

El juego como objeto de conocimiento de la antropología, un acercamiento a través del juego de cartas *Yugi-oh!* en Guatemala

*Games as anthropological objects of knowledge.
An approach based on the Yugi-oh! Trading Card Game in Guatemala*

Isabel Rodas Núñez

Escuela de Historia
Universidad de San Carlos de Guatemala

*Autora a quien se dirige la correspondencia: isabelrodasnunez@gmail.com

Recibido: 29 de enero 2015 / Aceptado: 14 de abril 2015

Resumen

La industria del entretenimiento ha lanzado al mercado distintos productos para su consumo. Uno de los tipos de juego son los que usan como recurso las barajas. A partir de una observación a las comunidades de cartas de Yugi-oh! en Guatemala, se presenta un estado del arte sobre los abordajes teóricos que abren las posibilidades a la observación y al análisis de estos elaborados espacios de producción de sentido que conectan lo global con lo local. El juego, dentro de la tradición sociológica, fue analizado primero como objeto, con un tiempo y espacio de excepción, al margen de la vida cotidiana. Pero el abordaje teórico contemporáneo del juego lo sitúa en el centro de las prácticas de cualquier sociedad. Como productor de símbolos y de prácticas, en donde se pone en tensión la espontaneidad y el control, el juego se define como una forma de acción. Si el juego es una forma de acción y su práctica es productora de sentidos y modeladora de comportamientos, los productos de la industria del entretenimiento deben ser abordados tanto desde las comunidades de consumidores del juego, situados en redes y territorios, como de sus productores del juego.

Palabras clave: juego, producción de sentido, comunidades de cartas, tipologías del juego, Guatemala

Abstract

The entertainment industry has launched on the market various products for consumption. One of the gaming types uses decks of cards as a resource. From the observation of Yu-Gi-Oh! trading card game communities in Guatemala, it was possible to present a state of the art of the theoretical approaches that open up possibilities for the observation and analysis of these elaborated production spaces of meaning that connect global and local. The game, within the sociological tradition, was analyzed first as an object, within delimited time and space, outside of the everyday life. But the game's contemporary theoretical approach puts itself at the core of the practices of any society. As a producer of symbols and practices in which the tension between spontaneity and control play a vital role, the game is defined as a form of action. If the game is a form of action and its practice is a producer of meanings and behaviors, the products of the entertainment industry must be addressed both from the consumer communities of gamers, located on networks and territories, and from the game producers.

Keywords: game, meaning production, trading card game communities, types of games, Guatemala



1. El distanciamiento y la exterioridad como principios etnográficos

El texto de este artículo es producto de un ejercicio que valoro en extremo: la iniciativa por emprender una observación sistemáticamente para luego registrar y organizar la mirada a través de la escritura, en este caso, para describir una de las relaciones que son parte fundamental de mi vida cotidiana. Y tal vez es esa la paradoja que más me inquietó cuando tomé conciencia de ello. De la distancia que me une a las personas que tengo más próximas: mi descendencia.

Por eso encontré más que válido el principio de distanciamiento y de exterioridad que es inherente a la observación etnográfica. Mis próximos son parte de esos contemporáneos, o de esos otros históricos que observamos los etnógrafos, uno de los dos tipos de grupos en los que Augé (2007) nos invita a analizar la alteridad y que nos permite reflexionar acerca de los principios de la identidad, una de las interrogantes clave para la antropología.

Desde la evidencia que hay mundos de relaciones en la que los adolescentes contemporáneos participan y para los que los adultos carecemos de conocimientos, y por lo tanto una falta de autoridad derivada de la comprensión de los conceptos y de los referentes para participar con ellos, y con el estímulo de un diplomado en Estudios Culturales que se realizó en Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) en Guatemala, decidí observar la práctica de este juego de barajas. Ciertamente sin conocer los antecedentes de la disciplina en el tratamiento de este objeto de conocimiento: el del juego, complejizado por este contexto de modernidad y posmodernidad que es el nuestro, y concretado en este caso en el de la industria del entretenimiento, un vacío conceptual y metodológico que busco llenar con esta síntesis.

Por otra parte, asocio este ejercicio a la mirada con que he intentado trabajar el tema de la identidad ladina, es decir, tomando distancia aún a sabiendas que formo parte de ese constructo histórico-social. Desde ese punto de vista, creo que en estos ejercicios de observación participante asumo una posición crítica con respecto a la manera en que el sistema nos atraviesa y configura. No son los otros los racistas, como generalmente se asume cuando se analiza el tema, porque nuestra inmersión total en la sociedad nos hace partícipes de ello. No son los otros los consumistas de productos del entretenimiento, puesto que el entorno económico y social nos desborda y traspasa, y estamos

expuestos a los estímulos de la tecnología. En efecto, el consumo de estas formas de entretenimiento y pertenencia a comunidades virtuales está en el seno de las generaciones contemporáneas. Creo que la actitud crítica consiste en situarse como sujetos permeados y describir cómo funciona para descubrir cómo lo reproducimos desde nuestras posiciones, e identificar qué de ello podemos usar para el bienestar de nuestras sociedades.

Al cabo, ¿cómo puedo llegar yo a saber, madre de dos adolescentes, la cantidad de comunidades virtuales por las que mis hijos circulan? En ese sentido, la observación tiene un lugar de exterioridad, y la acción doméstica, y no por eso menos política, nos implica en un espacio interior. De todas maneras, no nos queda de otra: nos toca ser etnógrafos en nuestra propia casa. Y frente a esa realidad, creo que la actitud crítica está en identificar qué valores estamos interiorizando y cómo se trasladan a las relaciones en los distintos ámbitos donde socializamos. Creo que desde allí podemos ser sujetos del cambio, identificando los principios que orientan las actitudes y los comportamientos bajo los cuales somos aceptados, tolerados, incluidos o con los que descalificamos, minorizamos y discriminamos.

En esta estudio haré un breve relato del juego de cartas Yugi oh!, de sus reglas, espacios y actores que permiten su funcionamiento, que trabajé con más detalle en otro artículo (Rodas, 2012). En la segunda parte revisaré las perspectivas teóricas que han sido abiertas para el análisis del juego, para terminar con las reflexiones que Augé (2007) hace sobre el objeto contemporáneo de la antropología, el problema de la tensión entre la libertad individual y la construcción de sentido colectivo. Una tensión que precisamente es evidente y se dilucida en la práctica del juego.

2. ¿Qué es la comunidad de cartas Yugi oh? ¿Cómo funciona en Guatemala?

Los juegos de cartas coleccionables no son una novedad, baste recordar las tarjetas de los jugadores de béisbol que son toda una institución en la sociedad norteamericana y una industria del entretenimiento. Pero quien abrió la dimensión del juego en las cartas coleccionables que se conocen hoy en día, fue Magic, en 1993, en Estado Unidos de Norteamérica. Tres años más tarde iniciaría Yu-gi-oh! en Japón. Posteriormente, en el 2002, fue lanzado para el mundo por las compañías Konnami y Upper Deck Entertainment Inc. con una primera expansión (Rodas, 2012).

El juego alcanzó popularidad gracias a que paralelamente se publicó un animé del juego cuyo argumento principal era jugar Yu-gi-oh! El animé consta de varias series que siguen publicándose y renovando sus episodios hasta el día de hoy. La caricatura de Yu-gi-oh! ha sido trabajada en cinco series (de la 0 a la 4) y desde el inicio tiene un efecto de publicidad, que no solo introduce a los jóvenes al juego, sino va marcando pautas para la impresión de las cartas y en la explicitación de algunas normas para el juego.

Más que un juego de roles, Yu-gi-oh! es un juego de estrategia. A diferencia de los juegos de roles, en donde se actúa como un personaje inventado o seleccionado a partir de una serie de personajes existentes, los juegos de estrategia sitúan al individuo en un entorno, es decir, en un conjunto de situaciones en las que debe tomar decisiones en función de las iniciativas que asuman el resto de jugadores intervinientes. Las decisiones deben basarse en cómo se cree que el entorno cambia cuando, cada uno de los jugadores —incluido uno mismo—, decida en un sentido o en otro (Tarzizán & Paredes, 2012, p.183). En efecto, Yu-gi-oh! es básicamente un juego de duelo en donde el objetivo es eliminar al contendiente. Se trata de identificar en él, a través de sus comportamientos y bajo el supuesto de conocer sus recursos, sus posibles decisiones que afectarán la existencia propia y la posibilidad de ganar la batalla.

El duelo, jugado en parejas, se realiza sobre la construcción previa de una baraja, el *deck*. El jugador la fabricará con antelación y pensando en sus virtuales oponentes y sus posibles estrategias. Para ello debe poseer, en primer lugar, el conocimiento sobre los distintos poderes de las cartas y sus posibilidades combinatorias para que fluyan sobre el campo de batalla —es decir, debe conocer cada carta, pero también qué resulta de su interacción—, las reglas y las prohibiciones que cambian tras cada ciclo anual de enfrentamientos, determinado por el calendario de la compañía Konami, productora de los torneos y editora y comercializadora de las nuevas cartas. La estrategia en el *deck* puede ser recetada por la compañía, un *deck* de arquetipo, o puede ser inventada por los jugadores, el *combo*. En el *deck arquetípico*, suministrado por la compañía a través de la venta de un conjunto de cartas prescritas, el jugador no piensa. Simplemente tira las cartas en el orden y con los recursos suministrados (monstruos con distintos poderes valorados en puntajes que les permiten sobreponerse a la fuerza de los monstruos tirados al campo de batalla por su contrin-

cante). Por su parte, el *deck* individualizado es producto de la experiencia de los jugadores tras los duelos y del conocimiento especializado de un complejo de conceptos que determinan los poderes y las combinatorias de las características de las cartas.

Un segundo recurso que debe poseer el jugador son los materiales: un *stock* de cartas compuesto por las adquiridas a lo largo del tiempo —y que sigan vigentes desechando las eliminadas temporal o definitivamente de las tiendas a partir de la reglamentación que la compañía adecúa en función de las dinámicas de consumo de sus productos— y las recién compradas o intercambiadas entre jugadores. Esto implica disponer de un presupuesto para adquirir las novedades, tomando en cuenta que las cartas con mayores poderes son las más costosas en términos de dinero.

Luego de la solitaria construcción del *deck* y de su estrategia, el jugador la pone a prueba en el momento del duelo. Estos se realizan bajo el calendario y la organización de las tiendas que forman la red comercial de la compañía Konami.

En síntesis, y sin querer recuperar la complejidad conceptual y de acciones tras el juego y de su comercialización que hemos descrito con más detalle en el 2012 (Rodas), sus elementos fundamentales son:

- Las cartas y su iconografía
- La estrategia que el jugador arme con su baraja, el *deck* (lo que implica el conocimiento de la iconografía y los poderes que en ellas están inscritos) y el duelo sobre el campo de batalla.



Figura 1. Campo de Batalla, I. Rodas, 2010

- Las normas del juego verificadas por la empresa y sus representantes, sean estos los dueños de las tiendas que las venden y que organizan las competencias o los jugadores expertos que hacen el rol de jueces.
- La renovación de la baraja. Este consumo lo anima la compañía productora a través de tiendas autorizadas por la Compañía Konami, situadas alrededor del mundo. Las redes se sustentan en ellas, en las ventas que promueven. Se animan a través de la organización de distintos tipos de torneos a nivel nacional, pudiendo llevar al campeón local a participar en las competencias continentales y luego las mundiales. Los eventos son de tres tipos: los que introductorios en donde se inician los nuevos jugadores y se presentan las nuevas ediciones de cartas; los de innovación donde se invita a los jugadores a retar las reglas del juego establecidas por la empresa y a inventar nuevas combinaciones de *decks*, y las eliminatorias, organizadas para seleccionar a los mejores desde el nivel local, regional, continental y mundial.

Para el 2010, Guatemala formaba parte de los distribuidores mexicanos. Entonces esta era la plaza más grande en América Latina con 132 tiendas. El primer lugar de consumo de este juego en ese mismo año fue el europeo con 971 tiendas y le siguió el norteamericano con 548 tiendas. En Asia, contrario a lo que uno crearía por ser el lugar de origen del juego, existían en ese año 349 tiendas. Las tiendas autorizadas convocan a los eventos por los que hay que pagar una inscripción que da derecho, además de participar en el duelo, a uno de los sobres con cartas recién editados por la compañía y premios tales como tapetes, estuches y otros productos que giran alrededor de la edición de las cartas. Los ránquines obtenidos en estos eventos son administrados a través de Konami (2008) el sistema oficial de la empresa, que inicia su temporada y el ranquin de los jugadores, con números de inscripción asignados por la empresa, cada abril (Rodas, 2012).

Lo que me inquietó luego de este acercamiento superficial al juego fueron preguntas tales como: ¿cuál es el tipo de relación que se alcanza a tener con los pares?, ¿cuál es el motor del mantenimiento de estas comunidades de cartas Yu-gi-oh! en Guatemala? A diferencia de las comunidades japonesas, donde esto forma parte de alguna tradición que se rejuvenece generacionalmente, o en Estados Unidos, en donde los grupos de jugadores son numéricamente más impor-

tales, ¿podemos llamar “comunidad nostálgicas de infancia” a esta propiciación de consumo en Guatemala? En apariencia, la adhesión de los individuos a ella es emotiva y comercial: se origina en su afición a ver una caricatura en la televisión. Los niños y adolescentes quedan imbuidos por el deseo de ser los protagonistas que participan en los torneos, tal y como sucede en la caricatura. Las respuestas no las tengo, el tiempo de exposición y de acercamiento a estos jóvenes, en su mayoría hombres adolescentes y jóvenes adultos, no fue lo suficientemente para encontrar algunos indicios de respuesta (Rodas, 2012). Tan solo tuve un primer acercamiento.

Las fuentes de información para aquel primer acercamiento etnográfico del 2012 fueron a través de intensas entrevistas con un jugador especializado, en ese entonces, mi hijo. Tres años después, ya no lo es más, lo que dice de lo intenso y pero efímero del pasaje por estas comunidades del juego. En ese entonces, a través de largos diálogos me permitió comprender la complejidad conceptual del juego, no solo de cada unidad figurada en cada carta, sino dimensionar la profundidad de la combinatoria y de la tipología de estrategias basadas en la velocidad con la que puede eliminarse al otro en el duelo. Estas entrevistas las complementé con la lectura de distintos sitios de jugadores, la lectura de los manuales oficiales así como de versiones comentadas por jugadores de distintos países. Una tercera fuente fue la exploración del sitio y de sus distintos espacios de interacción: desde tutoriales para novatos hasta otros para más expertos, y con noticias de las novedades de edición de nuevas cartas y reglamentos o prohibiciones de usos de cartas. El sitio también contiene las iniciativas para el registro de los jugadores-compradores y la movilización de sus intereses a partir de la oferta de torneos. En ellos se calendariza y organizan los duelos a nivel local, nacional, regional y mundial. Finalmente, hice visitas a dos centros, dos tiendas, que en la ciudad capital organizan los torneos oficiales de la compañía. Allí vi jugar y aprecié a la que podríamos llamar la comunidad de jugadores de Yu-gi-oh! en Guatemala. Un conjunto de jóvenes adolescentes y jóvenes adultos, en su mayoría hombres diferenciados por la zona en donde se ubica el local comercial. Una en la Calzada Roosevelt, en donde confluyen jugadores de capas medias bajas y la otra en la zona 14, zona caracterizada por su ocupación de estratos de las clases medias altas del país. Esta primera incursión etnográfica es la que me estimuló a adentrarme en algunas dimensiones que la

antropología ha distinguido alrededor del juego, que no tuve tiempo, en aquel momento etnográfico, para explorar. Esta segunda ocasión de trabajar el tema me dio la oportunidad de escribir estas líneas adicionales para rebasar el ejercicio inductivo que suelo entablar con mis objetos de conocimiento.

3. La antropología y el juego, las dimensiones para una observación de campo

En el trabajo etnográfico publicado me concentré en tres aspectos descriptivos. El primero en ese origen histórico del juego y en un intento por retrasar su introducción en Guatemala, ubicando las tiendas y pequeñas comunidades de cartas locales. Un segundo aspecto, que intenté comprender y sintetizar en sus fundamentos básicos, fueron las reglas del juego que implican no solo el conocimiento de la basta iconografía, sustraída de distintos contextos culturales, inscrita en las cartas, sino en los actores que intervienen en la formulación, validación y renovación de las normas y del inventario de cartas que permiten el montaje de las estrategias de las barajas que se enfrentan a duelo. Finalmente, hago ver cómo esas normas inducen a la renovación de la baraja y por lo tanto a la estimulación del consumo, es decir bajo los valores de mercado que establece Konami, la empresa dueña de esta industria del entretenimiento, y que están implícitos en la adquisición y renovación de las cartas, sin las cuales es imposible el intercambio y posicionarse como jugador notable en la comunidad de cartas.

Ahora, me di el tiempo de considerar otras dimensiones analíticas, pero simplemente como las nuevas preguntas que me haría si volviera a observar la práctica de este juego, de estas comunidades de cartas. Los marcos analíticos que presento en este artículo obligan a extender la mirada hacia la complejidad de las mentes diseñadoras que poseen los creadores de los juegos y los administradores de estas industrias del entretenimiento. No obstante, me seguiría haciendo la pregunta de cuál es el efecto de estos juegos en los roles, las reglas, las estrategias y las formas de organización de las relaciones entre individuos y el mercado en sociedades como la guatemalteca, cuyo desarrollo caótico es innecesario resumir aquí. Probablemente su incidencia quede diluida en términos de estrategias individuales, puesto que el número de personas expuestas a esta experiencia es ínfimo. Pero no cabe duda que en nuestras sociedades, arbitrarias y discrecionales, estos aprendizajes en juegos de simulación pueden dotar a

los individuos de ideas innovadoras para movilizarse en contextos cada vez más orientados por las dinámicas de mercado, por la arbitrariedad de los intereses individualizados, incapaces de sostener normas que permitan la convivencia pacífica en los espacios colectivos tan evidentes como el transporte público, en el tránsito vehicular, los vecindarios o los centros comerciales que se han vuelto los puntos de encuentro en nuestra sociedad.

Así, en un primer momento, el juego, como objeto de conocimiento de la antropología, estuvo asociado a la descripción de las sociedades tradicionales. No obstante, hay quienes, revisitando la literatura de principios del siglo XX, insisten que el juego para los etnógrafos fue un área marginal. El autor clásico en este tema es el filósofo e historiador holandés Huizinga autor del *Homo Ludens* en 1938. (Klabbers, 2003) si bien nos dice que en su obra se formula una primera definición que estableció la importancia del juego dentro de la cultura, es decir como objeto, el interés contemporáneo se concentra en comprender el elemento del juego en la cultura, es decir, como la acción presente en las iniciativas de cualquier sociedad. A este respecto Augé (2007) diferencia a las sociedades en función del tratamiento del conocimiento y sus sistemas simbólicos. Diferencia entre las sociedades (o los momentos históricos de toda sociedad) que tienden a conservar los contenidos, a elaborar sobre el pasado, para mantener sus estructuras de poder y organización (conocimientos tradicionales) de los que permiten la introspección para su adaptación y reformulación, permitiendo libertad a sus miembros como formas de preparación para el cambio (conocimiento científico). La actitud frente al conocimiento está en la base precisamente de lo que implica la práctica del juego en todas las culturas.

3.1. Definición del juego

¿Cómo definió el juego Huitzinga en 1938? Como una actividad libre que se ubica conscientemente afuera de la vida ordinaria, como una existencia no seria, pero que al mismo tiempo absorbe al jugador intensamente. Huitzinga vio en el juego una actividad que no estaba conectada con intereses materiales y de la que no se obtenía ninguna ganancia económica. La circunscribió a sus propias fronteras de tiempo y espacio de acuerdo a reglas que ordenaban algunas prácticas que promovían la formación de grupos que se movían de manera diferente frente al mundo común.

Tabla 1
Ejemplos de tipologías del juego en distintos acercamientos etnográficos

Beart 1955 (África) por acciones	Iona y Opie (1969) (Inglaterra, Escocia, Gales)	Herrero (1986) por recursos	Boratav (1960)
Juegos de búsqueda	Juegos de persecución	Juegos de cartas	Juegos verbales, imitativos, mágicos, iniciación
Juegos atléticos	Juegos de atrapar	Juegos con monedas	Juegos de fuerza y habilidad
Juegos de lucha	Juegos de buscar	Juegos con bolas o chapas	Juegos intelectuales
Juegos de control de reflejos	Juegos de cacería	Juegos de taba	
Juegos al lado y dentro del agua	Juegos de correr	Juegos de agujas	
Juegos de habilidad y destreza	Juegos de desafío	Juegos de botes	
Juegos de azar	Juegos de esforzarse	Juegos con carreras	
	Juegos de atreverse	Juegos con pelotas	
	Juegos de adivinar	Juegos de escondite	
	Juegos de representación	Juegos de dar y esquivar	
	Juegos de simular	Juegos de saltar	
		Juegos de burlas	

Nota: Tomado de “Los estudios socioculturales sobre el juego tradicional: Una revisión taxonómica”, por J. Bantula, 2006, *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 61(2), 19-42.

Contemporáneamente el juego se analiza no como un objeto producido por la cultura sino como un proceso dentro de la cultura, no es un tipo de actividad, sino una modalidad de la acción. En ese sentido, el juego sigue siendo parte de una configuración de espacios y tiempos propios y coherentes pero que puede esclarecer campos de significación simbólica y estética colectivamente compartidos en una sociedad. La idea de un espacio yuxtapuesto, paralelo al de la vida cotidiana, tiende a ser remplazado por la idea de un espacio situado en el corazón de la existencia humana, no un espacio cerrado sino uno cuyas fronteras porosas permiten salir y entrar libremente de él. Si la esencia del juego es la libertad, la delimitación de su espacio no significa una clausura, puesto que en él, el jugador puede recrear su vida, puede constituir una zona de seguridad, e incluso, de irresponsabilidad (Leclerc, 2012).

3. 2. Los principios taxonómicos para el análisis del juego

¿Cómo se ha trabajado el juego? Bajo el influjo del folclore, cuyo límite fue la cristalización de relatos que solo buscaron las reglas y el origen del juego sin comprender sus dimensiones sociales, se produjeron inventarios de juegos y, con ello, la necesidad de clasificarlos. Las taxonomías y los repertorios de juegos se organizaron por su morfología y sus funcionalidades, relación con el exterior-interior, de temporadas, de género, por las habilidades desarrolladas o por los recursos empleados.

Pero la taxonomía que ha prevalecido para fundar los análisis contemporáneos de las prácticas del juego fue la propuesta del sociólogo y escritor francés Caillois (1959), en *Los juegos y los hombres* (citado en Hamayon, 2012) donde distinguió cuatro tipos según el desencadenamiento lúdico que implican:

Diversión Turbulencia Improvisación Alegria Paidia Espontaneidad ↕ Control Ludus Esfuerzo Paciencia Habilidades	Agón Competencia	Juegos de competencia en donde desde la igualdad se busca demostrar superioridad
	Alea Azar	Juegos de decisión para vencer al adversario frente al destino, al azar
	Mincry Simulación	Juegos simuladores en donde se existe en un mundo ficticio, cerrado temporalmente aceptado como una segunda realidad, completado por la mímica y el disfraz estimulando la ilusión, la libertad, la invención y la ejecución
	Ilinx Vértigo	Juegos que crean vértigo, inestabilidad de la percepción para infligir a la conciencia lúcida un pánico voluptuoso hasta alcanzar algún espasmo, trance o aturdimiento que provoca la aniquilación de la realidad

Figura 1. Tipos según el desencadenamiento lúdico que implican R. Caillois, 1959 (Hamayon, 2012).

No muy lejos de la primera definición de Huitzinga, la definición implicada en esta taxonomía permite definir la actividad como esencialmente: libre, separada, incierta, improductiva, gobernada por reglas y fundada en la ficción. No obstante, nada más alejado de los usos contemporáneos del juego. Puesto que todo juego implica actos simbólicos, cada vez más la actividad lúdica es usada para el diseño de herramientas de aprendizaje (en cualquier campo y nivel de especialización) y de juegos en sí mismos. Este uso instrumentalizado del juego no sucede sin acudir a las teorías cognitivas y sus repercusiones en las conductas sociales, políticas y económicas (Kabblers, 2003). Esto hace necesariamente que la mirada etnográfica no solo se vuelque hacia la comunidad y las redes de consumidores y los individuos que entran y salen de ellas, sino se indague sobre los grupos de diseñadores e inventores de estos juegos que buscan, a través de la creación de mundos imaginarios que se alejan de las experiencias cotidianas, motivar y crear adherencia de los jugadores a sus productos.

4. La doble mirada tercermundista para el análisis de la industria del entretenimiento: las taxonomías que clasifican y producen el juego y las simulaciones

Entonces, ¿qué nos toca como etnógrafos en un país donde se consumen estos productos y donde también se conocen los marcos teóricos de esta producción

como una fuente secundaria? Como todo fenómeno contemporáneo en donde intervienen múltiples núcleos productores de sentido, la mirada etnográfica no solo debe observar lo local sino las redes de conexiones que hacen de cualquier práctica una de orden global, tanto en términos de nuestra formación académica como la de consumidores de productos que tienen tras de sí complejas elaboraciones teóricas que evalúan constantemente la conducta del consumidor.

En esa perspectiva, me pareció esclarecedora la entrada que propone Klabbers para el análisis de los juegos y los simuladores desde la antropología del conocimiento propuesta por Barth. Klabbers, (2003) enuncia que tomando en cuenta que todo juego pone en relación dinámica a actores, reglas y recursos, propone otra tipología que recupera también los aportes enunciados por Caillois, cuando propuso que todo juego implica la tensión entre la espontaneidad y el control (o la libertad y la construcción de sentido colectivo, en los términos de Augé). Así para este autor, y desde esta perspectiva de la teoría del conocimiento, todo juego creado para usos de aprendizaje y en la industria del entretenimiento pone en funcionamiento esos tres sistemas sociales (actores, reglas y recursos) bajo tres aspectos:

- Un corpus de afirmaciones *reglas y recursos*
- Un rango medio de representaciones *reglas*
- Y una forma social de organización *actores*

Estos factores se interrelacionan de maneras particulares en los distintos juegos porque en cada sesión, el juego pone en funcionamiento sentidos construidos localmente reinterpretados, transmitidos a través de palabras, símbolos, posturas y acciones. Estos son movilizados en procesos de entrenamiento y educación a través de competencias metacognitivas, competencias de aprendizaje, competencias para pensar, conocimiento y motivaciones que forman parte, o no, de la tradición cultural de cada sociedad. En ese sentido, sabemos que las competencias en Guatemala están más orientadas a partir de mecanismos rígidos que privilegian la memorización de contenidos estáticos y los métodos autoritarios y moralistas en el aprendizaje. Eso nos hace una sociedad altamente intolerante e incapaz de asociaciones que permitan manejar, socialmente, los entornos cada vez más complejos de nuestras actividades económicas, políticas y sociales.

Para su análisis, desde la teoría semiótica, Klabbers elabora una taxonomía que permite la clasificación de los juegos en función de los actores, las reglas y los recursos pero poniendo atención a la sintaxis, la semiótica y la pragmática en cada uno de ellos. Este lenguaje producirá significados en contextos situacionales de conocimiento diferenciados que configura el sistema de interacciones y la organización interna del juego. Bajo esas pautas, el juego estimula la libertad como motivación, sin dependencias ni controles, o encarrila al jugador para que logre, a través de las reglas, alcanzar las metas. Así, en la fabricación (y por lo tanto en el análisis) de un juego, se trabaja la sintaxis (el arreglo gramatical del juego), la semántica (la forma en que el juego corresponde a nuestra comprensión) y la pragmática (la metodología para diseñar, preparar, conducir y evaluar el juego), en los tres sistemas aludidos que intervienen en todo juego: los actores, las reglas y los recursos. El cuadro taxonómico ofrecido bajo esta perspectiva teórica resulta así:

Tabla 2
Taxonomía de actores, reglas y recursos

Sistemas sociales	Sintaxis	Semántica	Pragmática
Actores	Jugadores	Roles	Libertad/control
	Número de lugares en el juego		Conocimiento adquirido en la acción
Reglas	Conjunto de estrategias del juego	Relación entre roles	
	Reglas preparatorias	Situaciones culturales y socio-económicas	Equipo de facilitadores del juego
	Reglas de conducta		Formato: Rigidez de normas Formas libres
	Conjunto de posiciones en el juego	Evaluación de los lugares para asignación de recursos y posiciones en el equipo de jugadores	Funciones de evaluación
	Posiciones finales en el juego		
	Evaluación de funciones		
Recursos	Conjunto de piezas	Recursos	Parafernalia
	Espacio del juego	Conjunto de lugares	Equipos
			Facilidades

Nota: Tomado de "The gaming landscape: a taxonomy for classifying games and Simulations" por J. Klabbers, 2003, en M. Copier & J. Raessens (Eds.), *Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up*, pp. 54-68. Utrecht: University of Utrecht.

Consideraciones finales

La transposicionalidad de las prácticas aprendidas en el juego dentro de los espacios de la vida cotidiana

Si el juego es un espacio de experimentación, con su propio tiempo y espacio, que posee normas y estimula la libertad, ¿cómo se transfieren estos aprendizajes al mundo de la vida cotidiana? Para poner el ejemplo tomado de Yugi-oh! Regreso a mi punto de entrada: ¿qué efectos tiene en la relación de autoridad de una madre que no puede intervenir en una conversación o incidir en los valores subyacentes en esos contenidos simbólicos?, ¿cómo establecer contenidos mínimos para la comunicación, el intercambio y la convivencia en los mundos domésticos y laborales cuando poseemos mundos de referencia múltiples?

Para concluir, quise hacer notar que estas prácticas ligadas a la industria del entretenimiento forman parte de las múltiples posibilidades de construcción de sentido ligada a los procesos de transnacionalización, estimuladas por el mercado que desborda la organización del Estado nacional y de las prácticas de los grupos que habitan en su territorio. Los referentes introducidos por los juegos son parte del conjunto de informaciones y formas de hacer que recibimos a través de las tecnologías de la comunicación que son aprovechadas por el mundo del consumo pero poco reflexionadas desde el mundo de la política que organice nuestros espacios vitales y comunes. Ponen a la disposición representaciones sociales que generan identidades globales entrecruzadas con las comunidades de pertenencia en el ámbito territorial que, al ignorarlas, contribuyen a dificultar la organización de la sociedad.

Estas entradas para la observación del juego me permiten nuevamente observar la práctica, inscrita en estas dinámicas de la industria del entretenimiento. La pregunta es cómo estas, al ser apropiadas por los individuos bajo ese escenario, se expanden a otras esferas de la acción social, política y cultural. Cómo son reproducidas por individualidades dispersas, cuyas prácticas se formulan en distintos marcos de acción dentro de sus espacios laborales y domésticos, marcados por un contexto político y social donde el interés particular, la arbitrariedad, la discrecionalidad y la violencia se ha apropiado de las dinámicas colectivas.

Desde mi punto de vista, producen efectos de dispersión de actos, de estrategias de alianzas u oposición, o a nivel estético, de diferenciación de los gustos y, por lo tanto, de las demandas. Una dispersión que además dificulta la capacidad de formular sentidos co-

munes, de comprender los órdenes que organizan el sistema y, por ello, de orientar la acción colectiva de una sociedad.

Contribuye a la fragmentación, a lo que Augé (2007) identifica como el exceso de individualismo en el que el único sentido que orienta las prácticas y las relaciones es el que cada individuo crea para sí. Estos patrones, practicados por grupos convocados por la industria del entretenimiento en contextos urbanos de clases medias, tal como lo afirma García (1995), inducen a prácticas sociales que responden a ese escenario global donde el mercado canaliza esos sentidos individuales para generar pertenencias efímeras y conformar comunidades sociales a partir de la lógica del consumo.

Bajo ese individualismo y la arbitrariedad egocéntrica a la que conduce, ¿qué sentido tiene la libertad? ¿Cómo ejercerla para generar nuevos marcos de sentido colectivo, para crear sociedad? Es allí donde se halla la tensión entre la libertad individual y la construcción colectiva del sentido. En donde la jugada cuenta más que el juego. Donde las normas que permiten la pertenencia valen menos que la estrategia que aplique el individuo para sobresalir en la competencia.

Referencias

- Augé, M. (2007). El objeto de la antropología hoy. *Psicoperspectivas*, 6(1), 7-21.
- Bantulá, J. (julio-diciembre 2006). Los estudios socio-culturales sobre el juego tradicional: Una revisión taxonómica. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 61(2), 19-42.
- García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización*. DF, México: Grijalbo.
- Hamayon, R. (2012). Jouer. Une étude anthropologique. En *Revue du Mauss Permanente*. <http://www.journaldumauss.net/?Jouer-Une-etude-anthropologique>
- Klabbers, J. (2003). The gaming landscape: A taxonomy for classifying games and Simulations. En M. Copier & J. Raessens (Eds.), *Proceedings of the 2003 DiGRA International Conference: Level Up* (pp. 54-68). Utrecht: University of Utrecht.
- Konami Digital Entertainment. (2008). Recuperado de https://www.cossy.konami.net/COC_K/Index.do

- Leclerc, N. (2012). *L'espace ludique, un espace à part, Le regard de la littérature. Géographie et cultures*, 82, 9-24. doi: 10.4000/gc.1292
- Rodas, I. (2012). Comunidades de juegos de cartas coleccionables e intercambiables: El caso de *Yu-gi-oh!* en Guatemala. *Revista Centroamericana de Estudios Culturales*, 36-47.
- Tarziján, J., & Ricardo, P. (2012). Nociones de teoría de juegos para la estrategia. En *Organización industrial para la estrategia empresarial* (pp. 183-204) Recuperado de http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/org_indu/11.pdf