, Industria de los Videojuegos, Deporte, Futbol.

INTRODUCCIÓN

El videojuego es un medio interactivo digital que surgió a principio de la década de los 60 durante el siglo XX. Hoy en día la industria del videojuego es millonaria, tanto que desafía en ganancias a la industria del cine y de la música. La producción masiva, en combinación con el fenómeno conocido como globalización, lograron que los videojuegos sean un éxito en varios países de los cinco continentes.

Los juegos de video son comúnmente catalogados como un “medio de entretenimiento”, así como usualmente se cataloga al cine y la televisión, debido a que durante el *boom* de la industria (mediados de la década de los 80’ del siglo pasado) eran una tecnología con un contenido y estructura enfocada principalmente para los niños y adolescentes. Algo distinto al mercado actual, ya que en los últimos 20 años la industria y el rango de consumidores se han expandido de manera impresionante. Decir hoy en día que los videojuegos son solamente “entretenimiento” y “para niños” es anticuado, el valor de este medio es mucho mayor debido a su potencial en distintas aplicaciones como la educación, por mencionar un ejemplo.

El videojuego, como todo medio de comunicación, es un producto cultural que corresponde a un contexto, una sociedad y ciertos fines. A lo largo del tiempo su tecnología como su contenido han experimentado un sin fin de cambios, realizado esto por personas de distintas

disciplinas (programadores, diseñadores gráficos, escritores, etc.). Estos cambios han convertido a los juegos de video ya no solamente en juegos sino en verdaderas expresiones de sus creadores, implicando una ideología y percepción de la realidad.

La relación entre el videojuego y el fútbol es un punto interesante a estudiar sobre éste fenómeno del siglo XX, debido a que aquí se junta no sólo el problema de la adaptación o transformación de un juego en otro juego sino que también está presente la gran mercadotecnia que gira alrededor de la industria del fútbol.

En este texto se hará una breve referencia a la relevancia del videojuego en el mundo hoy en día, como una pequeña explicación sobre el estado de la cuestión de este medio para entonces llegar al tema principal, fútbol y videojuegos.

MARCO TEÓRICO SOBRE LOS VIDEOJUEGOS

El videojuego es un medio al que apenas se le ha dado importancia académica. Poca gente se ha dado cuenta del potencial de este medio y son los prejuicios sobre él los que predominan en la percepción de la personas. Los más comunes son que los videojuegos vuelven a los usuarios violentos, que son un mero aparato de entretenimiento y que sus consumidores son exclusivamente niños o “nerds”. Romper con esta percepción es algo que poco a poco se va logrando (no sólo por los académicos y los usuarios sino también por el mismo ritmo de la industria).

La diferencia del videojuego y los demás medios es la interacción. Interactuar es prácticamente el diálogo entre el usuario y la máquina, donde las acciones del jugador se proyectan en la pantalla creando así la sensación de estar dentro de un mundo virtual. Este diálogo se realiza por medio de la interfaz, que se entiende como todo aquello que transmite la información entre el usuario y la máquina, en el caso del videojuego prácticamente son los controles y los íconos desplegados en la pantalla.

Dicha sensación de encontrarse “dentro” del mundo digital se denomina “inmersión”, y es cuando se logra que el usuario perciba la experiencia de videojugar como “real”. Es justo este

tipo de inmersión interactiva la que distingue al videojuego del resto de los medios, donde la inmersión es pasiva y lector o espectador no puede repercutir en la historia que se le está narrando o en la escena que está presenciando.

El estudio del videojuego es interdisciplinario, esto quiere decir que son varias disciplinas las que se acercan a sus diversos aspectos, algunas de ellas son programación, teoría de medios, psicología, filosofía, sociología, teoría del cibertexto, etc. Por el momento no existe una disciplina exclusiva para el estudio de este medio pero sí existen dos corrientes que han ido ganando fuerza a lo largo de los años: la narratología y ludología. Estas escuelas se encuentran principalmente en Estados Unidos y Dinamarca, cabe aclarar que no se oponen sino que enfocan su investigación a distintos elementos tratando de entender el fenómeno y sus capacidades.

En una breve explicación, la *narratología* interpreta al videojuego como un medio narrativo, donde hay un guión y los usuarios son actores de la historia, asumiendo ciertos roles y metas. La *ludología* se acerca al videojuego desde el estudio del juego, algo un poco más difícil ya que primero se debe entender lo que es el juego (su relación y función con la sociedad y cultura) y como cambia cuando se vuelve digital. Al final estas dos corrientes buscan lo mismo que es entender al fenómeno del videojuego, así como muchas otras disciplinas aportarán sus descubrimientos al estudio, pero como se puede notar todo está iniciando apenas.

Existe la percepción de que un videojuego vuelve al usuario en un ser pasivo que no busca más allá de estar sentado frente a la televisión videojugando. Esto es en cierta medida cierto pero no se debe al medio sino a la educación de la persona, especialmente cuando es un niño y no se le induce a realizar un deporte. El medio de entretenimiento, como cualquier otro (cine o televisión, siendo los más comunes), siempre está presente en la vida de la gente y es fácil confundir lo que sucede y relacionarlo con el comportamiento de la persona cargándole responsabilidad al aparato. Aunque un videojuego si logra crear la ilusión de estar en acción (correr, golpear) cuando uno realmente está presionando botones con los dedos (la ya explicada inmersión).

Llevando este tema a la relación videojuego-fútbol, es difícil encontrar ejemplos de este tipo ya que normalmente la gente que gusta del fútbol no sólo es como espectador o videojugador sino también con actor, jugar una “cascarita” con amigos y luego irse a casa de uno de ellos a echarse unas retas de videojuegos de fútbol es algo común en este tipo de comunidad. El conocimiento y gusto de este deporte generalmente empieza por practicarlo y disfrutarlo, algo que difícilmente se va a perder (sin importar la complejidad física de la persona).

Estudiar y entender el videojuego no es algo sencillo ni fácil que se va a resolver pronto, ya que mientras el medio siga desarrollándose y buscando un lenguaje propio, siempre habrá innovación en la interacción e inmersión. Además de un continuo desarrollo de áreas de ciertas disciplinas para entenderlo. La ludología y la narratología son las principales columnas de este estudio pero no son las únicas, mientras el juego de video siga en evolución igual seguirá su estudio.

LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO Y SU IMPORTANCIA SOCIO-ECONÓMICA

La idea de que el videojuego es un objeto cotidiano se puede explicar por que todos aquellos niños que “videojugaron” en las décadas de su surgimiento, ya crecieron, y las generaciones siguientes ya nacieron con la existencia de los mismos, volviéndose así “normal” o “cotidiano” en las tecnologías contemporáneas (como la televisión, la radio, el cine, la computadora, etc.) y si esto se traduce en números, el resultado es impresionante. No se puede pasar por alto la ganancia de dicha industria, así como todas sus redes y áreas de consumo. Tampoco se puede negar que la industria del videojuego es una de las más prósperas en los últimos 15 años. En el 2005 en ventas, solamente en E.U., los videojuegos recaudaron 10.5 billones de dólares (NPD Group 2006).

No solamente la industria del videojuego gana dinero, también los jugadores pueden llegar a ganar hasta \$20,00.00 dólares en torneos mundiales de videojuegos. Estos jugadores también firman contratos publicitarios con empresas de tecnología, por lo que se puede ver una mini-industria de marketing y publicidad, como ocurre con los deportistas profesionales.

El videojuego es hoy una industria cultural y como tal en ella se encuentran representadas las necesidades, ilusiones, fantasías, gustos, intelecto, capacidad de narración, entre otras, de la sociedad de principio del siglo XXI. En otras palabras: la cultura. Pero el videojuego, como todo objeto cultural, no solamente es un producto o un efecto de la misma cultura sino que también por su dinamismo la ha impactado e incluso ha transformado a ésta. Tal como en su momento lo hizo el automóvil. Hay que poner mucha atención a este punto ya que el videojuego en muchos aspectos, por ejemplo: comunidades en línea están cambiando a la sociedad y cultura que los creó e hizo crecer. El juego de video tiene muchas aplicaciones en un sentido práctico, una de ellas es su capacidad educativa en el usuario. Por ejemplo, un videojuego donde se controla un avión es una experiencia simulada de pilotear que va desde despegar hasta aterrizar. Las escuelas de aviación utilizan estos simuladores para entrenar a los estudiantes.

El videojuego es parte de la revolución digital que vive nuestra sociedad actualmente. Este seguramente será el medio de entretenimiento que más se desarrolle y explote en el inicio de este siglo XXI. Su papel en los medios de comunicación apenas está iniciando.

EL JUEGO Y SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DIGITALES

Jesper Juul, ludólogo, sabe que los juegos han sufrido un cambio notable con los medios electrónicos, se han desarrollado de tal manera que parece que ya no es necesaria una referencia de los juegos tradicionales o no-digitales, por eso, estudia las definiciones anteriores del juego para crear una que sea capaz de explicar que es lo que relaciona a los juegos electrónicos con los demás juegos y que es lo que sucede en los límites del campo de los juegos. Después de un análisis de definiciones anteriores y encontrando los elementos necesarios para definir un juego, lo define como:

“A game is a rule-based formal system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels attached to the outcome, and the consequences of the activity are optional and negotiable (Juul. 2003).²

Por lo que Juul dice, un videojuego se compone de:

- Un sistema formal por sus reglas, resultados variables y contables.
- Las metas del jugador se deben a los valores asignados.
- La relación entre el sistema y jugador es el esfuerzo realizado por éste así como su adhesión al resultado.
- Relación entre el juego y el resto del mundo: la negociación de las consecuencias.

Cada uno de los elementos son explicados conforme a su función en el juego y en el videojuego (Juul, 2003):

- a) Reglas fijas.- Un juego debe tener reglas bien definidas por dos motivos: para que no se discutan cada vez que se juega y para que puedan ser programables por la computadora.
- b) Resultados variables y contables.- Para que un juego funcione debe tener varios resultados y definidos (contables), para que también no sea discutido cual es el fin del juego.
- c) Valorización del resultado.- Esto significa que los resultados tienen valores, y uno debe ser mejor que otro (ej. ganar y perder).
- d) Esfuerzo del jugador.- El jugador debe de realizar una actividad para que el juego se de. Es otra forma de decir que los juegos son retos o que contienen conflictos o que son interactivos.
- e) Adhesión del jugador al resultado.- Es la convención psicológica que existe entre el jugador y el juego, en donde el jugador se debe apegar al resultado que le corresponde después de jugar.
- f) Consecuencia negociable.- Las consecuencias de un juego en la vida real son negociables (ej. una apuesta), aunque también hay consecuencias que no son negociables (ej. el enojo de un perdedor).

Es importante explicar que los juegos son *transmediales*, esto quiere decir que un juego se puede experimentar en diferentes medios. Por ejemplo, el ajedrez se puede jugar en un tablero de madera (con fichas de madera), se puede jugar con cartas (el valor- reina, peón, etc.- dibujado en la carta), se puede jugar en una computadora o se puede jugar “actuando” (cada persona se debe disfrazar de la ficha correspondiente).

Esto implica comprender que algunos juegos no están ligados a un medio y que los elementos del juego son en un principio siempre abstractos (sus reglas, su fin, etc.), ya que pueden descansar en diversas formas. A esto Juul (2003) le llaman *inmaterial support* del juego. En esta idea de los juegos como *transmediales* es necesario hacer ciertas consideraciones. Se debe hacer una diferencia entre *implementación* y *adaptación*. Un juego implementado es aquél en el que el traslado de su medio original al siguiente sea un mapeo exacto de los estados posibles del juego, por ejemplo, trasladar una baraja de cartas a la computadora. Por otro lado, es la adaptación en donde no es posible copiar el juego de su estado original al otro medio, por ejemplo, trasladar el fútbol a un videojuego.

Jesper Juul (2003) señala que la computadora cambió al juego en los siguientes aspectos:

- La computadora procesa las reglas y mantiene el estado del juego en su memoria (ej. la posición de las fichas, etc.). Lo que libera a los jugadores de esas tareas.
- El concepto de resultado variable se modifica con los online RPG, en donde nunca se alcanza un resultado final sino uno temporal.
- Simulaciones de final abierto como *Sim City* o *The Sims* cambian el modelo clásico de una meta al no describir o determinar la meta del jugador.
- El jugador puede modificar las reglas (con los *cheats* o *codes* de los videojuegos).
- Ahora el humano, que jugaba juegos, busca jugar los nuevos juegos electrónicos.

EL TRASLADO DEL FÚTBOL AL VIDEOJUEGO

Obviamente jugar fútbol es la experiencia más directa para entender este deporte. Pero la forma indirecta o ser espectador también llega a ser igual de intensa y pasional como lo es para los jugadores profesionales. Llevar la experiencia del fútbol a otros niveles es algo que se ha intentado mucho, por ejemplo hacer una película sobre un jugador o un equipo, pero esto se queda en una etapa pasiva donde uno no puede participar en el resultado. En cambio la de un futbolito o los juegos de mesa del balompié trasladan la experiencia interactiva y aunque pueden resultar divertidos la sensación no se asemeja tanto y más bien uno entiende que es otra cosa.

Pero con la llegada de la era digital, los videojuegos empezaron a explorar el traslado de una experiencia lúdica física a su forma electrónica. Han pasado muchos intentos y errores, algunos juegos son muy divertidos pero son considerados como arcadia ya que el modo de juego, controles y gráficas, en vez de crear la sensación de jugar fútbol es jugar a jugar fútbol. El realismo es algo muy importante para este tipo de títulos pero es claro que en un principio era imposible lograrlo, hoy en día un videojuego de fútbol necesita realismo y este se entiende como las opciones para controlar un jugador y un equipo, la física del balón, los frames de animación, el grado de interacción con el entorno, la inteligencia artificial, las posibilidades de anotar un gol, entre otros aspectos. La importancia de un videojuego de fútbol es que si los elementos antes mencionados sumergen a la persona que tiene el control, éste experimentará una nueva forma del fútbol, uno en donde es el todo el equipo, incluyendo al Director Técnico.

Esto cambia totalmente el cómo pensar el fútbol, ya que no se juega sino que se videojuega. Cómo se explicó anteriormente, el fútbol es un juego que no se puede trasladar exacto a otro medio sino que se tiene que adaptar y en esta adaptación, por el momento, uno deja de ser un solo jugador y toma el control de todos los elementos de la escuadra, desde los defensas hasta el delantero en punta; con cada jugador el usuario básicamente puede pasar, driblar o tirar, cada vez que el balón caiga en otro jugador automáticamente el usuario tomará el control de éste, mientras que el resto del equipo es controlado por la Inteligencia Artificial (I.A.). Armar jugadas como paredes, pases filtrados, diagonales de la muerte, entre otras es solamente práctico. El usuario ocupa el cargo del Director Técnico ya que también decide la alineación, cambios, formación y estrategia que tiene el equipo, incluso hasta la marca personal. Es así como una sola persona (o hasta ocho dependiendo si se juega cooperativo) controla a toda la escuadra de fútbol.

El rol que asume el videojugador es uno nuevo para el concepto de fútbol, ya que se es espectador y actor al mismo tiempo. El goce de esta experiencia no es sólo observar el desarrollo del partido o actuar en él sino que son los dos al mismo tiempo. Gracias a la interfaz el usuario no sólo ve el partido sino que también se tiene acceso a información trascendente para el desempeño del equipo como el estado físico de cada jugador (si está cansado o lesionado, por ejemplo), un mapa general de los jugadores en el campo, si hay o no química en

el equipo, entre otros. Por lo que es una experiencia más completa (a manera virtual) en torno a lo que es un partido de fútbol.

La experiencia del balompié digital no es sólo enfrentar dos escuadras distintas sino que uno de los elementos importante es videojugar con los equipos conocidos, ya sean clubes o selecciones nacionales. El tipo de torneo que se pueda jugar también influye en la inmersión, ya que una liga completa es más interesante que solamente tener partidos amistosos. Desde hace varios títulos de fútbol el usuario puede configurar su propio torneo, con el número de equipos que él quiere, con liga y eliminatorias. Logrando así que se tenga el diseño total de la experiencia. Ya que no solamente están los jugadores profesionales en cada selección o equipo sino que en algunos videojuegos es posible crear a un personaje con nombre y atributos para que se desenvuelva en estas competencias virtuales.

Aunque en un videojuego de fútbol se gana por la habilidad de los usuarios y su estrategia de juego, cada título tiene un ranking de poder sobre cada equipo y jugador. La velocidad, potencia o resistencia, por ejemplo, del equipo y jugadores de la selección nacional de Brasil no es la misma que la de Escocia. Y aunque cada videojuego tiene distintas formas de calificar, los resultados son los mismos, los equipos fuertes siempre tendrán ventaja sobre los débiles, pero esto no quiere decir que no se les pueda vencer.

Títulos de fútbol hay muchos pero en este momento hay dos series que compiten por el mercado: Winning Eleven (Konami) y FIFA Soccer (Electronic Arts).

Es importante marcar en que difieren las dos series para que se pueda entender mejor al fútbol digital. Por un lado FIFA Soccer es el videojuego oficial de la Federación Internacional de Fútbol por lo que tiene el derecho de incluir todas las ligas y jugadores que están afiliados a esta organización, lo cual prácticamente es cualquier equipo (la Liga Mexicana, con todos sus equipos de Primera División, está incluida desde FIFA Soccer 2005). Mientras que la serie de Winning Eleven tiene que adquirir los derechos club por club o selección nacional por selección nacional, por lo que no tiene esa ventaja de que se pueda jugar con los nombres y uniformes oficiales de los equipos; ya que sí incluye a los más importantes, aunque no tenga

derecho, pero lo hace con otros nombres y vestimenta. Y aunque esto sí es importante para los videojugadores, no es aquí donde reside la diferencia entre una y otra serie sino es en el realismo de cada mundo virtual.

El realismo, como se dijo anteriormente, es qué tan bien se siente la adaptación del juego original a su versión digital. En esto influye el modo de juego (las opciones de movimientos de los personajes y la relación entre ellos), la interacción (los efectos de las acciones del usuario que se notan en pantalla, así como la respuesta de la máquina) y las gráficas (visualmente que tan parecido es a la realidad, ya sea la luz, el pasto, el detalle de los personajes y los cuadros de animación que tienen).

La serie de FIFA Soccer es conocida debido a que prácticamente tiene todas las ligas y los equipos nacionales, sus gráficas son muy buenas y su modo de juego es fácil de aprender a videojugar pero por lo mismo no se siente tan real ya que al ser sencillo se encuentran rápidamente fórmulas para meter gol (desde tal ángulo con tal potencia), lo cual lo vuelve un duelo de fórmulas convirtiéndolo así en algo predecible y en algún momento monótono. Sí, es cierto que dos buenos videojugadores de FIFA Soccer tendrán un partido muy justo e intenso pero se trataría de ver quien resuelve mejor el problema ya planteado con los elementos dados.

Por otro lado, esta Winning Eleven, donde sus desarrolladores explican que más que un videojuego, éste es un título de simulación del fútbol. Que la idea principal es simular el juego y no adaptarlo. Esta serie tiene el contra de contar con la franquicia de todos los equipos importantes del mundo y visualmente no es mejor que los FIFA Soccer; pero en el tema de modo de juego y realismo sí es muy diferente. El modo de juego es más intuitivo, ya que no sólo es robar y pasar sino que cada personaje tiene más movimientos que se manejan simplemente con la palanca del control, esto va de la mano con los cuadros de animación, la física del balón es mucho más real (lo cual uno puede notar fácilmente en el bote del esférico), agregando a esto que la Inteligencia Artificial del árbitro tiene la posibilidad de equivocarse y marcar bueno un gol que es ilegal (fuera de lugar, por ejemplo). Pero como es de esperarse éste es un título mucho más difícil de dominar.

VIDEOJUEGOS DE FÚTBOL MÁS IMPORTANTES

Son muchos los videojuegos que han tratado de llevar la experiencia del fútbol a lo largo de la historia de este medio. Como es lógico siempre se ha estado limitado a la capacidad tecnológica de cada consola por lo que es obvio que los juegos de la actual y nueva generación son los más avanzados en sentido de gráficas, interacción, audio y física pero a este punto se ha llegado gracias a que antes hubo videojuegos que exploraron los diferentes modos de juego, tipo de cámara, comportamiento del público y todos esos elementos que un juego o simulación del fútbol necesita. A continuación hay una lista de los títulos de fútbol más trascendentes:

TÍTULO	DESARROLLADO POR	AÑO	CONSOLA
Goal!	Jaleco	1992	NES
FIFA International Soccer	EA Sports	1994	Sega Genesis
Super Sidekicks 2	SNK	1994	Arcadia, Neo Geo
International Super Star Soccer Deluxe	Konami	1996	Super NES, Sega Genesis, Playstation
FIFA: Road to World Cup 98	Electronic Arts	1997	N64, Saturn, Sega Genesis
Winning Eleven 6	Konami	2002	PS2
Virtua Striker 4	Sega	2004	Arcadia
FIFA Soccer 06	EA Sports	2005	PS2, Xbox, GameCube
Winning Eleven 9	Konami	2005	PS2, Xbox, PC

EL ESPECTÁCULO DEL FÚTBOL DIGITAL

Los videojuegos de fútbol no son solamente un título más de un deporte, especialmente los FIFA Soccer, ya que detrás de ello está toda la industria del juego real. Patrocinadores, marcas, diseño de imagen, etc. también está presente en estos títulos. Tomemos por ejemplo a cualquier FIFA Soccer reciente, el soundtrack que incluye siempre es una compilación de

artistas internacionales de moda (Franz Ferdinand, Bloc Party, Chemical Brothers, por ejemplo), incluyendo también grupos mexicanos como Café Tacuba y Kinky. Para la edición FIFA 07 es Plastilina Mosh quién representa a la música mexicana en el mundo de los videojuegos. Como se puede ver, no solamente se está ofreciendo las ligas actualizadas con los jugadores de moda sino también se marca una tendencia musical.

Otro ejemplo son las portadas de los títulos de los videojuegos de fútbol, especialmente los de EA Sports ya que los FIFAs hacen portada por región, poniendo a los jugadores de moda en ella. En el caso de nuestra región, Norteamérica, para el FIFA 07 el jugador mexicano que aparece es Francisco “Kikín” Fonseca, mientras que en la edición del FIFA 06 fue Omar Bravo.

Los torneos de videojuegos del balompié cada vez se vuelven más populares, a la gente le gusta competir y cuando se fusiona este deseo con el gusto por la interacción digital y con el deporte más popular del mundo, el resultado es increíble.

El fanatismo que se tiene en la vida real es trasladado también al videojuego. Los videojugadores que se sumergen en estas competencias, brincan y gritan mientras juegan. Esto ayudado por el ambiente creado en cada juego, los cánticos de los fans, los cinematics de entrada, las escenas entre jugadas donde los personajes se pelean o se duelen de un golpe, la celebración de los goles. La pasión se siente en las venas como si fuese real.

¿HACIA DÓNDE VAN LOS VIDEOJUEGOS DE FÚTBOL?

Trasladar el fútbol al videojuego no ha sido una tarea sencilla, cada año salen distintos títulos, siempre remediándose un título con el otro, utilizando lo bueno del otro para agregarlo y desechando lo que no funciona. Poco a poco los videojuegos del balompié van adquiriendo cierto lineamiento mínimo para que la experiencia se aceptable. Por más que se trate de marcar la diferencia entre la serie FIFA Soccer y la de Winning Eleven, nadie puede negar que poco a poco estos títulos se van pareciendo más, no importa quien modifica más elementos con respecto al otro sino que se esta realizando. El videojuego es un medio que se retroalimenta no sólo con otros medios, como con el cine, sino también sus mismos productos lo hacen y esto

es lógico ya que está buscando un lenguaje propio. Los videojuegos de fútbol no son la excepción y poco a poco se está llegando a una estructura básica para la experiencia digital.

Es un hecho que la industria del videojuego está creciendo y su mercado cada vez es mayor, al introducir el fútbol en este medio no sólo se explota la industria del fútbol sino que a ésta se le abren nuevos caminos para comercializar sus productos, ¿qué mejor que vender toda la experiencia de este deporte en un videojuego en donde se puede ser campeón del mundo con sus propias manos? Se debe señalar que dentro del mercado del videojuego hay muchos *casual gamers* o videojugadores casuales que no buscan un título largo y complejo (como un RPG)³ sino que sólo quieren jugar un rato y para este tipo de consumidores los videojuegos de deportes son una buena opción. Por lo que se puede prever que estos títulos no desaparecerán pronto, sino todo lo contrario, cada vez habrá más. Uno puede notar este *boom* con los títulos de videojuegos que salieron entre verano 2005 y 2006 (FIFA Soccer 06, Winning Eleven 9, Mario Strikers, FIFA 2006: Road to FIFA World Cup, FIFA Street 2, 2006 FIFA World Cup).

Al final el futbol es futbol, y no por algo es el deporte más popular del mundo. El videojuego es el medio de entretenimiento del siglo XXI y pues estas dos industrias seguirán de la mano por mucho tiempo.

REFERENCIAS

Boullón, S. "Los videojuegos y sus relaciones con prácticas y contenidos deportivos". En Marín, J. (2005), *Comunicación y Deporte. Nuevas perspectivas de análisis*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Bolter, J. y Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.

Juul, J. (2001, julio) "Games telling stories? A brief note on games and narratives". En *Game Studies*, vol. 1, issue 1. Véase <http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/> Fecha de consulta: 3 de julio del 2006.

Juul, J. (2003, noviembre) "The Game, the player, the World: Looking for a heart of Gameness". En *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*. Véase: <http://www.jesperjuul.dk/text/gameplayerworld/> Fecha de consulta: 3 de julio de 2006.

Newman, J. (2004). *Videogames*. Londres: Routledge.

The NPD Group Reports Annual 2005 U.S. Video Game Industry Retail Sales (2006, enero). Véase: http://www.npd.com/dynamic/releases/press_060117.html Fecha de consulta: 3 de julio de 2006.

Wolf, M. y Perron, B. (2003). *Video Game Theory Reader*. New York: Routledge.

NOTAS

¹ Pelaez, B. es Licenciado en Comunicación por la UIA Ciudad de México. Actualmente vive en la ciudad de Barcelona, España. Su correo es: bruno@india.com

² En castellano: Un juego es un sistema formal basado en reglas con resultados variables y cuantificables, donde los distintos resultados tienen asignados distintos valores. El jugador ejerce un esfuerzo que influye en el resultado, el jugador se siente atado al resultado, y las consecuencias de la actividad son opcionales y negociables". Traducción a cargo del autor.

³ Role Playing Game. Juego de rol adaptado al videojuego en donde la historia y el crecimiento de atributos y características de los personajes tiene mucha relevancia, más que la acción en tiempo real como en un videojuego de plataforma. Estos juegos generalmente son muy complejos y se necesita más de 20 horas para terminarlos.