

DEBATES TRANSMEDIA E IDENTIDADES NACIONALISTAS A TRAVÉS DE VIDEOJUEGOS: TEORÍA Y PRÁCTICA

JOSE ANTONIO MOYA MARTÍNEZ*
Universidad Complutense de Madrid
moyamartinez.ja@gmail.com

ANTONIO CÉSAR MORENO CANTANO**
Universidad Complutense de Madrid
antmor03@ucm.es

Recibido: 27 de junio del 2022 / Aceptado: 9 de septiembre del 2022

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n038.5873>

RESUMEN. El videojuego debe considerarse una herramienta más de propaganda; por eso, en este texto estudiaremos el papel del *fandom* de videojuegos en la construcción de culturas nacionalistas mediante una metodología que parte de la observación participante y el análisis interpretativo. Como resultado, se aprecia el papel activo de las audiencias en la construcción de identidades nacionalistas, mientras se demuestra el impulso de estas por regímenes autoritarios.

PALABRAS CLAVE: *fan studies* / tecnacionalismo / emociones / giro estético

TRANSMEDIA DEBATES AND NATIONALIST IDENTITIES THROUGH VIDEO GAMES: THEORY AND PRACTICE

ABSTRACT. Video games should be considered a form of propaganda. In this research, we use participant observation and interpretive analysis to study the role of video game fandom in the construction of nationalist cultures. The results show the

* Bachiller en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Complutense de Madrid, España (véase: <https://orcid.org/0000-0002-6898-0717>).

** Doctor en Historia Contemporánea por la Universidad de Alcalá, España (véase: <https://orcid.org/0000-0003-1008-2831>).

audience's active role in the construction of nationalist identities and demonstrate how authoritarian regimes promote them.

KEYWORDS: fan studies / technonationalism / emotions / aesthetic turn

DEBATES TRANSMÍDIA E IDENTIDADES NACIONALISTAS A PARTIR DE VIDEOGAMES: TEORIA E PRÁTICA

RESUMO. O videogame deve se considerar como mais uma ferramenta de propaganda; por isso, nesse texto estudaremos o papel do *fandom* de videogames na construção de culturas nacionalistas mediante uma metodologia baseada na observação participante e na análise interpretativa. Como resultado, percebe-se o papel ativo das audiências na construção das identidades nacionalistas, enquanto se demonstra o impulso delas por regimes autoritários.

PALAVRAS-CHAVE: estudos de fãs / tecno-nacionalismo / emoções / giro estético

INTRODUCCIÓN

El ataque de Rusia contra Ucrania en febrero del 2022 ha puesto de manifiesto, en su faceta propagandística, el potencial del videojuego como herramienta de desinformación a través de supuestas imágenes de bombardeos aéreos procedentes del título bélico *Arma 3* (Skrebels, 2022). Simultáneamente, cuando los creadores de *This War of Mine*, los polacos de 11 bit studios, comunicaron que los beneficios obtenidos durante una semana por la venta de este juego serían destinados a la Cruz Roja ucraniana, miles de usuarios rusos y chinos lanzaron una campaña masiva de reseñas negativas (*review bombing*) en la plataforma Steam (Sledziewski, 2022). El “pecado” de esta compañía fue mezclar política y videojuegos.

No es un hecho nuevo, pero lo hemos querido ilustrar como apertura de este trabajo para poner de relieve el poder de movilización que pueden generar, entre los fans de videojuegos, determinadas temáticas que afectan ciertas sensibilidades. Existe una fuerte tendencia en el mundo del videojuego que considera “inapropiado” usar en sus contenidos lúdicos temas relacionados con la actualidad más inmediata. Así, grandes plataformas digitales como Steam indican en sus normas y directrices que no se podrá publicar en su sección de Comunidad ningún contenido con “cuestiones religiosas, políticas o que causen polémica”. Este posicionamiento contrasta con la libertad otorgada a determinados juegos con narrativas e imágenes que pueden llegar a hacer apología extrema de una causa. Es el caso de *Fursan al-Aqsa* (Nidal Nijm Games, en desarrollo), que promueve el asesinato indiscriminado de israelíes, “this is the first game in the games industry which addresses such a sensitive topic, in a realistic way, showing the other side of history, which is very unknown by people, mostly here on West”¹. Para ello, apela a imágenes de gran violencia y narrativas que buscan atraer la empatía del jugador hacia la lucha del protagonista. Esta situación no merece más que la advertencia de que “este juego contiene escenas de violencia no aptas para menores de 18 años y toca temas delicados de contenido político e ideológico”. Es un ejemplo significativo remarcado por las palabras que expresó años atrás el director de operaciones de Ubisoft, Alf Condelius, “ser abiertamente político es malo para las operaciones” (Taylor, 2018).

1 Como se indica en la plataforma Steam (https://store.steampowered.com/app/1714420/Fursan_alAqsa_The_Knights_of_the_AlAqsa_Mosque/), consultada el 6 de marzo del 2022.

Figura 1

Captura de pantalla del tráiler de Fursan al-Aqsa



Nota. Reproducido de *Fursan al-Aqsa - The History of Palestine - English Trailer* [Video], por Fursan al-Aqsa: The Knights of the Al-Aqsa Mosque, 2021, YouTube (https://www.youtube.com/watch?v=L3S_2TjitLg).

Los dos estudios de caso seleccionados, *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* (Ubisoft, 2017) y *Life is Strange: True Colors* (Square Enix, 2021), son representativos de los elementos apuntados en líneas anteriores: la fuerte crítica y polémica que puede generar entre los usuarios la presencia de caracteres políticos, en especial nacionalistas, en sus rasgos visuales o narrativos. El análisis de estas opiniones no se puede desmarcar del potencial empático y estético que contienen los videojuegos, ni de su capacidad propagandística dentro de las estrategias diplomáticas actuales. Por esa razón, y antes de señalar —por supuesto— cómo esta investigación pretende contribuir a un mayor conocimiento de los *media fandom*, estableceremos un marco teórico y estado de la cuestión que comprenden el “giro emocional y visual” dentro de las ciencias políticas y las relaciones internacionales, así como el vínculo entre geopolítica y *game studies*. Previamente, responderemos a una simple pregunta: ¿qué aspectos de los títulos escogidos causaron controversia entre la comunidad de jugadores? A modo de síntesis (se desarrollará en posteriores epígrafes), estos dos juegos son prototípicos, en cuanto a elementos estéticos, por suscitar reacciones políticas tanto de ciudadanos como de miembros de las instituciones. Así, en *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* se producía la identificación de Bolivia como un narcoestado, pleno de violencia, síndrome de un Estado fallido que impulsaba la participación de los marines norteamericanos para actuar sin ningún tipo de cortapisa internacional en dicho país. Por su parte, *Life is*

Strange: True Colors mostraba, en uno de sus escenarios ficticios, concretamente en la entrada de la tienda “Treasures of Tibet”, la bandera tibetana, lo que fue considerado por miles de jugadores chinos como una afrenta imperdonable a la unidad nacional del país.

MARCO TEÓRICO Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Actualmente, los videojuegos siguen definiéndose como una mera actividad de ocio que deben existir sin implicaciones políticas. Algo llamativo, puesto que, en este tipo de afirmaciones, obviamos evocar un carácter apolítico de este ocio al indicar ese marco contrario, como señala Lakoff (2017, p. 15). Cabe cuestionarnos: ¿por qué los videojuegos causan controversia incluso en los sectores que los consideran apolíticos?

Los videojuegos afectan a las emociones, las cuales cumplen un importante papel. Concretamente, mencionaremos su relación con el poder de los símbolos, como son las banderas y su posible concepción derivada de estereotipos. En otras palabras, estos emblemas se nutren de la condensación de herramientas de juicio moral y político, pudiendo dar respuestas emocionales y provocando que estos símbolos sean enraizados mientras forman nuevas imágenes (Rythoven, 2021, pp. 4-15).

Estas representaciones son empleadas en buena medida por los Estados para reforzar sus propias narrativas de cohesión nacional, ya sea en videojuegos u otros productos de la cultura popular, como expresiones de sus políticas de identidad; estas, a su vez, implican una respuesta emocional, como se aprecia claramente a raíz del 11 de septiembre (Duncombe & Bleiker, 2015, pp. 37-38). Esta fecha no es aleatoria, ya que pone de manifiesto la importancia de las emociones; en particular, el miedo actúa como factor emocional atractivo que favorece la movilización al tener un gran impacto en la estructura de la mente, como indica Castells (2009, pp. 215-216).

Del estudio desarrollado por Neta Crawford (2000, pp. 129-130), extraemos la idea de que las emociones son modificables, en tanto que son aprendidas y están implícitas en las relaciones internacionales. La autora también subraya el papel fundamental de las emociones en el proceso cognitivo, así como el enlace existente entre estas y el recuerdo (Crawford, 2000, pp. 137-142). En el primer aspecto destacado por Crawford, cabe recordar que, por ejemplo, la desinformación refleja la forma en que se comprende el desarrollo del imaginario emocional, los estereotipos y los símbolos con capacidad de unir o dividir (Rythoven, 2021, p. 15). Para enfatizar la importancia de las emociones y continuar con el ejemplo de la desinformación, es necesario considerar que estas actúan como punto inicial desde el que se alteran los marcos cognitivos y, por tanto, las creencias. Es interesante, con relación a esto, hacer una breve mención de la teoría del control reflexivo, enunciada en un primer momento por Lefebvre y caracterizada, entre otras cosas, por buscar una transformación del proceso del oponente o, en otras palabras, reconfigurar su dimensión cognitiva mediante la exposición a ciertos

mensajes con el fin de buscar un control sobre la percepción y las decisiones del rival (Bjola, 2019, pp. 15-16).

Mencionar esta teoría no es baladí, puesto que, al combinar los procesos propuestos con el citado papel de los estereotipos, ponemos de manifiesto que las imágenes emocionales trascienden el plano individual. Como indica Fedorova (2015, p. 2) en su revisión del concepto de propiocepción, existe una frontera entre lo interno y lo externo que va más allá de los límites corporales, lo que explica cómo un jugador puede sentir lo que su avatar le transmite, debido a que los usuarios llevan a cabo un trabajo interpretativo y emocional que interactúa con la estética (Fernández & García-Reyes, 2021, p. 137). Aun así, perdura la duda de por qué se produce una oposición respecto al tema aquí tratado. En los videojuegos cooperativos o multijugador es más sencillo estudiar los efectos emocionales, ya que, como muestra Snodgrass (2016, pp. 136-142) a través de su metodología ERTL (*Ethnographic Research and Teaching Laboratory*), existe una inmersión producida a través del escenario, del diseño del juego y del avatar, que permite desarrollar dinámicas propias como, por ejemplo, la relación entre jugadores asociados mediante hermandades.

Shaw y Warf (2009, pp. 1335-1340) indican que los mundos virtuales no son neutrales, pues en su programación aparecen códigos culturales; pero su importancia va más allá, puesto que la inmersión deriva en una interacción cognitiva y espacial que genera diversas experiencias afectivas. Estas representaciones encarnan los propios sentimientos y experiencias del jugador, lo que convierte al juego en un evento afectivo, una constante constelación de afecto y percepciones cambiantes, que ponen de relieve un factor fundamental: la representación. Para Hutchison y Bleiker (2014, pp. 505-507), este concepto es precisamente la clave que une las emociones individuales y colectivas, porque las representaciones ocurren con la confluencia de imágenes y narrativas de origen social.

Viendo esto, cabe preguntarse en qué modo se instrumentalizan y expanden dentro del *fandom* las diferentes representaciones, y por qué actúan como nexo entre la cultura visual y la *public policy*. Koschut (2022, pp. 10-13) propone que las emociones en las relaciones internacionales tienen tres formas principales de expansión y convergencia: *bottom-up*, *top-down* o un contagio espontáneo. El proceso *bottom-up* implica que, previamente, en el *fandom* exista cierta identidad propicia, por lo que la representación se origina en la propia comunidad. Por otra parte, el *top-down* deriva de la idea de que los jugadores se han amoldado a un estándar emocional prescrito desde las instituciones. Se pueden dar conjuntamente y favorecer procesos de contagio entre la comunidad, expandiendo así las identidades.

El interés se incrementa aún más si añadimos el poder de persuasión de su segundo gran componente: la imagen. La atención del mundo académico va más allá de cómo las imágenes reflejan las relaciones sociales, económicas o los poderes políticos. Se trata,

en palabras de Callahan (2020), de “cómo pueden provocar nuevas y diferentes dinámicas” (p. 19). Autores como MacDonald et al. (2010) han resaltado que “geopolitics and visual culture have become co-constitutive”, ya que hay una creciente dependencia “on the visual to comprehend and represent the world around us” (p. 2). Esta circunstancia abre el abanico de un amplio género de investigaciones que muestran cómo las tecnologías fotográficas y de video han sido utilizadas por actores estatales y no estatales para satisfacer las necesidades simbólicas de los combatientes y sus partidarios. De ahí la necesidad de conocer la estrecha vinculación que, actualmente, se está produciendo entre la cultura visual y la *public policy*, especialmente, mediante las simulaciones, la realidad virtual y los videojuegos. Así, por ejemplo, Bekkers y Moody (2015, pp. 61-67) analizan circunstancias donde el poder se manifiesta y pretende perpetuarse mediante la tecnología digital, ayudando a construir versiones particulares de la realidad y ejercer el poder discursivo.

Por eso, es importante que la población tenga acceso a la tecnología visual. Este ejercicio de accesibilidad lleva implícito, a su vez, la conformación de grandes conglomerados tecnológicos con participación estatal capaz de controlar qué se produce y de qué manera se plasman diferentes temas en la actualidad, como ocurre con la poderosa compañía china Tencent (Tse, 2015), en un proceso de concentración y homogeneización de la información que revierte la capacidad de descentralización y democratización que, supuestamente, presenta la World Wide Web (Castells, 2009). Kaempf (2018, pp. 101-103) explica, bajo ese mismo prisma, que la constitución de este ecosistema digital en el siglo XXI está amenazada por varios factores, entre los que sobresale la voluntad de los Estados por controlar este medio, regulando su acceso y las historias que allí se plasman. Otra amenaza son los propios usuarios, que, pese a la amplitud de fuentes digitales a las que pueden acudir para contrastar la información, recurren de manera generalizada a aquellas que reafirman sus intereses políticos, ideológicos o religiosos (Bos, 2021). Este fenómeno, conocido como tecnonacionalismo o nacionalismo digital (Schneider, 2018; Moreno, 2021, 2022), utiliza el mundo virtual para plasmar estas tensiones, asociándose directamente con la capacidad del medio videolúdico para desarrollar narrativas al servicio de los ideales geopolíticos de un país, ya sea impulsado por el propio Estado, organismos y empresas afines al mismo, o por la sociedad civil (Ming-Tak & Wang, 2021).

La hipótesis principal de la presente investigación es ver cómo las audiencias de lo videolúdico juegan un papel activo *online* en la construcción de culturas nacionalistas. Una hipótesis secundaria, relacionada con la principal, es que los Estados aprovechan esta dinámica para impulsar el nacionalismo a través de este género de ocio. De estas hipótesis, se derivan tres preguntas de investigación:

- ¿Las narrativas y estéticas videolúdicas son capaces de favorecer el sentimiento nacionalista entre los usuarios?

- ¿Hasta qué punto estos debates transmedia son válidos y relevantes en la conformación de la identidad nacionalista de las comunidades videolúdicas?
- ¿Cómo interactúan la política, la propaganda, las emociones y las representaciones videolúdicas?

METODOLOGÍA

Para profundizar óptimamente en las preguntas anteriores, recurrimos al análisis de los debates de la comunidad de jugadores de dos videojuegos que han provocado una fuerte polémica por sus componentes nacionalistas y/o por la visibilización de realidades geopolíticas conflictivas. Es el caso de la concepción de Bolivia como un narcoestado por parte de la compañía Ubisoft en *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* y la presencia de la bandera del Tíbet en *Life is Strange: True Colors*.

Los videojuegos nos permiten acercarnos a dimensiones sociopolíticas de la realidad, ya que estos mundos virtuales tienen la capacidad de representar, metaforizar y modificar la realidad, visibilizando estructuras ocultas, mostrando sistemas ideológicos y concientizando sobre determinados valores (Flanagan & Nissenbaum, 2014, p. 156). Como señala Lammes (2008, pp. 260-272), los espacios de juego no están separados del ámbito ordinario; ambos mundos forman nodos de una amplia red social que se retroalimenta. La interacción y el simbolismo de Goffman (1990) apuntan a que la sociedad se construye a base de las pequeñas interacciones de los individuos que la componen, quienes actúan de una determinada manera según el marco de interpretación al que se adhieran.

Teniendo en cuenta estas consideraciones y siguiendo las pautas de recientes investigaciones (Establés, 2016; Pires et al., 2020; Puente et al., 2021) sobre la "cuarta pared" (plataformas *online*), hemos realizado una recolección de datos de corte etnográfico *online* (Evans & Stasi, 2014) mediante una observación participante y un análisis interpretativo cualitativo, intentando sortear los problemas de objetividad y veracidad encontrados detrás de los *fan studies* (Fathallah, 2017, pp. 10-11). A partir de los diferentes roles de usuarios establecidos por Guerrero-Pico (2014), hemos puesto el foco de atención en aquellos calificados como *tertulianos*, es decir, los que intervienen activamente en los foros a través de un modelo argumentativo o discursivo.

Con este fin se crearon diferentes discusiones en los foros de la plataforma digital Steam para conocer la opinión de los usuarios sobre los aspectos apuntados en líneas anteriores. De esta manera, en referencia a *Life is Strange: True Colors*, se incluyó el siguiente texto en inglés (para acceder al mayor número de opiniones): "Is a videogame an attack on Chinese identity? Why does it bother you when a Tibetan flag appears? Does it offend your patriotism? Why? Isn't it just a video game?". Este hilo recibió 25 comentarios

y estuvo activo del 28 de octubre al 21 de noviembre del 2021, fecha en la que fue cerrado por un moderador “por incitar a polémicas políticas”.

Por su parte, para el estudio de *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* también se crearon sendos foros en las plataformas Steam y Reddit, publicándose el siguiente *post* en inglés:

What do you think about the representation of Bolivia as narco-state? What is your opinion about the use of wiphala and the paper of the rebel faction? Is the corruption of the unit representative of latin american politicians? Is this game a U. S. foreign policy legitimization? Does it represent the culture, traditions of Bolivia?

En el caso de Steam, el hilo contó con tres respuestas, aunque estuvo activo un día, puesto que “Reposting a locked/deleted thread is not allowed. Political posts are also not allowed”². En el foro de Reddit se recibió solo una respuesta después de estar activo todo el mes de abril del 2022. Asimismo, siguiendo el trabajo de José Antonio Moreno (2020), se realiza el análisis sobre otros mensajes que, aun sin pertenecer a los foros creados *ad hoc*, están relacionados con nuestros estudios de caso.

Se han seleccionado estos casos por considerarlos extrapolables y transversales a situaciones similares. Por una parte, permiten inferir comportamientos comunes a otras polémicas (*review bombing* o quejas políticas, por ejemplo). Por otra parte, son transversales en la medida que demuestran que estas polémicas se producen en diferentes capas sociopolíticas. Estos títulos suscitan reacciones de rechazo entre la comunidad de usuarios chinos y bolivianos, acentuando así una transversalidad presente en diferentes colectivos contra determinados videojuegos.

Estos casos han permitido un correcto rastreo de información perteneciente a las variables: reconocimiento de elementos cibernacionalistas, presencia de estereotipos y referencias a la integridad territorial o defensa de la identidad ante la percepción de amenazas.

Las fuentes se han complementado con el acceso a otras webs especializadas como Reddit, Reseñas Google, YouTube o los foros oficiales de los propios videojuegos, es decir, Ubisoft y Square Enix. Para una búsqueda selectiva y relacionada con las preguntas de investigación planteadas, se filtraron todos estos comentarios a partir de una serie de palabras clave de relevancia, como nacionalismo, política, drogas, cártel, narcoestado, identidad, integridad territorial o Tíbet. En último lugar, el texto se complementa y contextualiza también con documentos de carácter primario y secundario, entre los que destacan imágenes, elementos audiovisuales y documentos oficiales que comparten la narrativa que el *fandom* reproduce.

2 Más detalles en Steam (<https://steamcommunity.com/app/936790/discussions/0/3040481812839476371/>)

RESULTADOS

Para situar en su contexto la controversia generada por la presencia de una bandera del Tíbet como Estado independiente en *Life is Strange: True Colors*, es necesario aproximarse a la importancia de la integridad territorial de China en sus concepciones geopolíticas, así como al cibernacionalismo agresivo que defiende cualquier “ataque” o “crítica” contra su identidad política y cultural (Jiang, 2012; Schneider, 2018; Moreno, 2021). Estos aspectos han sido impulsados en el ámbito normativo desde principios de siglo con un complejo conjunto de leyes que atañen a todo tipo de formatos y canales, donde los videojuegos tienen un protagonismo capital. Desde el año 2003, el Ministerio de Ciencia y Tecnología, además de diferentes organismos estatales, ha promovido un corpus de normativas que prohíben publicar en el juego digital: (i) elementos enfrentados a los principios básicos determinados por la Constitución; (ii) críticas o representaciones contra la unidad e integridad territorial del Estado; (iii) incitaciones al odio y la discriminación hacia cualquier grupo étnico; (iv) amenazas al orden y la armonía social; y, entre otros, (v) cualquier aspecto que ataque “la excelente cultura y tradición nacional”, como violencia, insultos, obscenidades, etcétera.

Existen numerosas referencias en este sentido. El juego de estrategia histórico sueco *Hearts of Iron* (Paradox Development Studio) fue prohibido en el 2004 porque presentaba como territorios independientes al Tíbet, Sinkiang y Manchuria. El desprecio a la cultura tibetana por parte del Gobierno de Pekín tuvo un nuevo capítulo al utilizar los templos budistas como ambientación del *shooter online Crisis 2015* (de la compañía NetEase, 2013). En *Civilization IV* (Firaxis Games / 2K Games), los nombres de líderes como Mao Zedong o las referencias a la Gran Muralla fueron eliminados en la versión china y sustituidos por otros nombres imaginarios o por alusiones a otras “maravillas” arquitectónicas. Al igual que *Hearts of Iron*, *Football Manager* (Sports Interactive / SEGA, 2005) fue prohibido, al ser inaceptable admitir la existencia de una selección taiwanesa (Zhang, 2008). En los últimos años, no se pueden soslayar los conflictos entre China y Hong Kong con su correspondiente plasmación videolúdica (Muriel, 2018).

Junto a estas leyes estatales, una de las acciones más activas (y agresivas) contra cualquier movimiento extranjero o nacional (contra voces, creaciones o narrativas) que vulnera los principios básicos de la nación la protagonizan las comunidades de usuarios *online*, especialmente los jóvenes nacidos en los ochenta, quienes son los grandes beneficiarios en términos de prosperidad material y económica del espectacular avance del país en las últimas décadas. La mayoría de estas personas practican una cultura de consumo de masas de signo global (léase, occidental), algunos de cuyos rasgos más característicos son internet y la electrónica. Expresan un deseo de pertenencia cultural distinto al de sus progenitores, nacidos en el idealismo revolucionario de la era de Mao. Su identidad y su visión histórica están ligadas a los medios de comunicación

contemporáneos, y expresan un gran patriotismo contra cualquier supuesta agresión que afecte la identidad política, cultural y social de la nación. Estos *millennials*, calificados como *xiao fenhong* ‘pequeñas rosas’, son cada vez más nacionalistas y combaten activamente en cualquier medio digital a quienes no se someten al régimen oficial (Fang & Repnikova, 2018). Existe todo un “ejército” de usuarios en la red, como el denominado *50 Cent Army*, que inunda de insultos y odio los foros de debate de las plataformas sociales ante el menor de los ataques al país (King et al., 2017). Como resaltan algunos estudios recientes, las nuevas generaciones no tienen necesidad de leer una narrativa diferente o escuchar una voz alternativa” (Wen, 2022). Bajo estas dinámicas operan, entre otros muchos, usuarios particulares como Gu Wenlong, quien ha creado dentro del videojuego *H1Z1: King of the Kill* (Daybreak Game, 2015) el grupo Red Army, que ataca en este espacio virtual a cualquier jugador extranjero que vaya en contra de China, obligándole a gritar “China N.º 1” si no quiere que su avatar sea eliminado. Este acto de tecnonacionalismo reactivo encontró rápida respuesta y provocación por parte de jugadores norteamericanos o británicos, que responden a la voz de “Taiwan N.º 1” o “Hong Kong N.º 1” (Gabriel, 2021, p. 302).

El análisis del debate creado en Steam, así como de las opiniones generadas por *Life is Strange: True Colors* en la web Reddit, se circunscribe a parámetros similares. Nuestra pregunta en la primera de estas plataformas pretende conocer si un videojuego —a través de sus narrativas e imágenes— podía amenazar o atacar las señas de identidad, en este caso territoriales, del pueblo chino. Para su comprobación, se mencionaba la presencia de la bandera del Tíbet y la ofensa que ocasionaría entre los jugadores este símbolo, sin ser baladí, como hemos apuntado anteriormente. Desde el 2008, con las fuertes protestas protibetanas que se produjeron en la ciudad de Lhasa a raíz del inicio de los Juegos Olímpicos de Pekín, se crearon múltiples blogs, como *anti-CNN.com* o *anti-BBC.com*, fuertemente críticos y beligerantes frente a cualquier información, imagen o reflexión procedentes de Occidente sobre la problemática del Tíbet y la actuación del gobierno chino (Jiang, 2012, pp. 11-12). Se generaron canciones *online* como “No me gusta CNN”, que contenía frases como “Tíbet pertenece a China; el dalái lama quiere separarse de China; necesitamos mantener la integridad de nuestra madre patria”; esta canción alcanzó casi un millón de visitas y fue nombrada el mejor himno del ciberespacio chino ese año (Jiang, 2012, pp. 103-104).

No nos extraña, en consecuencia, que en el 2021 —año de lanzamiento de *Life is Strange: True Colors*— este tipo de tendencias tecnonacionalistas siguieran muy vigentes. En el hilo de comentarios que iniciamos a finales de octubre de ese año, se enfrentaron dos posturas. Usuarios como SuperMax o Tamamo-no-Bae afirmaban que “el Tíbet no es China, y nunca lo fue, siendo ocupado a la fuerza contra miles de tibetanos”. Encendiendo más la llama al incorporar nuevos enclaves conflictivos dentro del ideario chino, comentan: “Taiwán es un país, la autonomía de Hong Kong debe ser respetada;

Tíbet, Mongolia y la cultura de Sinkiang no deberían sufrir genocidio ni ser trasladados a campos de concentración”. La respuesta a estos juicios fue rápida y contundente. El usuario Qiana sacaba a relucir “el genocidio contra los nativos norteamericanos”, así como las políticas raciales y segregacionistas, además de las persecuciones políticas en la época de McCarthy. Es un pequeño botón de muestra. En otros foros de esta plataforma, como el que incitó el usuario chino qingtianzhu (con más de 455 respuestas) con la reflexión: “No toleramos las calumnias y los insultos de las compañías de juegos”, se elevó aún más el tono y naturaleza de los comentarios, equiparando los insultos al Partido Comunista chino con la pornografía infantil. A lo que algunas voces respondieron que no es de extrañar que todos ustedes sean nazis retorcidos” por tales comparaciones. El referido qingtianzhu animaba a los usuarios críticos a viajar al Tíbet y Sinkiang “y ver por sí mismos las verdaderas opiniones de la gente local”. Finalmente, otros muchos se quejaban de la “escasa paciencia y tolerancia” de los jugadores chinos por la “simple presentación de una bandera” expresando: “Solo soy un tipo que quiere jugar y encontrar personas que disfruten del juego”. Diametralmente opuestos, otros consideraban esta cuestión “algo patriótico”³.

Por otra parte, los comentarios sobre estos aspectos analizados en Reddit (también compañía norteamericana, aunque, para no caer en un sesgo ideológico determinado, hemos optado por traducir comentarios directamente de la comunidad china) ofrecen mayor argumentación y reflexión de fondo, más allá del insulto directo. Quizá por desconocimiento o para enervar a la otra parte, un jugador se preguntaba “¿por qué los chinos odian al Tíbet?” o “¿cómo una simple bandera en una tienda ficticia de un videojuego se asocia a la independencia del Tíbet?”. Algunos de ellos incorporaron al debate las acciones del mencionado colectivo Red Army tanto en el videojuego *H1Z1* como en *PUBG* (Krafton, 2017). En la citada web y en Steam enfatizaban el peligro de “convertir los juegos en algo político”. Tras seis meses y miles de opiniones, quejas y réplicas, Reddit cerró todos los foros que versaban sobre este tema (Soporte de Steam, s. f.). Es el mejor indicio, pese al “peligro” del componente político en este formato —tal y como apuntaban algunos—, de su capacidad de movilización y defensa del sentimiento nacionalista desde internet. Como estudió Kreps (2020), los medios de comunicación y las redes sociales, incluyendo los foros de opinión de múltiples plataformas, como las señaladas en esta investigación, son muy eficaces en manos de gobiernos autoritarios, especialmente, en su “ejército de cibernautas nacionalistas”. Recientes ensayos destacan que plataformas como Steam (Vaux et al., 2021) y Reddit (Trice et al., 2020) están siendo utilizadas por diferentes comunidades para perseguir a otros colectivos por cuestiones raciales, sexuales y, por supuesto, políticas.

3 Más información en este enlace de la plataforma Reddit: https://www.reddit.com/r/gaming/comments/plk840/chinese_players_reaction_after_they_found_a/

Figura 2

Captura de pantalla de *Life is Strange: True Colors* con la bandera tibetana



Sin embargo, el análisis de *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands* pone de manifiesto la desmovilización del *fandom* latinoamericano, indicando la importancia del clivaje material. Por el contrario, la clase política rápidamente emitió una queja diplomática (Reuters, 2017) mostrando preocupación por su imagen en un contexto internacional sensible por la existencia de una crisis abierta con Estados Unidos desde el 2008, plasmada a través de la retirada oficial de la DEA del país debido a acusaciones de fomentar golpes de Estado o conflictos con el ATPDEA (Ceppi, 2014, pp. 140-141). Los argumentos dados en su momento se repiten actualmente; así, por ejemplo, el antiguo ministro de gobernación Carlos Romero Bonifaz opina en su programa *En línea país* (2022)⁴ que la guerra del narcotráfico y el terrorismo son un elemento para poder militarizar el continente americano a través de la DEA, y perseguir a líderes de izquierdas y movimientos sociales creando la imagen de narcotraficantes y narcoestados, además de subordinar a las fuerzas de seguridad locales. Esta narrativa se opone a la de la mayoría de los usuarios analizados en este texto.

Para mantener la coherencia, tanto en los debates de Steam como de Reddit, se comparten los objetivos del caso anterior, caracterizándose por no generar discusión alguna.

Todas las interacciones de los hilos creados *ad hoc* son con *fandoms* angloparlantes y, a primera vista, vislumbramos rechazo al catalogar el videojuego como algo político

4 Para más información, véase el capítulo "Narcotráfico en Bolivia".

o académico. Unido a lo anterior y comenzando por Steam, citaremos al usuario ReBoot que alegaba: “La academia es sobre investigación, no para realizar especulaciones salvajes después de un par de cervezas”; o al denominado Aachen, cuya aportación fue “por favor, no *spam* [publicidad basura] en los foros”. Por su parte, en Reddit destacó el usuario SnooPoems1860, que opinaba:

No creo que estos pequeños juegos ... basados en Bolivia sean la mejor manera de aprender sobre el país. Tú tendrás mejor suerte si miras artículos o libros. Es como si hago un *paper* de África usando *Resident Evil 5* o investigar Brasil jugando a *Max Payne 3*.

Se aprecia una similitud con el discurso de Ubisoft al negar explícita e implícitamente el carácter político, subrayando que no transmite estereotipos, aunque se encuentre, por ejemplo, en la corrupta unidad referencias claras a UELICN y CONALTID que reproducen la idea de corrupción y un Estado netamente narcotraficante; aunque se empleen fuentes estéticas propias de México (véanse las figuras 3 y 4), algo lógico cuando su principal guionista es escritor especialista en obras de cárteles mexicanos, con lo que se pretendía conocer la historia del país donde se desarrolla el juego⁵; de eso se percató el usuario Ald Nitro2, quien señala que es “muy buen juego, sientes toda la acción de jugar vs. los narcos, aunque creo quisieron en realidad poner a México”. Otros comentarios destacan la importancia representativa del mundo virtual, como el de Boamed López: “Un ambiente como el de Bolivia nos da la oportunidad de conocer un poco a un país tan bello como Bolivia, su cultura, sus costumbres y su gente”.

Figura 3

Hombre bajo el puente de Tijuana



Fotografía: Guillermo Arias (2009)

5 Más información en Ubisoft Latinoamérica (2017).

Figura 4

Captura de pantalla del tráiler de Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands del E3 2016



Nota. Reproducido de Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands - Tráiler E3 2016: Conoce al Cártel [Video], por Ubisoft Spain, 2016, YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=ZTkCMOcFE4w>).

Es interesante cómo estos atajos cognitivos condicionan la percepción de Bolivia. Aunque este proceso se niegue, queda en evidencia, al analizar hilos más generales, la justificación de una percepción negativa que podría considerarse como productora de una transmisión, como las emociones, por contagio. La DEA y la CIA intervienen usando comunidades locales como instrumento y sin respetar los símbolos identitarios presentes en el juego; en la figura 5 se aprecia, a modo de ejemplo, la *wiphala* como elemento decorativo e identificador de la guerrilla. Su descontextualización, al mismo tiempo, favorece el nacionalismo estadounidense a través de su política exterior. Por ello, es fácil encontrar comentarios donde se aprecian los estereotipos de la narrativa estadounidense, como indicó el usuario Jonatanras: “en Bolivia solo se venden drogas”, o en palabras de Y0e: “Este juego [GRW] es un excelente simulador de matar bolivianos”.

Por otra parte, solo el usuario Rin habla abiertamente de geopolítica, aunque sin ser crítico, al referirse a que “es fútil plantar cara a los grandes intereses geopolíticos. Después de todo, viajar a Bolivia y cazar al cártel está basado en una mentira sin buscar ayudar al país y la gente que sufre”.

Figura 5

Captura de pantalla de una base rebelde en Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands



La lógica imperialista y sus narrativas perviven legitimadas, afectando, a través de la presentación de mensajes estereotipados, reconocibles, tanto la problemática internacional como la construcción de identidades y nacionalismos. En otras palabras, apreciamos que si combinamos un país periférico poco relevante con un título donde predomina una narrativa hegemónica, tenderemos a un consenso del *fandom*, similar a la teoría del indexado.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN

La generación de plataformas de opinión entre la comunidad de jugadores es una manifestación visible, activa y movilizadora del tecnacionalismo digital. Booth (2013), al analizar la primera ola de *fan studies*, hablaba de un acto de resistencia contracultural en oposición al discurso dominante. Actualmente, el sesgo de confirmación toma relevancia y, como indica Bos (2021), buscamos reforzar las convicciones propias, siendo fundamental el tecnacionalismo. Los videojuegos fomentan comunidades arraigadas en valores nacionalistas mediante las narrativas de este formato. Esta maniobra se potencia gracias a entornos reguladores combinados, generalmente, con iniciativas privadas (Schneider, 2018; Ming-Tak & Wang, 2021). El videojuego actúa como lugar de

encuentro que favorece al *círculo mágico*, representado en dos planos, real y ficticio, el cual genera un aprendizaje basado en la carga emocional de las historias e imágenes plasmadas en las pantallas.

Este círculo mágico se relaciona con lo expuesto por diversos autores, quienes concluyen que el videojuego es político porque genera un sentimiento de pertenencia a la vez que imprime ciertos modelos de percepción social, lo que se plasma en el carácter etnocéntrico de ciertos títulos y en algunas representaciones de la periferia (Gómez-García et al., 2022). Esto pone de manifiesto la importancia de la simbología y su concepción emocional a través de estereotipos.

En definitiva, las audiencias son sensibles a estas representaciones y, por tanto, mantienen un rol activo en la construcción de identidades nacionalistas, como constata el caso de *Life is Strange: True Colors*. A su vez, este título manifiesta la eficacia de dichas plataformas para impulsar (junto con otros medios, evidentemente) el nacionalismo digital en regímenes autoritarios. Sin embargo, en casos en que existe escasa identidad nacional, se ve más claramente suplido por el rol activo de las propias instituciones. Esta situación parece estar ligada a la capacidad material y regulatoria de los Estados, ya que la respuesta directa como modo de interacción es más común en países con una incipiente industria donde se multiplican las arenas y medios del debate frente a las comunidades más activas y nacionalistas. Finalmente, se puede observar cierto paralelismo con la teoría del indexado, ya que ese consenso o disenso puede afectar a la construcción de la narrativa y a las identidades que de esta se nutren.

REFERENCIAS

- Bekkers, V., & Moody, R. (2015). *Visual culture and public policy*. Routledge.
- Bjola, C. (2019). Propaganda as reflexive control: The digital dimension. En C. Bjola & J. Pamment (Eds.), *Countering online propaganda and extremism* (pp. 13-27). Routledge.
- Booth, P. (2013). Augmenting fan/academic dialogue: New directions in fan research. *Journal of Fandom Studies*, 1(2), 119-137. <https://doi.org/10.1386/jfs.1.2.1191>
- Bos, D. (2021). Playful encounters: Games for geopolitical change. *Geopolitics*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/14650045.2021.2002846>
- Callahan, W. (2020). *Sensible politics. Visualizing international relations*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Ceppi, N. (2014). La política exterior de Bolivia en tiempos de Evo Morales Ayma. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, 14(1), 125-151.

- Crawford, N. (2000). The passion of world politics: Propositions on emotion and emotional relationships. *International Security*, 24(4), 116-156.
- Duncombe, C., & Bleiker, R. (2015). Popular culture and political identity. En F. Caso & C. Hamilton (Coords.), *Popular culture and world politics* (pp. 35-44). E-International Relations Publishing.
- Establés, M. J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 32(11), 476-497. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/21962>
- Evans, A., & Stasi, M. (2014). Desperately seeking methodology: New directions in fan studies research. *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 11(2), 4-23. <https://curve.coventry.ac.uk/open/file/4aa65a26-18a2-4ab5-af83-67de9c89d838/1/Fan%20studies.pdf>
- Fang, K., & Repnikova, M. (2018). Demystifying "Little Pink": The creation and evaluation of a gendered label for nationalistic activists in China. *New Media & Society*, 20(6), 2162-2185. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444817731923>
- Fathallah, M. (2017). *Fanfiction and the author*. Amsterdam University Press.
- Fedorova, K. (2015, 10-14 de agosto). *Augmented reality art and proprioception: Towards a theoretical framework* [Comunicación en congreso]. ISEA 2015.
- Fernández, M., & García-Reyes, D. (2021). *Blacksad: Under the Skin*. Transmedia and ludification as cultural experience. *Revista de Comunicación*, 20(2), 131-147.
- Flanagan, M., & Nissenbaum, H. (2014). *Values at play in digital games*. MIT Press.
- Fursan al-Aqsa: The Knights of the Al-Aqsa Mosque. (2021, 21 de octubre). *Fursan al-Aqsa - The History of Palestine - English Trailer* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=L3S_2TjitLg
- Gabriel, S. (2021). Hate speech in digital games. Are online games a place of discrimination and exclusion? En N. Denk, A. Serada, A. Pfeiffer & T. Wernbacher (Eds.), *A ludic society* (pp. 297-313). Donau-Universität Krems.
- Goffman, E. (1990). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Gómez-García, S., Chicharro-Merayo, M., Vicent-Ibáñez, M., & Durántez-Stolle, P. (2022). La política a la que jugamos. Cultura, videojuegos y ludoficción política en la plataforma Steam. *index.comunicación*, 12(2), 277-303. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Lapoli>

- Guerrero-Pico, M. (2014). Producción y lectura de *fan fiction* en la comunidad *online* de la serie *Fringe*: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, 18(3), 722-745. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5>
- Hutchison, E., & Bleiker, R. (2014). Theorizing emotions in world politics. *International Theory*, 6(3), 491-514.
- Jiang, Y. (2012). *Cyber-nationalism in China. Challenging Western media portrayals of internet censorship in China*. University of Adelaide Press.
- Kaempf, S. (2018). Digital Media. En R. Bleiker (Ed.), *Visual global politics* (pp. 99-103). Routledge.
- King, G., Pan, J., & Roberts, M. (2017). How the Chinese Government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. *American Political Science Review*, 111(3), 484-501. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000144>
- Koschut, S. (2022). Emotions and international relations. *International Studies*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.693>
- Kreps, S. (2020). *Social media and international relations*. Cambridge University Press.
- Lakoff, G. (2017). *No pienses en un elefante*. Península.
- Lammes, S. (2008). Spatial regimes of the digital playground: Cultural functions of spatial practices in computer games. *Space and Culture*, 11(3), 260-272. <https://doi.org/10.1177/1206331208319150>
- MacDonald, F., Hughes, R., & Dodds, K. (Eds.). (2010). *Observant States. Geopolitics and visual culture*. I. B. Tauris.
- Ming-Tak, M., & Wang, Y. (2021). How propagames work as a part of digital authoritarianism: An analysis of a popular Chinese propagame. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1431-1448. <https://doi.org/10.1177/01634437211029846>
- Moreno, A. C. (2021). *Tecnonacionalismo, guerra digital y videojuegos en China*. Ediciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- Moreno, A. C. (2022). Tecnonacionalismo. El videojuego como objeto de estudio en las Ciencias Sociales. *Tiempo Devorado. Revista de Historia Actual*, 1, 33-58. <https://revistes.uab.cat/tdevorado/article/view/v7-n1-moreno/163-pdf-es>
- Moreno, J. A. (2020). Game rules vs. fandom. How Nintendo's Animal Crossing fan-made content negotiates the videogame meanings. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 47, 212-237.
- Muriel, D. (2018). Nuevas formas (no intencionadas) de participación social y activismo político a través del ocio digital de Pokémon, tuits y gamificaciones. En A.

- Madariaga & A. Ponce de León (Eds.), *Ocio y participación social en entornos comunitarios* (pp. 145-168). Universidad de Deusto.
- Pires, F., Vilasís-Pamos, J., Álvarez-Cueva, P., & Anglada-Pujol, O. (2020). Las prácticas de copresencia durante la COVID-19: *co-playing* en plataformas *online*. *Hipertext.net*, 21, 57-66. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2020.i21.05>
- Puente, H., Sequeiros, C., & Fernández, M. (2021). Discursos sociales en Cyberpunk 2077: un estudio de caso de los debates sociopolíticos de la comunidad de videojugadores en YouTube desde las Humanidades Digitales. *Revista de Humanidades Digitales*, 6, 167-188. <http://revistas.uned.es/index.php/RHD/article/view/30848/24320>
- Reuters. (2017, 2 de marzo). *Bolivia reclama a Francia por un videojuego que muestra al país como un narcoestado*. <https://www.reuters.com/article/bolivia-videojuego-francia-idESKBN1692MC>
- Romero Bonifaz, C. (2022, 13 de febrero). *En línea país* [Video]. Facebook Watch. <https://www.facebook.com/watch/?v=487851309394254>
- Rythoven, E. (2021). Walter Lippmann, emotion, and the history of international theory. *International Theory*, 1-25. doi: 10.1017/S1752971921000178
- Schneider, F. (2018). *China's digital nationalism*. Oxford University Press.
- Shaw, I. G. R., & Warf, B. (2009). Worlds of affect: virtual geographies of videogames. *Environment and Planning*, 41, 1332-1343.
- Skrebels, J. (2022, 25 de febrero). *Guerra en Ucrania: presentan imágenes de videojuegos como videos falsos de este conflicto armado*. IGN. <https://www.ign.com/articles/ukraine-war-video-game-footage-arma-3-dcs-world>
- Sledziewski, H. (2022, 25 de febrero). *This War of Mine review bombed by Chinese and Russians*. Game Pressure. <https://www.gamepressure.com/newsroom/this-war-of-mine-review-bombed-by-chinese-and-russians/za40cc>
- Snodgrass, J. (2016). Online virtual worlds as anthropological field sites: Ethnographic methods training via collaborative research of internet gaming cultures. *Annals of Anthropological Practice*, 40(2), 134-147.
- Soporte de Steam. (s. f.). *Normas y directrices de Steam: discusiones, reseñas y contenido generado por los usuarios*. Steam. <https://help.steampowered.com/es/faqs/view/6862-8119-C23E-EA7B>
- Taylor, I. (2018, 17 de octubre). *Ubisoft Massive COO: "We don't want to take a stance in current politics"*. Gamesindustry.biz. <https://www.gamesindustry.biz/articles/2018-10-17-ubisoft-massive-coo-we-dont-want-to-take-a-stance-in-current-politics>

- Trice, M., Potts, L., & Small, R. (2020). Values versus rules in social media communities: How platforms generate amorality on Reddit and Facebook. En J. Reyman & E. Sparby (Eds.), *Digital ethics. Rhetoric and responsibility in online aggression* (pp. 33-50). Routledge.
- Tse, E. (2015). *China's disruptors. How Alibaba, Xiaomi, Tencent and other companies are changing the rules of business*. Portfolio; Penguin Publishing Group.
- Ubisoft Latinoamérica. (2017, 23 de marzo). *Ghost Recon Wildlands - ¿Cómo se escribió la historia del juego?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=r4Cf73Q3gBw>
- Ubisoft Spain. (2016, 13 de junio). *Tom Clancy's Ghost Recon Wildlands - Tráiler E3 2016: Conoce al Cártel* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZTkCMOcFE4w>
- Vaux, P., Gallagher, A., & Davey, J. (2021). *The extreme right on Steam*. Institute for Strategic Dialogue. <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2021/08/02-revised-gaming-report-steam.pdf>
- Wen, T. (2022, 14 de abril). *Generation Snitch. How censorship, nationalism, and wealth have shaped young Chinese*. Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2022/04/14/china-youth-generation-snitch/>
- Ying, J. (2012). *Cyber-Nationalism in China: Challenging Western media portrayals of internet censorship in China*. University of Adelaide Press.
- Zhang, X. (2008). Harmonious games localization for China. *Multilingual Computing*, 47-50. https://www.researchgate.net/publication/279931627_'Harmonious'_games_localization_for_China/link/559e9a9808aeab53f8fd5b76/download

