

fichinescu

2021-2026

Cronotripper

Hay una historia alternativa del gaming

ARCHIVO FICHINESCU

Cronotripper

Hay una historia alternativa del gaming

Ignacio Esains

Notas publicadas entre 2021-2026 en Cronotripper.

Cada nota conserva el texto tal como salió publicada. Se corrigieron únicamente erratas evidentes. Las imágenes se reproducen en una resolución estilizada. La versión original se puede encontrar en la fuente.

Todos disociamos un poco en pandemia. Mi versión de la crisis de nervios fue un blog sobre historia de videojuegos en el que experimenté distintos estilos de periodismo. Hay cronologías tradicionales alternadas con provocaciones más gonzo, una "invocación" de la que estoy particularmente orgulloso y el bichito de la crónica en primera persona deslizándose en cada nota. Estas son mis entregas favoritas. Las notas están tal como salieron publicadas. Lo único que cambió es el lugar donde se leen.

IGNACIO ESAINS

ÍNDICE

01 **Street Fighter II vs. las máquinas que no querían morir** 6
CRONOTRIPPER (JUNIO DE 2021)

02 **Histeria de la piratería: propaganda corporativa en la prensa de videojuegos** 19
CRONOTRIPPER (MARZO DE 2021)

03 **Malvinas y los videojuegos: cenizas digitales del imperio** 36
CRONOTRIPPER (ENERO DE 2022)

04 **Drowned God: Todas las conspiraciones la conspiración** 64
CRONOTRIPPER (FEBRERO DE 2021)

05 **Alone in the Dark: el divorcio de los padres del survival horror** 76
CRONOTRIPPER (JULIO DE 2021)

06 **La invención del autor: de Sid Meier a Hideo Kojima** 98
CRONOTRIPPER (FEBRERO DE 2021)

07 **Lo contrario del silencio: Theresa Duncan y el makeover perpetuo** 114
CRONOTRIPPER (ENERO DE 2024)

08 **Los héroes de la clase obrera (Reino Unido, 1982-1985)** 179
CRONOTRIPPER (ENERO DE 2021)

09 **Ihor Wolosenko: hippie, millonario, profeta olvidado de los videojuegos** 197
CRONOTRIPPER (ENERO DE 2021)

10 **Bad End: Falcom, Enix, Koei y la incursión fallida del JRPG en Occidente** 209
CRONOTRIPPER (NOVIEMBRE DE 2021)

11 **Touhou, Tokimeki, Doujinshi: el cambio de manos del gaming otaku** 242
CRONOTRIPPER (FEBRERO DE 2021)

12 **Roe R. Adams III, una invocación** 256
CRONOTRIPPER (JULIO DE 2021)

13 **La década estática (2007-2017)** 313
CRONOTRIPPER (OCTUBRE DE 2026)

Obras y personas mencionadas 351
APÉNDICE

CRONOTRIPPER (29 DE JUNIO DE 2021)

Street Fighter II vs. las máquinas que no querían morir

¿Por qué son tan malas las versiones de 8 bit del juego de Capcom? Apuro, incompetencia y estrategia: el principio de la obsolescencia programada en el gaming.



No es una exageración decir que **Street Fighter II salvó los salones de videojuegos**. En 1991, los arcades habían quedado eclipsados por el boom de las consolas hogareñas, pero contra el juego de pelea de **Capcom** no había nada que hacer. En casa no había nada a la altura de su calidad visual, sus controles y la escena competitiva que se fue armando a su alrededor.

La industria de los ‘90 clonaba éxitos a la velocidad de la luz, y pronto había cinco, diez, veinte juegos de pelea distintos para elegir en los arcades resucitados. Además, claro, de una nueva versión **Champion/Hyper/Turbo** de Street Fighter II cada seis meses. El empujoncito de Capcom fue suficiente como para que los fichines de Occidente respiren durante casi una década más.

Esa es la historia que todo gamer conoce. La **obra maestra** que salvó la cultura gamer. El **precursor** de los esports. El **clásico** que se puede disfrutar hoy tanto como hace treinta años.



El aviso original de Street Fighter II, publicado en Gamest (biblia de los arcades japonesa) en abril de 1991.

El aviso original de Street Fighter II, publicado en Gamest (biblia de los arcades japonesa) en abril de 1991.

Pero detrás de Street Fighter II hay **otra historia**, no tan agradable. La de un par de empresas desesperadas por vender nueva tecnología que usaron el juego de pelea para declarar **muerta** a la generación anterior, con una seguidilla de conversiones hogareñas lamentables que consolidaron una idea comercialmente valiosa: “*jugar Street Fighter II en la máquina que ya tengo es imposible. Es hora de comprar otra*.”

Esta es, entonces, la **historia paralela**. La de la obra maestra que salvó una industria y a la vez aceleró el colapso de otra.

Breve historia de la tecnología traicionera

El concepto de "**obsolescencia programada**" no es nuevo. La idea de limitar artificialmente la vida útil de un producto existe desde que **Henry Ford** inventó el concepto del "modelo del año" en la industria del automóvil de la década del '20, confiando en que sus clientes no podrían resistirse a una versión superior de un producto que ya tienen, aunque el "viejo" funcione a la perfección. **Un ciclo efectivo** que replican al pie de la letra productos modernos como los celulares y tablets, aunque vaya contra todos los instintos del consumo inteligente.

La industria del videojuego tiene el mismo hábito, con la diferencia de que **los saltos generacionales están más espaciados**. De los 8 a los 16 bit. Del 2D al 3D. De la tele cuadrada CRT a las pantallas planas LED HD. Con el paso de los años las diferencias entre un modelo y otro se hicieron más sutiles. Nadie confundiría una imagen de Nintendo 64 con una de Super NES, pero no pasa lo mismo con, por ejemplo, Xbox One y Xbox 360.



Forzar una revolución no es una gran estrategia de marketing, como bien demostró Dreamcast que (spoiler) no cambió nada para siempre.

Forzar una revolución no es una gran estrategia de marketing, como bien demostró Dreamcast que (spoiler) no cambió nada para siempre.

La situación del gaming se complica más al ser una industria parada en un triángulo entre el arte, el entretenimiento y la tecnología. El proceso de adoptar nuevas plataformas suele ser un dolor de cabeza para los creativos, obligados a lidiar con nuevas herramientas, aumentar el tamaño de los equipos y realizar inversiones riesgosas. No importa la calidad de los juegos de un estudio: **Psygnosis**, **Hudson**, **THQ**... en esta carrera un tropezón significa quedar atrás.

El concepto de salto generacional no existió durante los '80. Las arquitecturas dominantes (**Famicom**, **Commodore 64**, **IBM PC**) se establecieron al principio de la década y no tuvieron muchos cambios. O mejor dicho, no cambiaron las plataformas, pero sí los precios. El costo de fabricación de cada máquina bajaba año tras año, y se sumaban nuevos consumidores. Parece increíble, pero la enorme mayoría de los juegos de MS-DOS de los '80, desde **Alley Cat** hasta las sofisticadas aventuras de Sierra y LucasArts, están diseñados para correr en una **IBM PC modelo 515**0, que en 1981 costaba 1500 dólares y diez años después sus clones se conseguían por una fracción de ese valor.



Commodore lanzó la 64 a 595 dólares en 1982. Para 1985 se conseguía a menos de $199.

Commodore lanzó la 64 a 595 dólares en 1982. Para 1985 se conseguía a menos de $199.

Los jugadores de la época no clamaban exactamente por un avance tecnológico. **Commodore** declaró **obsoleta** a la querida C64 y lanzó la Amiga 500 en 1985, pero fue un fracaso en Estados Unidos y sólo funcionó en los países más ricos de Europa. **Sega** lanzó su flamante **Genesis** en 1989 y pasó dos años juntando polvo en las bateas. Ni hablar de máquinas técnicamente poderosas pero olvidadas como la **Turbografx** de NEC o la **ST** de Atari.

Para 1990, el "modelo del año" no se aplicaba al gaming. Porque con todo el amor que el gamer pueda tener por esas cajitas que van abajo del televisor, la industria de los videojuegos no vende consolas, sino... videojuegos.

Para vender la carísima nueva tecnología, la industria tenía que replantear su gancho. Y así es como nace la idea de la **"killer app"**: el juego que te obliga a cambiar de máquina.

El fighter es el killer

La revolución Street Fighter II no se puede explicar con **marketing** o con **tendencias** de la industria. Es un fenómeno que nació de la propia cultura gamer. En 1991 las galerías de arcades estaban en un claro declive por la misma razón por la que Genesis no vendía: **la tecnología de punta no era suficiente atractivo para el que tenía un Family en casa.**

Pero el juego de Capcom no existía sin los arcades. El gancho estaba en la competencia con otros jugadores, el joystick y sus seis botones, los enormes sprites que parecían fuera del alcance de las consolas hogareñas de la época. Street Fighter II salvó el arcade en 1991 y en años posteriores se volvió el **vendeconsolas** con el que Sega y Nintendo soñaban gracias a conversiones de primera calidad que llegaron justo a tiempo.



Honestidad brutal en los avisos españoles de la edición de Super Nintendo.

Honestidad brutal en los avisos españoles de la edición de Super Nintendo.

En 1991, el año de Street Fighter, Genesis por fin había repuntado gracias a **Sonic The Hedgehog**, su primera killer app, con la que esa navidad derrotó al recién lanzado Super Nintendo en ventas. Nintendo metió presión a **Capcom**, frenó la producción interna de cartuchos propios y puso a toda la empresa a disposición de Street Fighter 2. En el verano del '92 la conversión se puso a la venta en una versión casi idéntica a la de los arcades y Nintendo **terminó el año con dos millones de consolas vendidas**. No lo suficiente como para ganar a Sega, pero un final mucho más peleado del que esperaban.

Sega, por su parte, tuvo su propio port (de la "**Champion Edition**") al año siguiente, que los obligó a lanzar un pad actualizado, de seis botones. Las consolas viejas nunca tuvieron esa suerte. Master System había muerto antes de nacer en Estados Unidos, y **aunque Nintendo siguió lanzando juegos para su consola de 8 bit hasta 1994, Street Fighter II nunca llegaría**. No había ningún incentivo comercial para hacerlo.

En Europa no existía esa opción. Los gamers del viejo continente nunca se habían aclimatado a las consolas y seguían usando microcomputadoras. Para **U.S. Gold**, el estudio europeo que pagó una millonada por los derechos, Street Fighter II era lo opuesto del trillado ideograma chino: **una crisis disfrazada de oportunidad**.

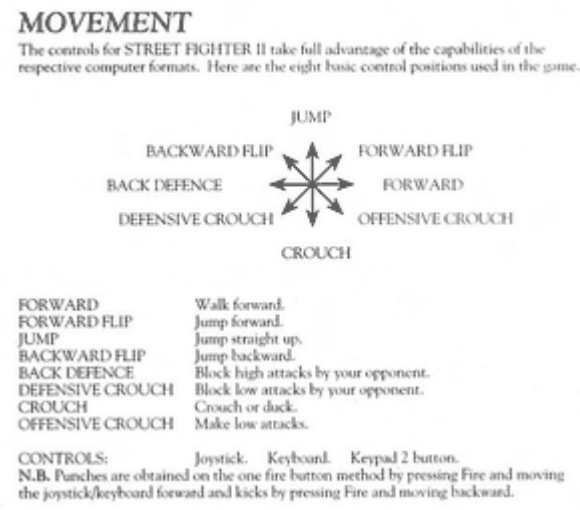
U.S. Gold en Contra

U.S. Gold (que, para confusión de muchos, es una empresa británica) tercerizó la conversión a dos de sus equipos internos: **Tiertex** (un clásico de Spectrum) y **Creative Materials**, que había hecho un trabajo relativamente digno con **Final Fight** en Commodore 64. Un milagro, considerando que el tiempo de desarrollo que pedía U.S. Gold solía ser de **cuatro semanas**. Una menos de lo que tomó hacer el **E.T.** de Atari.

Simon Hadlington, productor de U.S. Gold, recuerda mejor que nadie la debacle: "*Geoff Brown conseguía la licencia y de ahí se lavaba las manos, era tu laburo convertirlo en algo real. Era una pregunta de quién iba a hacerlo más rápido y más barato. Una cuestión de tiempo y efectivo. Llamábamos a los equipos y les preguntábamos quién se animaba a*

hacerlo de principio a fin en cuatro semanas. Por supuesto, salían llenos de bugs. No me importaba porque ahí entraba marketing, que hacía lo imposible para conseguir buenas críticas aunque el juego fuera una basura."

Los **gráficos** no eran el problema más complicado. La cantidad de **personajes** tampoco. Pero los **controles** eran otra cosa... ¿Cómo convertir un juego de 6 botones a computadoras que usaban un joystick con un único botón?



MOVEMENT

The controls for STREET FIGHTER II take full advantage of the capabilities of the respective computer formats. Here are the eight basic control positions used in the game.

JUMP
BACKWARD FLIP
FORWARD FLIP
BACK DEFENCE
FORWARD
DEFENSIVE CROUCH
OFFENSIVE CROUCH
CROUCH

FORWARD	Walk forward.
FORWARD FLIP	Jump forward.
JUMP	Jump straight up.
BACKWARD FLIP	Jump backward.
BACK DEFENCE	Block high attacks by your opponent.
DEFENSIVE CROUCH	Block low attacks by your opponent.
CROUCH	Crouch or duck.
OFFENSIVE CROUCH	Make low attacks.

CONTROLS: Joystick. Keyboard. Keypad 2 button.
N.B. Punches are obtained on the one fire button method by pressing Fire and moving the joystick/keyboard forward and kicks by pressing Fire and moving backward.

Los pesadillescos controles de la versión hogareña de Street Fighter II.

Los pesadillescos controles de la versión hogareña de Street Fighter II.

La respuesta que encontró el estudio fue aprovechar el movimiento del joystick para que los ataques sean **contextuales**. Apretar el botón e ir hacia atrás era una patada, hacia adelante una piña. Estando cuerpo a cuerpo el botón era una piña corta, a otra distancia, una larga. Pero **estos joysticks no eran particularmente sensibles**, así que la única técnica válida era apretar, sacudir y rezar.



Street Fighter II

En lo visual, el plan parece haber sido respetar el tamaño de los sprites y sacrificar el resto. La versión de **Amiga**, entonces, tiene personajes semi reconocibles pero que se ven en sólo 32 colores para salvar la fluidez. La de **MS-DOS** parece idéntica al arcade en fotos, pero anda a 10 cuadros por segundo. La de **Spectrum** tiene sprites gigantescos, nunca antes vistos en la modesta maquinita de Clive Sinclair… pero es en blanco y negro, y cargar cada partida del cassette tomaba 20 minutos. Quizás la de **Commodore 64** (¡programada por una sola persona!) sea la más fea de todas, ya que ni siquiera respeta el tamaño de los sprites y aún así se toma 7 minutos para cargar cada pelea.

La versión de Commodore 64 usa menos de la mitad de la pantalla.

Es la historia más vieja del mundo: una distribuidora apurada por sacar su juego más caro antes de fin de año obliga a los desarrolladores a trabajar a toda velocidad y que finalmente su nombre quede pegado a un producto percibido como un fracaso. En una industria que no se caracteriza por aprender de sus errores, es la misma telenovela, desde el antes mencionado E.T. hasta las versiones de PlayStation 4 y Xbox One de **Cyberpunk 2077**.

Y como pasó con el producto de **CD Projekt RED**, el estigma del mal juego se convirtió en una sensación de que las plataformas eran obsoletas. Street Fighter II terminó de convencer a los pocos jugadores que no estaban decididos a saltar a la nueva generación a abandonar las computadoras en pos de consolas.

Pero la historia de las versiones para plataformas "**obsoletas**" de Street Fighter II no termina con el papelón de U.S. Gold.

Lo-Fi Street-Fight

No es necesario preguntar por qué Street Fighter II nunca salió para NES/Famicom. Aunque Capcom siguió desarrollando juegos para la plataforma hasta el último día (el excelente **Mighty Final Fight**, por ejemplo, es de 1993), Nintendo quería usar su "killer app" para vender Super NES. Sega, en 1993, hizo lo mismo con el excelente port de SFII Champion Edition para Genesis. Que por supuesto, nunca salió para su consola de 8 bit, Master System.

... al menos, no en ese momento.

En 1993, **Master System** ya no se vendía ni en Estados Unidos ni en Japón, pero en **Brasil** la consola era un éxito inesperado, gracias al trabajo de la juguetera **Tec Toy**. La empresa hubiese hecho cualquier cosa por convertir Street Fighter II a la consolita, pero Capcom se negó a darles la licencia. Los brasileños no se iban a dar por vencidos, así que empezaron a trabajar en el juego de cualquier modo.

Los magos de Tec Toy lograron lo imposible con la versión de Master System.

Un año después, un grupo de programadores de Sao Paulo diseñó un prototipo magistral, que usaba un cartucho especial de 8MB pero que se acercaba al juego original mucho más de lo que lo había hecho cualquier port oficial de 8 bit. Capcom, una vez más, rechazó esta conversión, pero Tec Toy tenía una estrategia.

En 1996, el excéntrico **Stefano Arnhold**, CTO de la empresa, invitó a Brasil a uno de los desarrolladores originales del juego con el pretexto de mostrarle una adaptación de Street Fighter II a Sega Genesis. El japonés se sentó a probarlo y no quedó impresionado. *"Tienen que mejorarlo bastante"*, dijo. Y en ese momento Arnhold reveló que no estaba jugando con una Genesis, sino con una Master System y controles hackeados. Impresionado por lo que Tec Toy había hecho con una consola de 1985, aprobó el juego en el momento. **La versión, más que digna, fue un éxito, y se vendió durante más de una década en Brasil.**



La versión en cajita de Tec Toy cotiza a cientos de dólares en el mercado de usados.

La versión en cajita de Tec Toy cotiza a cientos de dólares en el mercado de usados.

No es raro que Capcom haya terminado aceptando. Es más, en 1995, la misma empresa encargó a Sun-L (Saneru Limited) el desarrollo de una versión sorprendentemente jugable de Street Fighter II para Game Boy. Estaba claro que después de la guerra de las exclusividades, no importaba dónde salieran las aventuras de Ryu y Ken.

Y el que recuerde haber jugado Street Fighter II en Family Game, no está tan lejos de la realidad. Varios diseñadores independientes (piratas, digamos) de **Taiwán** y **Hong Kong** competían por tener la "mejor" variante no oficial del juego de Capcom. Después de una pila de cartuchos impresentables, el sobreviviente fue **Hummer Team**, que a lo largo de los noventa sacó varias versiones del juego,

culminando con el excelente **Master Fighter VI'** y sus variantes recoloreadas del elenco. Zangief es Big Gun, Sagat es Markus y Guile es simplemente "Car".

Hummer Team es el mismo equipo que desarrolló el famoso "Somari"

En general las versiones "bootleg" son mejores que las originales. En 1994 circuló en las **MSX** de Brasil el muy lindo Street Fighter II Neo (de programadores desconocidos), mientras que la versión de MS-DOS fue modificada por los estudiantes canadienses **Derek Liu** y **Brian Chan** como **SFLIU**, una versión que circuló durante décadas por las BBS piratas argentinas.

Hoy "rescatar" Street Fighter II es una práctica usual para la escena de programadores de assembler de estas plataformas olvidadas. El español **Paco Herrera** está recreándolo en Commodore 64, **Javier Velasco** de Retroworks trabaja en la versión de Amstrad CPC que nunca salió y el holandés **Bart Van Velzen** lo rescató como Pointless Fighter en MSX2, ganador de una competencia internacional de "homebrew" en 2016.

You Can't Defeat Sheng Long

Ninguno de estos ports hubiese salvado estas máquinas, que para 1992 ya tenían al menos una década en el mercado. Pero la supervivencia y la versatilidad de estas consolas y microcomputadoras tuvo un impacto real en la vida de sus jugadores.

Tomemos como ejemplo al "Family Game", nombre genérico que recibían los múltiples clones de Famicom/NES importados de China y Taiwán. La importación masiva de estos productos piratas empezó en 1990, el mismo año en que Nintendo declaraba muerta la generación con el lanzamiento de Super Famicom en Japón. La exportación de consolas no oficiales y cartuchos piratas definió la formación de cientos de miles de gamers en Latinoamérica, Asia y las ex-repúblicas soviéticas.

Un dandy post-soviético compra un cartucho 1000 en 1 en esta publicidad del clón ruso Dendy.

Quizás lo mejor que ofrecían plataformas estables y baratas como las de Commodore y Spectrum era la posibilidad de desarrollar una industria de software local apuntada al consumo interno. **La industria española es un ejemplo casi trágico.** Empezó a mediados de los '80, cuando Spectrum y Amstrad bajaron sus precios, y murió cuando no pudo adaptarse a los costos de la transición de 8 a 16 bit. En países más desarrollados como el Reino Unido la industria sobrevivió, pero sus estudios más exitosos (**Rockstar**, **Eidos**, **Rocksteady**) terminaron adquiridos por transnacionales norteamericanas y japonesas.

Nadie está a salvo del impacto de adaptarse a una nueva tecnología. La **industria japonesa estuvo prácticamente en pausa** durante una década buscando la forma de competir contra los clones de **Grand Theft Auto** de la generación PS3. Los juegos más interesantes de esta época surgen en plataformas "obsoletas" (como **Persona 3** y **4**, que salieron en 2006 y 2008 respectivamente para PS2) o portátiles como la serie **Monster Hunter** de la misma Capcom, que prosperó en PSP hasta que su base de usuarios permitió justificar el presupuesto para saltar a consolas "grandes".

El marketing de la industria de los videojuegos nos enseña a recibir el recambio generacional como una panacea. Mejor tecnología, la lógica indica, garantiza mejores juegos. Pero desde la generación de PlayStation 3 y Xbox 360, la evolución creativa del AAA parece haberse estancado o desplazado a plataformas menos atadas a la fidelidad: el indie, el juego de celular, la economía de recursos de Nintendo Switch o el gaming de autor japonés tipo **Nier** o **Dark Souls**.

Quizás es un buen momento para que los interesados en la historia de los videojuegos dejemos de lado la cómoda pero imprecisa división en generaciones de la línea temporal del gaming.

Estos Street Fighters **mutantes**, **degradados**, **fantasmagóricos**, son una buena excusa para tomar distancia. Para separar la tecnología y la innovación, el consumo y el juego, la industria y las personas que la forman.

CRONOTRIPPER (17 DE MARZO DE 2021)

Histeria de la piratería: propaganda corporativa en la prensa de videojuegos

La industria del gaming está en peligro, y la responsabilidad de salvarla es del consumidor... O al menos, ese es el argumento de los últimos 40 años.



El **primero de marzo de 1986** es un día clave en la industria española del gaming.

Ese sábado de invierno tomó lugar la primera gran redada en el "**Rastro**", la enorme feria madrileña en la que hace cientos de años se venden baratijas, artesanías, ropa, y (claro) **toneladas de piratería.** No fue la primera razzia en este mercado, pero sí fue la primera en responder a una denuncia de **ANEXO**, Asociación Española de Empresas Fabricantes de Software para Ordenadores.

En cuestión de horas se secuestraron[1] **11.000 cassettes de videojuegos**, principalmente software de computadoras hogareñas como **Amstrad** y **Spectrum**. El valor promedio de venta al público de estas copias piratas era de **250 pesetas** (unos dos dólares en 1986). Los originales, mientras tanto, podían costar entre **1800 y 2000 pesetas**.



28 PIRATAS DETENIDOS EN EL RASTRO MADRILEÑO

En la mañana del pasado domingo 2 de marzo, los habituales vendedores de software pirata del Rastro madrileño se llevaron una desagradable sorpresa. En el momento álgido de las ventas y cuando se las prometían más felices, miembros del grupo 7.° de la Brigada Regional de la Policía Judicial procedieron pacíficamente a incautarles el «género» clandestino.

La magnitud de la operación puede apreciarse con facilidad si tenemos en cuenta que se intervinieron algo más de 11.000 programas, con un valor en el mercado de más de 22 millones de pesetas, lo que supone casi la quinta parte del total de las ventas legales de todo el año.

Los 28 detenidos fueron puestos a disposición Judicial, y más tarde en libertad. ANEXO, Asociación Española de Empresas Fabricantes de Soportes Lógicos, manifestó su intención de querellarse con cada uno de ellos por apropiación ilícita de los derechos de autor de estos programas, así como en lo referido a Propiedad Industrial de marcas, logotipos, anagramas y títulos.

Por otra parte, estos vendedores clandestinos, no tienen ningún tipo de permiso, ni licencia fiscal, ni cotizan a la Hacienda Pública, por lo que pueden ser procesados por fraude Fiscal.

Artículo de Microhobby celebrando la redada en el "Rastro" en marzo de 1986.

Artículo de Microhobby celebrando la redada en el "Rastro" en marzo de 1986.

El objetivo de esta redada no fue terminar con la piratería. Los miembros de ANEXO sabían perfectamente que a los dos días los mismos vendedores volverían al Rastro, quizás con un perfil más bajo. La meta real de la organización (y de su miembro más prominente, **Francisco Pastor** de la poderosa distribuidora **ERBE**) era demostrar que la piratería era un crimen y tenía un castigo. No querían asustar a los vendedores, sino al comprador.

El País, el diario más vendido de España, publicó en julio de ese año un informe con entrevistas[2] a Pastor y otros miembros de ANEXO que replican cifras, al menos, **dudosas**. "*El 80% de las copias que circulan en España son piratas*" decía Pastor, y agregaba que *"no solo se perjudica con esto a los empresarios, sino sobre todo al usuario, porque el proceso de copiado tiene un alto riesgo de fallo, y el ordenador que reproduce el programa se niega a leerlo si encuentra un error."*

Los argumentos de Pastor podrían ser de 1986, 2006, o de esta semana. Son los mismos **presagios** que el lector de prensa de videojuegos conoce de memoria.

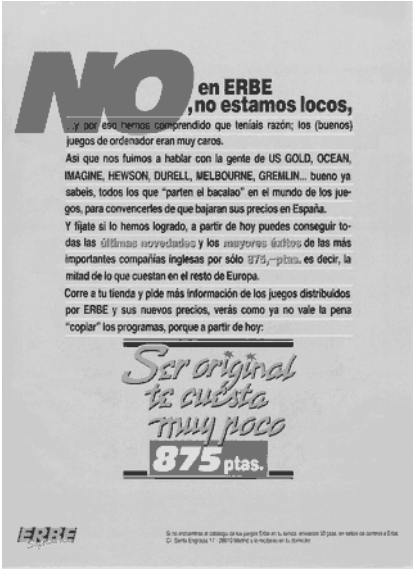
La industria está en peligro, dice Pastor. Las 200 empresas que forman el mercado están en riesgo de cerrar. **Los 1500 jóvenes que emplean podrían perder su trabajo**. Regulación, criminalización, victimización de sus propios empleados y, como es usual, el intento de **reclutar al consumidor** en una guerra corporativa.

La sección de tecnología de un medio masivo no suele cuestionar mucho a sus entrevistados, pero los medios especializados no se quedaban atrás. En el número 70 de **Microhobby** se celebra la intervención policial con bombos y platillos y se detallan los problemas legales a los que podrían enfrentarse los piratas en lo que parece una gacetilla de prensa de ANEXO. Es más, en otras entregas del mismo año (93 y 103) la revista **publica los comunicados de la asociación** sin siquiera editarlos.

Todas estas redadas fueron inútiles, y no hicieron más que envalentonar a los piratas y a sus clientes. "**Abraxas**", uno de los puesteros del Rastro, dice que "*no había ninguna ley en la que basarse... era un método coactivo, de fuerza bruta contra chicos de veinte años*". Y la industria tampoco se acabó. Todo lo contrario. Se fundaron nuevos estudios y se empleó más gente. La piratería, sin embargo, seguía siendo la piedra en el zapato de la industria. Hasta que Pastor tuvo una mejor idea.

El 29 de enero de 1987, ERBE convoca a una **rueda de prensa** en la que anuncia un nuevo valor base para todos sus productos: **875 pesetas**. Unos seis dólares, empezando desde el 1 de marzo de ese año,

exactamente 12 meses después de la redada en el "Rastro". "*Se llegó a un punto y salió el precio mágico*" dice Pablo Ruiz de Dinamic, el estudio que más perduró de esta era de oro, "*a 875 pesetas lo prefiero original aunque lo tenga pirata.*"



Publicidad de Erbe de marzo de 1987 (Microhobby 117), que venía seguida de cuatro páginas detallando todos los juegos que pasarían a valer 875 pesetas.

Publicidad de Erbe de marzo de 1987 (Microhobby 117), que venía seguida de cuatro páginas detallando todos los juegos que pasarían a valer 875 pesetas.

Microhobby, por su parte, celebró la medida en su número 116: "*La piratería, por supuesto, seguirá existiendo, pero con una incidencia sensiblemente inferior.*" Con el cambio de discurso de la industria, cambió el de los medios. De la criminalización y el mercado de lágrimas a un dilema simplemente comercial.

La industria española floreció durante tres o cuatro años, hasta colapsar bajo el peso de conflictos que tuvieron poco que ver con los precios o la piratería. Pero esta pequeña anécdota con final (temporalmente) feliz de la historia del gaming se repite con variantes en el resto de Europa, Estados Unidos y hasta Japón.

La Culpa (es) del Pirata

Si la (poco documentada) proyección de Pastor era correcta, **el 80 por ciento de los consumidores españoles de software eran piratas**. Por lo tanto, también eran piratas el 80 por ciento de los potenciales lectores de medios especializados. Para MicroHobby y sus clientes era importante resaltar **la posición anti-piratería del medio**. Sin acusar al lector, se jugaba con la culpa de forma indirecta.

Desde 1987 hasta 1993 el legendario fundador de la GDC **Chris Crawford** editó el **Journal of Computer Game Design**, una newsletter periódica dedicada a cuestiones artísticas y técnicas de diseño de videojuegos. El número de **enero de 1990**[3] es particularmente memorable por incluir "**Why Adventure Games Suck**" ("Por Qué los Juegos de Aventura Apestan"), una especie de decálogo de diseño de aventuras gráficas escrito por **Ron Gilbert** (The Secret of Monkey Island), que hasta el día de hoy se considera un antes y después en el género.

Pero el artículo que hoy llama la atención tiene el título de "**Are You a Crook**?" o "¿Sos un Ladrón?". El autor es un tal **Richard Mulligan**, que no era diseñador ni periodista sino product manager del área de gaming del servicio en línea **GEnie** de **General Electric**, una colección de foros y juegos en línea pre-Internet.



"Este disco te dará horas de diversión... pero este podría darte 6 meses de cárcel". Una típica campaña antipiratería de revista inglesa de los '80.

"Este disco te dará horas de diversión... pero este podría darte 6 meses de cárcel". Una típica campaña antipiratería de revista inglesa de los '80.

El artículo es una diatriba antipiratería que postula que los **verdaderos piratas** que están destruyendo el gaming no son los vendedores de software ilegal (de los equivalentes del "Rastro") sino **los mismos usuarios**, y sugiere que toda campaña antipiratería apunte directamente al consumidor.

No parece un artículo escrito para la comunidad de diseñadores, sino para la industria y el público general. Por eso no es raro que poco después fuera destacado en el número 70[4] de **Computer Gaming World**, otra revista que no perdía oportunidad de pontificar contra las copias ilegales de software.

El resumen de CGW destaca una frase que Mulligan atribuye al diseñador **Ralph Bossom**, del estudio de wargames **Avalon Hill**: "*gente que no se robaría una barrita de chocolate en un kiosco piratea sin*

problemas. Tenemos que redefinir el acto de la 'piratería' y volver a cargarlo de culpa." Parece una premonición de las campañas "no te robarías un auto[5]" de mediados de los '90.

CGW reduce el artículo de Mulligan a su base lógica: la piratería está mal porque está moralmente mal, pero también perjudica al consumidor porque hace que aumente el precio de los juegos: "*la próxima vez que le copies un juego a un amigo, pensá que subiste el precio del próximo juego original uno o dos centavos.*"

Es un argumento infantil, que los editores de la revista no sólo no cuestionan sino que destacan por sobre otros textos de esa misma entrega del Journal.



Computer Gaming World se preciaba de tratar a sus lectores como adultos, pero en el momento de hablar de la piratería empezaba la infantilización (del número 184, de noviembre 1999)

Computer Gaming World se preciaba de tratar a sus lectores como adultos, pero en el momento de hablar de la piratería empezaba la infantilización (del número 184, de noviembre 1999)

Y es que la piratería es una obsesión de esta revista, que siempre tuvo una relación muy cercana[6] con el lado artístico y comercial de la industria. El primer artículo[7] sobre el tema, con el nombre rimbombante de "**Piratería: Matando a la Hidra**" es de Roe Adams III, salió en 1982 y da la sensación de estar reescrito mil veces, ya que se contradice en cada párrafo.

Adams compara la paranoia corporativa con el "**temor rojo**" del macartismo de los años '50, y postula que se refleja en métodos bizantinos de protección de copia. "*En una industria normal*", escribe, "*cuando la base de usuarios aumenta de forma exponencial, los precios bajan. En la industria del software pasó lo contrario. En los últimos años, los juegos subieron de 20 dólares a 40-50.*"

Pero Adams no desarrolla ese argumento. Repite los augurios nefastos para la industria, dice que el problema son los piratas organizados y no la piratería casual, y a pesar de que dedica la mitad de su artículo a las medidas que están tomando distribuidores como Infocom para asistir al FBI (!) con posibles redadas anti piratería, termina en una nota positiva: **siete de los juegos más vendidos de PC de 1982 no tenían protección de copia.**

En los '80 los abanderados de este **fervor antipiratería** eran los mismos desarrolladores y CEOs de estudios de videojuegos. Pero años después, varios admiten que la paranoia de la época era una exageración.

Sid Meier (Pirates!, Civilization) habla de la piratería en sus recién publicadas memorias, y aunque expresa su rechazo a los que hacían de la copia ilegal de software un negocio, admite que "*en mi juventud copié de forma casual mucho software. Tenía mi propia pata de palo. Hay un argumento ligero que los juegos pirateados son publicidad para usuarios que quizás no los comprarían. Compré más de una vez juegos que había probado piratas y no hubiese aprendido tanto de programación sin tanto acceso a código real y sin encriptar.*"

Historiadores como **Frank Cifaldi** y el francés **Bertrand Brocard** dicen que, irónicamente, la piratería es lo que permite que exista un archivo de los juegos de esa época. Brocard, en una entrevista para el

libro Epopée[8], dice que *"la única razón por la que tenemos las películas mudas de George Melies (Viaje a la Luna) es gracias a versiones copiadas de forma ilegal en Estados Unidos. Las empresas se preocupan por su propiedad intelectual, pero no por guardar estos registros para el futuro."*

> *@frankcifaldi: ROM sites shutting down only feels as big as it does because of the completely abysmal job the video game industry has done keeping its games available. There is no alternative BUT piracy for like 99% of video game history. https://twitter.com/frankcifaldi/status/1027300086022254592?lang=en*[9]

Ihor Wolosenko (Synapse), del que hablé en profundidad hace unos meses[10], tiene su propia teoría[11] sobre la piratería en los '80.

> *"En lo que a mí respecta, la gente que iba a comprar iba a comprar, y la gente que no iba a comprar, lo iba a robar. Quizás un pequeño porcentaje iba a terminar comprándolo. La actitud interna era laissez-faire aunque en público nos gustaba protestar. La realidad es que la piratería funcionaba un poco como una plataforma cerrada. Si probabas los juegos más caros en versión pirata, no ibas a probar las versiones más baratas, y tarde o temprano ibas a terminar comprando el original. En la industria, nadie se iba a dormir con hambre."*

La industria no colapsó, pero la piratería siguió siendo uno de los grandes temas de CGW. Casi 20 años después, en el número 191 de la misma revista (junio de 2000) el editor **George Jones** tuvo que pedir disculpas por publicar en una nota el URL de un sitio que ofrecía archivos ejecutables hackeados para correr juegos viejos en equipos modernos. El mismo hábito que Cifaldi y Brocard hoy reconocen como esencial para mantener viva la historia del medio.

La piratería seguía siendo un tabú. Su efecto en la industria no podía ser cuestionado.

La Guerra de los Usados

En 2012, el CEO de **Ubisoft Yves Guillemot** declaró[12] que el 93-95 por ciento de los usuarios de versiones de PC de sus juegos eran **piratas**. La enorme mayoría de la prensa (como **GameSpot**, sitio heredero de Computer Gaming World) replicó[13] los dichos del CEO sin mucho análisis. Pero ya había cierta resistencia.



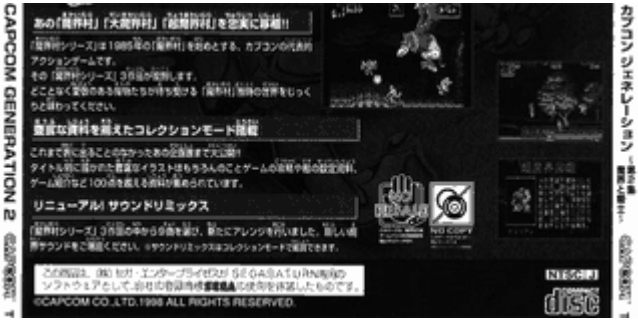
Sid Meier's Civilization VII

Entre otros medios independientes, **Rock Paper Shotgun** remarcó el mal hábito[14] de la industria de culpar al consumidor de sus problemas, y el analista **Matt Smith** de Intel demostró con cifras duras[15] que la piratería en PC había descendido en los años posteriores al lanzamiento de Steam. Dos semanas después, un relacionista público de Ubisoft salió a desestimar[16] los comentarios del CEO. **Pero Guillemot, claro, no se retractó.**

En 2012 las declaraciones de Guillemot sonaban un poco **anacrónicas**. Al fin y al cabo, la retórica antipiratería de la industria se había vuelto menos estridente a lo largo de esa década. El gran enemigo de la industria, el que podía terminar con TUS juegos favoritos, era uno nuevo: **la compra no regulada de videojuegos usados**.

En 1998 varios estudios japoneses empezaron a pegar un sticker en las cajas de sus nuevos lanzamientos con el logo de "**NO RESALE**" ("no revender"). En los manuales aparecía una breve explicación que decía que la reventa rompía los términos y condiciones de la compra. Pero no

había una ley que dijera eso. No existía jurisprudencia. Era una jugada de la **CESA** (asociación de la industria del software, la ANEXO japonesa), entre la campaña y la amenaza al consumidor.



El logo de "NO RESALE" salía al lado del de "NO COPY", dando la sensación de que era una prohibición y no una sugerencia.

El logo de "NO RESALE" salía al lado del de "NO COPY", dando la sensación de que era una prohibición y no una sugerencia.

Un año después, un local de juegos de **Osaka** que ignoró el sticker y revendió los juegos igual recibió una carta documento de la CESA. Decidió demandar a la organización, y ganó. La CESA no se amedrentó y publicó en todos los medios especializados una carta declarando (una vez más) que la industria estaba en peligro, y que iba a llevar el caso hasta la **Corte Suprema**. Lo hicieron. Volvieron a perder[17]. **En 2002 la CESA se vio obligada a retirar el sticker.**

¿Por qué los medios japoneses publicaron el sticker y la carta sin cuestionamiento? Quizás porque **Famitsu** y **Dengeki**, las revistas más vendidas de ese momento, eran propiedad de las corporaciones **ASCII** y **MediaWorks**... las dos miembros de CESA.



社団法人コンピュータエンターテインメントソフトウェア協会
http://www.cesa.or.jp

La carta abierta de la CESA repite los mismos argumentos que los de la industria norteamericana. El mercado de juegos usados hace imposible recuperar los costos de desarrollo. Y si la organización está demandando a las tiendas que revenden, es por el bien de los consumidores.

La carta abierta de la CESA repite los mismos argumentos que los de la industria norteamericana. El mercado de juegos usados hace imposible recuperar los costos de desarrollo. Y si la organización está demandando a las tiendas que revenden, es por el bien de los consumidores.

En Occidente parece difícil imaginar una estrategia tan descarada, pero durante años varios estudios intentaron pelear contra la reventa con el "**Online Pass**", un código que venía con el juego y ataba el juego en línea a una única cuenta. Si uno compraba, por ejemplo, el nuevo **FIFA** usado, iba a tener que pagar 10 dólares a EA por un nuevo código. El anterior había quedado atado a la cuenta del usuario que lo revendió.

Fue una práctica, como mínimo, poco popular. No hizo que la industria dejase de implementarla, ni que la prensa deje[18] de militarla[19].

El argumento de ejecutivos y desarrolladores como **David Braben** (Elite) era que el "preowned" estaba matando[20] al gaming single-player. **Denis Dyack** de Silicon Knights iba más allá, y decía que los juegos ya no tenían "cola" de ventas por la proliferación de los usados, y por eso se veían obligados[21] a vender más caro. Por lo tanto, argumentaba[22] **Justin Richmond** (Uncharted 3), el Online Pass daba al jugador la posibilidad de demostrar cuánto amaba a la empresa y al juego: "*Tenemos que pagar por los servers (...) Si comprás un juego usado, para nosotros solo significa costo.*"

El texto es distinto, la estrategia es la misma.

La industria que **VOS amás** está en peligro. Es **TU responsabilidad** salvarla.

Un argumento más convincente que el "**no te robarías un auto**", porque hace sentir poderoso al consumidor, casi como una evolución de la culpa que Mulligan planteaba en su artículo de 1990. Ya no dicen que estás matando a la industria, sino que "se está muriendo" y te necesita. **Cómo Mario y su princesa.**

Y como la princesa de Mario, la industria siempre está en otro **castillo**.

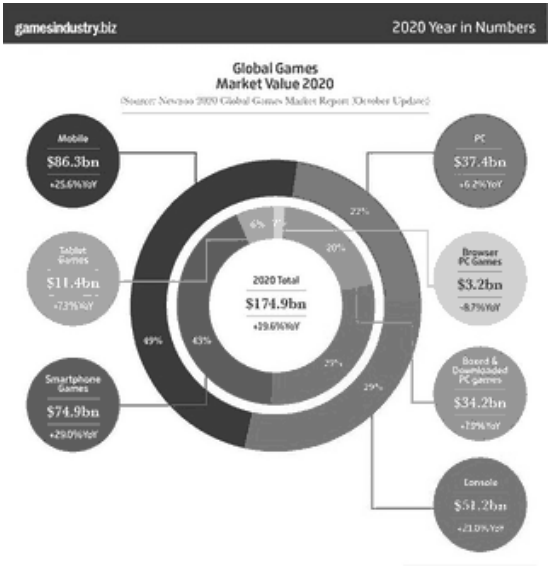
El Dragón de 70 Dólares

En 2021 son pocos los estudios que hablan de piratería. Los juegos usados tampoco son un verdadero problema en la era digital. 2020 fue **el mejor año[23] de la historia** de la industria de los videojuegos. Nunca se jugaron tantos juegos como ahora. Nunca hubo tanto público, tantos géneros, tantas alternativas.

Pero la industria, parece, está **muriendo** una vez más.

¿Qué es lo que está matando a la industria hoy? **El precio de los juegos.** 60 dólares era demasiado poco, y el lanzamiento de las nuevas consolas fue una gran oportunidad para **aumentarlo a 70**. La razón, esta vez, parece ser el costo creciente del desarrollo de juegos, como declaró en una entrevista[24] de la que se hicieron eco varios medios Shawn Layden, ex CEO de Sony.

En un argumento tan endeble como los de Guillemot de 2012, pero la prensa especializada parece menos interesada en discutirlos que aquella vez, y ni siquiera se esfuerza en contrastarlos con la excelente salud de la industria del gaming.



Sitios dedicados a cubrir la industria como Gamasutra y GamesIndustry suelen ser más fríos para analizar números. Este gráfico es un pantallazo de la industria del gaming a fines de 2020.

Sitios dedicados a cubrir la industria como Gamasutra y GamesIndustry suelen ser más fríos para analizar números. Este gráfico es un pantallazo de la industria del gaming a fines de 2020.

Sitios como **Ars Technica**, por ejemplo, dicen[25] que si tomamos en cuenta la inflación, los juegos de 70 dólares de hoy son más baratos que los de la era de PlayStation 3 (el último gran aumento). **Polygon** acepta que el aumento es inevitable, pero sugiere que no es necesariamente malo[26].

El argumento del presupuesto es especialmente **deshonesto**, porque parece diseñado para **manipular los intereses** de la prensa actual. Los medios especializados más importantes de Estados Unidos y Europa se han manifestado contra la explotación laboral (el "**crunch**") de los grandes estudios. Y aunque la lógica parece indicar que a mayores ingresos la industria podría invertir más en desarrollo, estas prácticas están completamente desconectadas de lo económico.

El crunch existe desde siempre en proyectos grandes, chicos y medianos, casi como **una cultura dentro de la industria**. No hay razón para creer que con mayores presupuestos se va a reducir esa presión.

Celebrando los 20 años del lanzamiento de **Tomb Raider** (1996) el equipo aprovechó para contar[27] las pésimas condiciones laborales que los obligaron a pasar varias noches sin dormir en los últimos meses del desarrollo. **Eran 25 empleados para un juego que vendió más de 8 millones de unidades a 50 dólares cada una.**



A pesar de que el equipo completo sumaba 25 personas, el "core team" de Tomb Raider estaba compuesto por un equipo de 6 desarrolladores.

A pesar de que el equipo completo sumaba 25 personas, el "core team" de Tomb Raider estaba compuesto por un equipo de 6 desarrolladores.

Dos décadas después el juego emblemático[28] del "crunch" es **Red Dead Redemption 2** (2018), candidato al más caro de todos los tiempos (Venture Beat, lo proyecta[29] en 170 millones de dólares). Pero en mayo de 2020 llevaba vendidas[30] 31 millones de unidades. Y sigue vendiendo.

El costo de desarrollo no es prohibitivo, ni lo va a ser aunque se **duplique** el presupuesto de un Red Dead 2. Lo que se reduce son los márgenes, la proyección de ganancias a futuro, y por lo tanto **el atractivo de una empresa en el mercado de valores**. Sony nunca va a dejar de generar dinero. Pero la misión no es tener ingresos, sino que los ingresos no paren de crecer. Hablar de presupuestos parece un mal chiste. **Se simula proteger a los desarrolladores cuando el único propósito es escudar a los accionistas.**

Por supuesto, hay medios que evitan "**militar el ajuste**". Pero periodistas y comunidades que en otro momento hubiesen denunciado estas prácticas parecen estar entre la espada y la pared ya que en los últimos años cualquier crítica a la industria parece dar argumentos a una **comunidad volátil**, propensa a las **campañas de acoso** que suelen apuntar a desarrolladoras mujeres (Guillemot, parece, no tiene Twitter).

Pero este grupo reducido de misóginos y fascistas que orgullosamente se hace llamar "**gamers**" no refleja al total de los jugadores. Tanto como los medios que no hacen otra cosa que replicar gacetillas y citar ejecutivos sin cuestionarlos no representan al total de la prensa.

La relación entre los medios de gaming y sus lectores es tan difícil como la de la prensa deportiva. No es algo que pase en cine y series, en tecnología, ni siquiera en farándula, y no es una coincidencia que la audiencia más conflictiva de la prensa de videojuegos sea la misma que **define su identidad** a través de un juego, una plataforma, o una empresa.

El marketing de la industria del gaming está diseñado para manipular al vulnerable. Al que necesita pertenecer a algo más grande para sentirse completo. Y eso se aplica tanto a la comunidad como a la prensa.

Un **consumidor** se convierte en **recluta**. Un **periodista** se convierte en relacionista **público**.

La única forma de volver a empezar una conversación entre la prensa y sus lectores es **volver a dar la espalda a la industria**, dejar de apelar a la identidad "gamer", y abandonar la infantilización de la audiencia a la que se trató de ladrones, llorones y estúpidos durante cuatro décadas.

CRONOTRIPPER (13 DE ENERO DE 2022)

Malvinas y los videojuegos: cenizas digitales del imperio

Una provocación, una broma, un suceso y una simulación. Cuatro productos británicos que revelan el impulso colonialista que potencia a la industria de los videojuegos.



La revista **Time** del 26 de abril de 1982 dedica varias páginas a la crisis de **Malvinas**.

El 2 de ese mes las **Fuerzas Armadas argentinas** habían recuperado las islas, ocupadas por **Inglaterra** desde el Siglo XIX, en el marco de una operación militar sin víctimas británicas. El **Parlamento del Reino Unido** había decidido responder enviando una fuerza naval de más de 40 buques de guerra, que en ese momento se hallaba fuera de la zona de exclusión esperando una solución diplomática que nunca llegaría.

Time es un medio estadounidense, y por prudencia se acopla a la **imparcialidad** que el país buscaba demostrar en los primeros días del conflicto. Los artículos se concentran en la figura del mediador norteamericano **Alexander Haig**, las negociaciones con el canciller argentino **Nicanor Costa Méndez** y la intransigencia de **Margaret Thatcher**, primera ministra de Inglaterra.

Pero en plena cuenta regresiva de una guerra inminente, Time se permite un apartado[1] simpático para hablar de un **videojuego**.

Su nombre era **Obliterate** - una palabra que significa **destruir**, **eliminar**, **borrar** por completo a un enemigo - y era solamente accesible a través de un primitivo servicio en línea en la zona de **Manchester**. Obliterate permitía al usuario comandar la simulación de un submarino inglés con el objetivo de destruir un buque identificado como "*el orgullo de la flota argentina*".

El juego no había sido diseñado específicamente para el conflicto, pero luego de la recuperación argentina los diseñadores decidieron dar nacionalidades a las embarcaciones enemigas "*para hacer la guerra más temática y divertida*". El creador del juego no se había molestado en investigar el nombre real de algún barco de la Armada argentina, y por lo tanto el título del risueño recuadro es "*¡Hundan al Frey Bentos!*"



Sink the *Frey Bentos!*

As the Royal Navy submarine H.M.S. *Mercury 332* patrolled the icy waters of the South Atlantic, the commander read his orders: Sink the Argentine flagship *Frey Bentos*. After sighting the flagship and calculating its speed and distance, he fired a torpedo.

The opening salvo in the battle for the Falkland Islands? No. The commander was merely playing Obliterate, a video computer game designed by Mercury 332, an electronic publishing company based in Manchester, England, that offers the game as part of the information it supplies through Prestel, a videotext information and entertainment service in eight countries, including the U.S.

Obliterate, a game in which a submarine and a battleship match tactics at sea, had already been available for many months. When the Falkland Islands crisis began to heat up, Mercury 332 assigned specific nationalities to the warships "to make the game more topical and fun."

It proved to be a great hit with viewers, but Labor Party M.P. Bob Cryer protested that Obliterate encouraged people "to see war as nothing more than a game." Mercury 332 has decided to remove Obliterate from its list of programs, even though many subscribers seemed ready to go down with their colors nailed to the screen.

Battlefront in video computer war game Obliterate

55

El recuadro incluye una captura de pantalla de Obliterate!, corriendo en una terminal Prestel en las primeras semanas de abril de 1982.

El recuadro incluye una captura de pantalla de Obliterate!, corriendo en una terminal Prestel en las primeras semanas de abril de 1982.

El 2 de mayo de 1982, menos de una semana después de la publicación de la revista y en una acción cuya legalidad se debate aún hoy, el submarino británico **HMS Conqueror** hundió al crucero ligero argentino **ARA General Belgrano**.

323 de sus tripulantes perdieron la vida.

Malvinas tiene la dudosa distinción de ser la primera guerra de la era de los videojuegos. O al menos, la primera en involucrar a un país dispuesto a producir videojuegos que hablen del tema.

El grotesco, vulgar Obliterate abrió las puertas a varios videojuegos británicos inspirados en la guerra de Malvinas. Productos que muestran el proceso a través del que la **propaganda política** imperialista parte de la explotación, coquetea con el mal gusto y termina asentándose como una versión edulcorada de la historia.

1. Obliterate! (1982, Mercury 332)

En la década del ochenta, el Imperio Británico ya no existía. Las grandes colonias habían recuperado su independencia, y las superpotencias en conflicto de la guerra fría desplazaron a la **Corona** del imaginario cultural. Si la idea del imperio sobrevivía, era en la **nostalgia supremacista** de las clases altas del **Reino Unido**, y en su desprecio por los cambios sociales y económicos que traía a la nación este ajuste de la escala planetaria de poder.

Malvinas llegó en el momento ideal para la derecha británica liderada por Thatcher, que vendió la recuperación de las islas a su electorado como una "**guerra justa**".

La reconquista, al fin y al cabo, había sido señalada como sorpresiva e injustificada por los medios internacionales. El partido laborista de izquierda, liderado por el veterano **Michael Foot**, no puso objeciones para la incursión. Los conservadores, por su parte, enmarcaron la reconquista en una **narrativa de liberación**: la guerra no era por los "**kelpers**" ni por las **Islas**, sino una resistencia contra las **afrentas a los derechos humanos** de la dictadura militar que gobernaba la Argentina en ese entonces. "*El enemigo no es Argentina*", era el mensaje, "*sino las Juntas.*"



Michael Foot, figura polémica en la historia del partido laborista, junto a Margaret Thatcher, en época de la Guerra de Malvinas.

Michael Foot, figura polémica en la historia del partido laborista, junto a Margaret Thatcher, en época de la Guerra de Malvinas.

A finales de 1981, los índices de popularidad[2] de Thatcher estaban por el suelo, debido a programas de austeridad fiscal que dejaron **tres millones de ingleses desempleados**. Una de las grandes apuestas del gobierno conservador era la privatización de **British Telecom (BT)**, la empresa nacional de telecomunicaciones en la que se habían invertido millones en años anteriores.

Prestel, un servicio de video y texto interactivo que utilizaba las líneas telefónicas, era de los proyectos más ambiciosos de BT. Una plataforma orientada al público masivo y que se puede ver como precursora de la web actual. **El usuario adquiría una terminal Prestel y se conectaba a un servidor central para enviar y recibir datos.** Desde su lanzamiento en 1979 la red había acumulado 16.000 usuarios. Ofrecía mensajería, información al consumidor, servicios financieros y, claro, **videojuegos**.

https://www.youtube.com/watch?v=3ttq13ZGPoc

Obliterate, disponible en la terminal desde 1981, era una variante de los "**artillery games**", ejercicios de programación que años después evolucionaron en juegos como **Worms** y **Scorched Earth**. El jugador tipea **ángulo** y **potencia**, el programa simula el **disparo** de un **cañón** y finalmente informa si el **objetivo** fue **derribado**. Ideal para el lento tiempo de respuesta de una terminal remota.

Hoy es imposible jugar Obliterate. El servicio Prestel se dio de baja en 1994, desprestigiado luego de un escándalo de filtraciones de mensajes. Por lo tanto, no existen archivos de su actividad y aún menos de Obliterate, que **se bajó abruptamente del servicio** aún antes de la publicación del artículo de Time de abril de 1982.

El recuadro de esa revista menciona que **Bob Cryer**[3], político laborista y miembro del Parlamento del Reino Unido, exigió que Obliterate sea dado de baja porque "*presentaba la guerra como un simple juego*". En agosto del mismo año, poco después del final de la

guerra, la revista **80Micro** entrevistó[4] a **Gary Zabel**, editor de **Mercury 332**, el nodo de Prestel en el que se jugó esta variante del juego.



La nota original de Associated Press fue reimpresa en diarios de todo el mundo, a veces con ilustraciones originales, como esta edición del Daily Register de Shrewsbury, New Jersey, del 9 de abril de 1982

La nota original de Associated Press fue reimpresa en diarios de todo el mundo, a veces con ilustraciones originales, como esta edición del Daily Register de Shrewsbury, New Jersey, del 9 de abril de 1982

Prestel no tenía un servidor central, sino **nodos** que se actualizaban manualmente, con contenido orientado directamente a los usuarios de ese área. El nodo en el que trabajaba Zabel correspondía al diario local de **Bolton**, una ciudad mediana en las afueras de **Manchester**.

Por lo que explica la entrevista y otros informes sobre Prestel, el rol de "**editor**" se acerca al de un **administrador de sistema** actual, y por suerte para su nueva ocupación Zabel, de profesión **periodista**, se daba maña programando.

Si Obliterate no estaba disponible en otros nodos de Prestel, fue porque era un diseño original de Zabel y su amigo **Bill Wadsworth**, encargado de ventas del mismo diario.

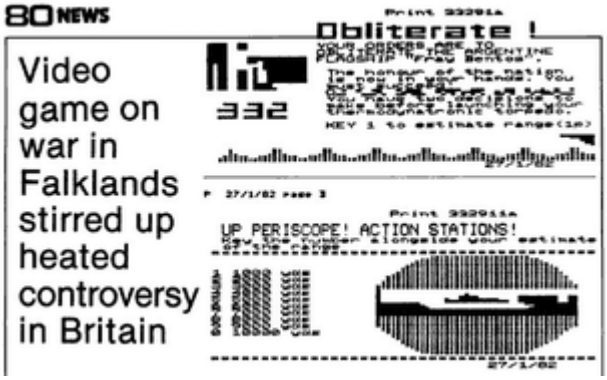


Una terminal Tandata de Prestel, de 1983, fabricada en colaboración con Philips.

Una terminal Tandata de Prestel, de 1983, fabricada en colaboración con Philips.

Zabel confiesa que su versión del juego no estuvo disponible por mucho tiempo: "*fue popular durante una semana, pero después lo criticaron por ser, posiblemente, demal gustoen medio de las delicadas negociaciones. Todo estalló cuando alguien se lo contó a un Miembro del Parlamento. Entonces la prensa se agarró de eso y lo exageró desproporcionadamente*".

El mismo Zabel decidió retirar Obliterate luego del escándalo, pero el editor agrega que "*nuestra decisión de retirar el juego causó consternación entre los usuarios de Prestel. Muchos de ellos nos escribieron para que lo restauremos de inmediato. Pero nosotros no queríamos dar la impresión de que éramos unos mercenarios, tratando de exprimir plata de una situación que iba de mal en peor*".



Impresiones de las pantallas de Obliterate en Prestel, que muestran más detalles del gameplay. De la revista 80 Micro de agosto de 1982.

Impresiones de las pantallas de Obliterate en Prestel, que muestran más detalles del gameplay. De la revista 80 Micro de agosto de 1982.

Prestel, por ese entonces, aún era parte de una empresa estatal. Y no compartía los escrúpulos del programador. El redactor de la nota revela haber recibido una gacetilla de prensa en la que los responsables del servicio mencionan a Obliterate como "*el juego que hizo famosa a Prestel*". Es más, el texto incluye una cita de Zabel que dice que su juego "*generó más publicidad para Prestel que cualquier campaña de marketing*".

Zabel pasa del orgulloso de su juego a la defensiva cuando el entrevistador pregunta sobre el hundimiento del **ARA Belgrano** y la similitud casi premonitoria con Obliterate. "*Se siente un poco terrorífico, sí. Yo no soy pro-guerra. El juego era simplemente una idea. Creo que la mayoría de la gente admite que era una idea brillante hacer que se sintiera actual. Fue llevar un producto a más gente al darle un toque de actualidad. Buen periodismo.*"

2. Bomb Buenos Aires (Llamasoft, 1982)

El apoyo de los ingleses a la guerra fue absoluto. La única marcha en contra convocó a menos de siete mil personas. Nadie organizó un **concierto** o firmó un **manifiesto** en contra. Al menos públicamente, los punks británicos y los intelectuales prominentes se mantuvieron al margen de las "**Falklands**".

Y en los últimos días de la guerra, cuando la derrota argentina parecía inevitable, **un videojuego puso un poquito más de leña al fuego.**

A sus 20 años, **Jeff Minter** recién estaba empezando una carrera que lo convertiría en un ícono del recién nacido mundo de los videojuegos. A mediados del año de Malvinas Minter había fundado junto a sus padres **Llamasoft**, una pequeña empresa de desarrollo de juegos para computadoras personales. El primer título de Llamasoft salió en la plataforma **VIC-20** de Commodore (una precursora de la **C64**) y estuvo disponible por casi tan poco tiempo como Obliterate. Fue, según Minter, "*una broma que se me fue de las manos*". El título era **Bomb Buenos Aires** (Bombardeen Buenos Aires).

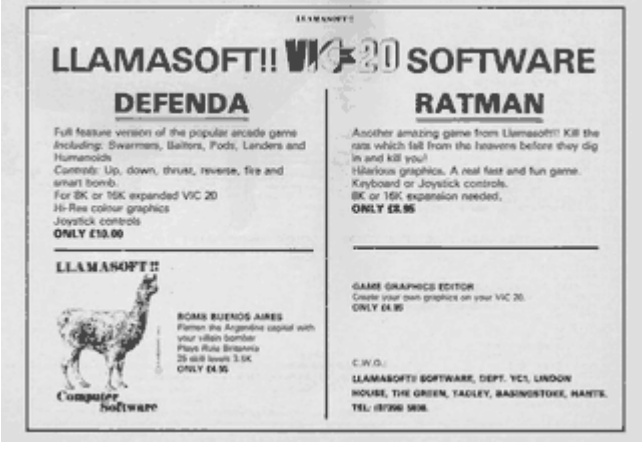
Bomb Buenos Aires, en la versión editada posteriormente con el nombre "Blitz" pero los mismos gráficos.

También como Obliterate, Bomb Buenos Aires era un "**cover**" de un juego antiguo que había pasado de mano en mano. El original, conocido como **City Bomber**, consistía de una tosca ciudad dibujada en la mitad inferior de la pantalla sobre la que volaba un avión bombardero en línea recta. En cada vuelta baja un poco más. **El jugador sólo tiene un botón, que hace que el avión suelte su carga.** El puntaje depende de la cantidad de edificios destruídos.

La versión de Minter es casi idéntica. Tiene varias mejoras técnicas, un nivel de dificultad que va en aumento de acuerdo al puntaje del jugador y dos detalles originales que forman la "broma" de la que hoy dice no estar orgulloso.

En lo alto de los edificios a bombardear se despliegan banderas argentinas, y cuando el avión aterriza en la ciudad arrasada suena "**Rule, Britannia![5]**". Canción patriótica considerada el himno de la Inglaterra imperial: "*¡domina, Britania, domina las olas! ¡Los británicos nunca seremos esclavos!*"

Décadas después, en su autobiografía[6], Minter expresa la vergüenza que le causa esta broma adolescente: "*en realidad, no estaba muy entusiasmado con el lío en el que Maggie (Thatcher) nos estaba metiendo, y por supuesto no creía que las islas justifiquen la muerte de nadie en ninguno de los dos bandos. Pero creo que pensé que algo así podía hacer que llamemos la atención*".



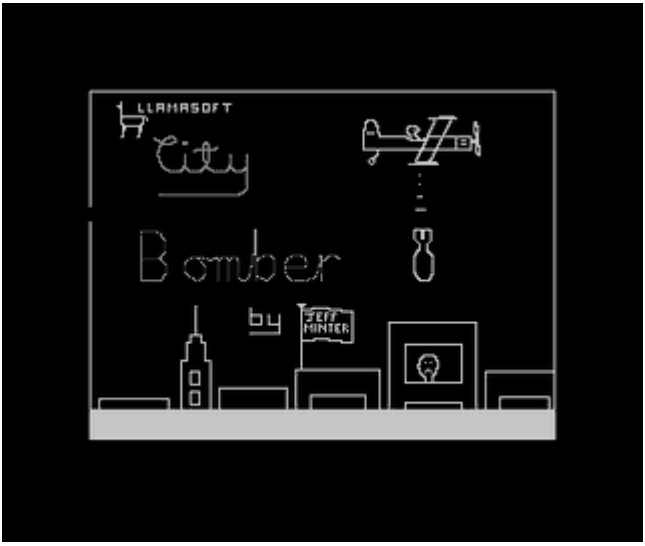
Aviso de Llamasoft promocionando Bomb Buenos Aires en la revista Your Computer de julio de 1982. "Aplastá la capital de Argentina con tu bombardero villano."

Aviso de Llamasoft promocionando Bomb Buenos Aires en la revista Your Computer de julio de 1982. "Aplastá la capital de Argentina con tu bombardero villano."

Bomb Buenos Aires llamó la atención. El juego se presentó por primera vez en público el 3 de junio de 1982, en un stand en el **Commodore Computer Show** del distrito londinense de Hammersmith.

El 5 del mismo mes Minter leyó por primera vez su nombre en los diarios. El periódico conservador **The Daily Telegraph** publicó un informe sobre el evento que destacaba Bomb Buenos Aires con la pregunta: "*¿querés estar al mando de un bombardero Vulcan y soltar miles de toneladas de bombas sobre la ciudad de Buenos Aires? Esta experiencia, acompañada de explosiones resonantes y los acordes de 'Rule, Britannia' puede disfrutarse en el jovial programa de computadora de Jeff Minter*".

Años después, Minter se haría famoso como una especie de hippie de los videojuegos, un diseñador influenciado por la **psicodelia** de los '60s y su propia perspectiva **ecologista**. Pero en 1982, como estudiante, ya se identificaba con la izquierda laborista. Ver su nombre en el órgano no-oficial del partido conservador fue demasiado: "*leer al 'Torygraph' emocionado con las toneladas de bombas fue demasiado para mí. No perdí tiempo y borré todas las tontas referencias al conflicto argentino y revertí el juego a la decente anonimidad*".



Pantalla de carga de "City Bomber", la versión posterior del juego para ZX Spectrum, que cambia el bombardero por un avión de la Primera Guerra.

Pantalla de carga de "City Bomber", la versión posterior del juego para ZX Spectrum, que cambia el bombardero por un avión de la Primera Guerra.

Patrick Minter, padre de Jeff, cuenta un dato adicional en una carta incluída en la misma autobiografía. **Bomb Buenos Aires recibió publicidad negativa similar a la que había provocado la baja de Obliterate del servicio Prestel**, incluyendo una carta del organismo regulatorio **PCC** (Comisión de Quejas de la Prensa). Llamasoft no sólo cesó la distribución oficial del juego sino que envió una carta de disculpas a ese organismo.

La versión de VIC-20 se reeditó meses después como "**Blitzkrieg**". Minter borró las banderitas argentinas de la versión de ZX Spectrum (también rebautizado "**City Bomber**"). Pero en la de VIC-20 siguen estando, archivadas para siempre en sitios de **ROMs** y videos de **YouTube**.

En diciembre de 1982, meses después del final de la guerra, el ícono del rock argentino **Charly García** dio un concierto en el estadio de **Ferrocarril Oeste.** Su música, prohibida varias veces durante la dictadura, ahora sonaba **sin censura** gracias a que la dictadura había ordenado[7] que las radios no pasen canciones en inglés.

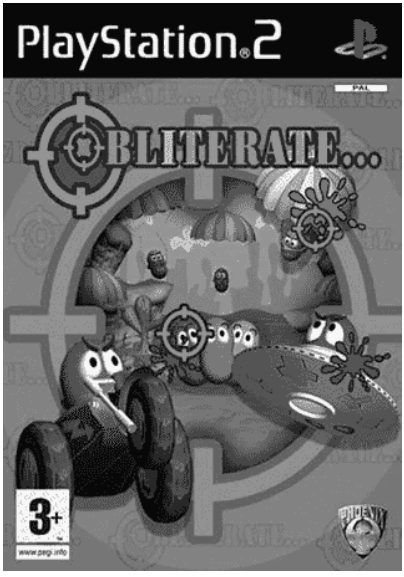
En octubre de ese año Charly había editado su primer disco solista - "**Yendo de la Cama al Living**" - y la experiencia de Malvinas teñía las letras de varias de sus canciones. Pero hay una **conexión poética**, casi sobrenatural con un videojuego que ni Charly ni sus colaboradores podrían haber jugado.

Ese concierto de Ferro en diciembre, un año antes del regreso de la democracia, **tenía como escenografía una ciudad de Buenos Aires estilizada,** edificios de cartón erigiéndose en ángulos imposibles. En los últimos minutos del show, las luces bajan y fuegos artificiales que simulan **misiles** impactan sobre los edificios, acabando con todo. La canción, claro, era "**No Bombardeen Buenos Aires**".

https://www.youtube.com/watch?v=h3jMPlI92Ds

3. Harrier Attack (Durell, 1983)

La recuperación de las Malvinas de 1983 despertó a la **bestia dormida del colonialismo británico**. El gobierno de Thatcher desplegó una contraofensiva brutal, excesiva, que retomó las Islas en **solo 74 días**. El desfile de la victoria, sin embargo, duró varios años, ya que la exitosa aventura de la flota de la Corona dió pie a un **resurgimiento de la derecha** que culminó en un triunfo resonante del partido conservador en las urnas en **1983**. Y un retroceso de décadas para las políticas sociales de la región.



Obliterate

En los años posteriores a la guerra de Malvinas la **narrativa de la reconquista británica se empezó a desmenuzar**, casi como si la fiebre imperialista de 1982 hubiese provocado una resaca que se sintió a lo largo de varios años en la cultura pop inglesa. Quizás su cápsula de tiempo más recordada sea la canción "**This Is England**" (1985) de **The Clash** ("*Sopla el viento del Atlántico Sur / hielo de un credo moribundo / no veo la gloria*"), la misma banda punk británica que Charly invocaba en la letra de "No bombardeen Buenos Aires".



Nanna Ingvarsson como Margaret Thatcher en una puesta de 2010 de " Sink The Belgrano ", obra de teatro satírica de 1986 de Steven Berkoff.

Nanna Ingvarsson como Margaret Thatcher en una puesta de 2010 de " Sink The Belgrano ", obra de teatro satírica de 1986 de Steven Berkoff.

Para 1983, el entorno celebratorio alrededor de la guerra se había desvanecido, al menos en los medios masivos. No era momento de apelar al sensacionalismo nacionalista. **Robert White**, fundador del flamante estudio inglés de videojuegos **Durell**, estaba en una disyuntiva similar a la de Zabel y Minter. White quería aprovechar el patriotismo de los niños británicos y generar debate, pero evitando tener que sacar su producto de las bateas por la carta documento de algún político. Para lograr ese objetivo armó una estrategia a todas luces perfecta: **celebrar la tecnología inglesa en vez de una victoria militar cada vez menos popular.**

Su juego **Harrier Attack!** es un "homenaje" al avión de caza **Sea Harrier**, llamado el "héroe de las Falklands[8]" por la prensa británica. En vez de ser una parodia del patriotismo como lo era el bombardero de Minter, el juego de White **es lo más cercano que un juego de naves inspirado en el clásico Scramble de Konami puede estar a un simulador de vuelo**, con el tono militarista de un **Call of Duty**, una pantalla de carga tan seria como la de una novela histórica y blancos "**realistas**".



Pantalla de carga de Harrier Attack! de ZX Spectrum, que muestra los Sea Harriers listos para el combate.

Pantalla de carga de Harrier Attack! de ZX Spectrum, que muestra los Sea Harriers listos para el combate.

Y aunque Harrier Attack! no nombra a las **Malvinas** en ningún momento, en 1983 era imposible relacionar al avión con otra cosa. El Sea Harrier solo había entrado en servicio en 1980 y por lo tanto su único uso había sido en el conflicto de las Islas, cuyas **edificaciones** e **irregularidades geográficas** están recreadas en el juego con minuciosa atención al detalle.

Durell era un estudio pequeño, y en septiembre de 1983 empezó la distribución de Harrier Attack! de forma independiente en dos únicas plataformas: **Oric-1** y **ZX Spectrum**. El mercado del gaming inglés estaba cerca de la saturación, y White invirtió 20.000 libras en publicidad, algo impensado para un estudio nuevo. La apuesta logró llamar la atención de las primeras revistas de videojuegos británicas, pero **quizás no de la forma en que White esperaba**, ya que la reacción al juego demuestra cómo se había extendido en los medios la reevaluación de la guerra de Malvinas.

En el número de enero de 1984 de **Personal Computer Games Magazine**, el crítico Steve Mann menciona[9] su incomodidad personal con los paralelismos del juego y la guerra, diciendo que a pesar de no nombrar las Islas, la intención de Durell está clara. En un perfil del estudio[10] del mismo año para la revista **Sinclair User**, White jura que Harrier Attack! "*no está ambientado en ningún lugar en especial*".

Harrier Attack! en acción, en su versión de ZX Spectrum.

Pero el debate generó aún más interés. En la revista Crash de marzo de 1985, un crítico anónimo dice que "*este juego molestó a analistas de otras revistas por sus referencias implícitas a la guerra de Malvinas. Una razón completamente estúpida para darle una mala crítica a un buen juego*". Algo que, al menos, demuestra que la conversación sobre el lugar de la política en la crítica de videojuegos no es exactamente algo nuevo.

La **publicidad negativa** fue **letal** para Obliterate y Bomb Buenos Aires. En el caso de Harrier Attack! las acusaciones de mal gusto no salieron de la prensa especializada, yh por lo tanto no llamaron la atención de políticos ni de medios masivos. Un "debate" sobre el mal gusto que logró que este juego decididamente mediocre venda más de 150.000 unidades.

Los emprendedores atraen emprendedores. El éxito de Harrier Attack! llamó la atención del magnate **Alan Sugar**, que lo eligió para promocionar en shows y exposiciones la ambiciosa **Amstrad CPC 464**, su propia computadora personal que venía a competir con éxitos como Commodore 64 y ZX Spectrum.


REVIEW
AMSTRAD

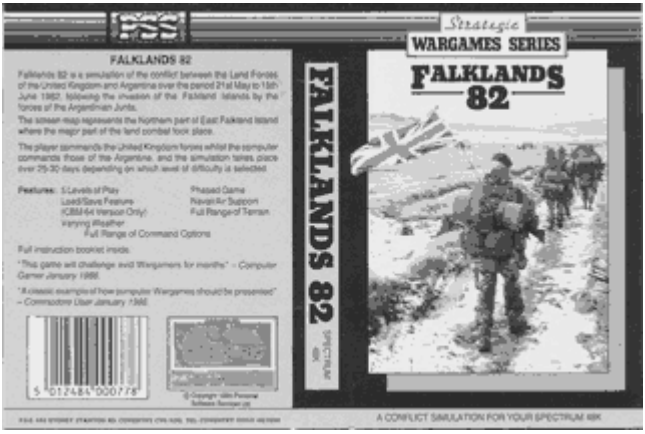
La revista Your Computer de junio de 1984 da una crítica positiva de la Amstrad CPC 464, concentrándose en las conversiones superiores de juegos como Harrier Attack!

La revista Your Computer de junio de 1984 da una crítica positiva de la Amstrad CPC 464, concentrándose en las conversiones superiores de juegos como Harrier Attack!

La intención no era explícita, pero el mensaje estaba tan claro como la representación de las Malvinas en el juego. **El Sea Harrier fue la "killer app" de la Amstrad**: tecnología británica de punta conquistando al mundo. Como en los buenos viejos tiempos.

4. Falklands '82 (Personal Software Services, 1985)

Obliterate fue **oportunismo**, Bomb Buenos Aires una **broma**, y Harrier Attack! una **brillante jugada comercial**. Pero para entender cómo el imperialismo se cristaliza y solidifica en forma de historia oficial, no hay ejemplo más claro que **Falklands '82**, una simulación "**seria**" de estrategia desarrollada en 1985 por el estudio especializado en el género **PSS**.



Portada de la versión de ZX Spectrum de Falklands '82, que reitera la narrativa thatcheriana: la guerra no era contra la Argentina, sino contra "las fuerzas de la Junta".

Portada de la versión de ZX Spectrum de Falklands '82, que reitera la narrativa thatcheriana: la guerra no era contra la Argentina, sino contra "las fuerzas de la Junta".

Falklands '82 se anunció a finales de 1985, y la prensa de videojuegos de la época ya estaba preparada para el debate. En el número de noviembre de ese año, el especialista en juegos militares de la revista **Crash** pide esperar al lanzamiento antes de acusar a PSS de mal gusto. El número de abril de la progresista Your Sinclair llama al juego "*enfermo, enfermo, y más enfermo aún*", con una caricatura de una oveja comiéndose la bandera inglesa.



En las páginas de Your Sinclair nació el tono satírico que caracterizó el estilo del periodismo de videojuegos británico de la época.

En las páginas de Your Sinclair nació el tono satírico que caracterizó el estilo del periodismo de videojuegos británico de la época.

A pesar de las dudas previas al lanzamiento, Falklands ‘82 fue bien recibido por la prensa. La misma Your Sinclair publicó (al mes siguiente del dibujo de la oveja) una crítica positiva del juego, firmada por **Rachael Smith**: “*es un juego de guerra serio y sus intenciones son honorables, ¿por qué una simulación de historia contemporánea es de mal gusto, y no lo es una del barro y la sangre de la batalla del Somme de la Primera Guerra Mundial?*”



FALKLANDS 82

Richard This is the sort of game that gets a lot of flak from people who see it as nothing more than exploitative bad taste. In fact, *Falklands 82* is a serious wargame and its intentions are undoubtedly honourable, which only raises the question of why a simulation of contemporary history is considered tasteless when a simulation of the mud and blood of the Somme isn't.

You play the British, against an Argentinian micro, in a strategy game that concentrates on land activity. But the task force is still an important factor as it supplies both reinforcements and the aircraft carriers, Hermes and Invincible. You start the game by allocating fifteen ships between the task force's protective screen and land gunning. Then it's to a map of the island and a decision which of four landing spots you'll choose as your beach head — it's wise to bring in the SAS or SBS to provide intelligence as they can reconnoitre a five sector radius without committing you to a major landing.

After that it's a question of occupying, or being the last to occupy, the ten tiny towns of those windswept rocks. And though you can have a crack at landing at Port Stanley, the concentration of Argentinian troops is likely to make it your final objective. Unless you use the Recce option carefully, the first you'll know of the Argentinians is when you bump into them, though at turn twenty any remaining pockets of resistance will be revealed. The shape of the island presents problems of bottlenecks forming, and you'll need to plan carefully for terrain, particularly if you're to have the long range gunning of the artillery. Fog and rough conditions can rob you of air and sea support, but if they're fit for you they'll also be fit for the Argentinians. In that case you hope your Harriers can see them off.

And that's it in a nutshell. With its single key entries, using initials for the options, it plays smoothly, though what seems like a large amount of Basic means annoyingly slow responses at times. The instructions claim that the British are white and the Argentinians black when in fact the Brits are blue and the Argies red and yellow — and to confuse things further British units under command flash red and yellow too. Though it's done away with grid references it still plays rather 'blockily'. In its favour, though, it has five levels, the easiest of which is a good learning mode and the simplicity and relatively small scale of the game could make it ideal for newcomers.

La crítica positiva de Your Sinclair indica que dentro de la misma revista el debate sobre la representación de la guerra aún no estaba resuelto.

La crítica positiva de Your Sinclair indica que dentro de la misma revista el debate sobre la representación de la guerra aún no estaba resuelto.

El debate continúa en las páginas de la misma revista. En el número de agosto, el lector **Patrick McCarthy** responde a ese párrafo de la crítica: "*La diferencia es emocional… la guerra de las Malvinas no terminó, porque hay un bando que todavía reclama el territorio. En Inglaterra no estamos seguros de que el sacrificio haya significado una victoria… la guerra es demasiado reciente para que el dolor se haya reducido y el impulso nacionalista también tarda en enfriarse*".

Crítica y lectores parecen dar por sentadas las **buenas intenciones** del juego, su **seriedad**, su compromiso con la "**historia contemporánea**". Pero con solo hojear el manual el diseñador **John Bethell** admite que Falklands '82 busca una distorsión intencional de la historia, intentando sostener un incómodo equilibrio entre un juego de estrategia histórica **patriótico**, **realista** y **equilibrado**.

Un extracto de una partida de Falklands '82 en ZX Spectrum, acelerado a velocidad 20 veces más alta de lo normal.

Bethell soluciona el problema del patriotismo de la forma más simple, o**bligando al usuario a jugar con las fuerzas británicas**. Las fuerzas argentinas están controladas por una inteligencia artificial que

ofrece cinco niveles de dificultad. Extrañamente, las fuerzas son **númericamente equivalentes**, cuando en la realidad solo la flota marítima británica cuadruplicaba la de los argentinos.

En las notas del autor, Bethell parece admitir sus propias dificultades para ofrecer un desafío al jugador británico: "*traté de ser tan preciso como pude en mi intento de representar las distintas unidades, pero tuve que balancear mis intenciones con la jugabilidad. Por lo tanto, elpésimo liderazgo y poco ánimode la mayoría de las unidades argentinas ha sido intencionalmente subestimado.*" Una forma enrevesada de decir que el realismo hubiese hecho el juego demasiado fácil.

Aún así, la precaución de Bethell no alcanzó. El tabloide **Sunday People** olfateó una controversia, y sin buscar demasiado encontró a **Richard Lewis**, un concejal de la ciudad de **Swansea** siempre dispuesto a un indignado textual sobre el tema que fuera.

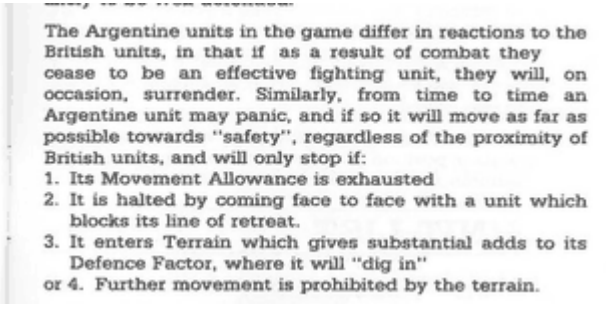


Richard Lewis, en 2018. Años después de un escándalo por comentarios racistas que lo hizo perder la alcaldía de Swansea.

Richard Lewis, en 2018. Años después de un escándalo por comentarios racistas que lo hizo perder la alcaldía de Swansea.

Pero la ofensa de Lewis no venía por el lado del **mal gusto** que había enardecido a comentaristas anteriores, sino porque **el juego permite que las fuerzas británicas sean derrotadas**: "*les dimos a los 'argies' una buena patada y es ridículo que la reputación del ejército quede en manos de un videojuego*".

Bethell había hecho lo imposible para exaltar a la flota de la Corona. Los soldados británicos, por ejemplo, no pueden rendirse. Citando del manual[11]: "*las unidades argentinas difieren de las inglesas en que si cesan de ser una unidad de combate viable se rendirán ocasionalmente. De vez en cuando una unidad argentina puede entrar en pánico, y se moverá tan lejos como pueda de los soldados británicos*". Hasta las mecánicas de esta simulación son deshumanizantes para la fuerza opositora.



The Argentine units in the game differ in reactions to the British units, in that if as a result of combat they cease to be an effective fighting unit, they will, on occasion, surrender. Similarly, from time to time an Argentine unit may panic, and if so it will move as far as possible towards "safety", regardless of the proximity of British units, and will only stop if:

1. Its Movement Allowance is exhausted
2. It is halted by coming face to face with a unit which blocks its line of retreat.
3. It enters Terrain which gives substantial adds to its Defence Factor, where it will "dig in"

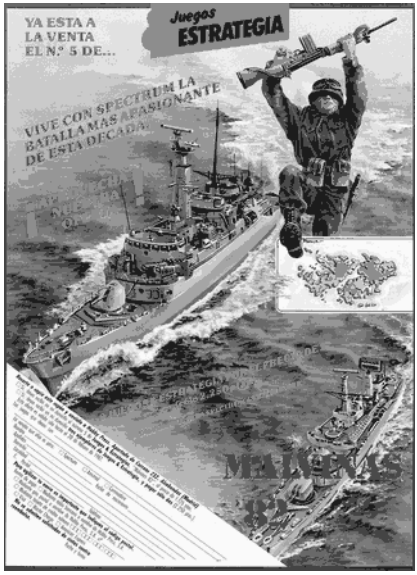
or 4. Further movement is prohibited by the terrain.

Extractos del manual de Falklands '82.

Extractos del manual de Falklands '82.

Y lo que pasa es que el concejal de Swansea tenía razón. **Una simulación fiel a la realidad no podría nunca terminar en una reconquista militar de las Islas.** La guerra de Malvinas fue una demostración de poderío imperial. Un desfile de la muerte cuyo final estaba escrito antes de que zarpe el primer buque británico.

Cada argentino sabe que esto es verdad. Falklands '82 puede apropiarse de la verdad porque Malvinas es una nota al pie en la crónica del Imperio Británico. Pero en la historia argentina la guerra es una **herida abierta** con la que todos estamos conectados.



En España, Falklands ‘82 fue editado como Malvinas 82, pero la estructura del juego sigue siendo la misma. No se puede jugar del lado argentino.

En España, Falklands ‘82 fue editado como Malvinas 82, pero la estructura del juego sigue siendo la misma. No se puede jugar del lado argentino.

Mi conexión es mi padre. En 1982, **Víctor Raúl Esains** era Teniente de Fragata Contador de la Armada. El 9 de abril, una semana después de la reconquista, fue movilizado a la ciudad de **Río Grande** como parte de la **Brigada de Infantería de Marina N° 1**, encargado de la logística de un grupo de 800 personas. La intención era que la brigada fuese el relevo del **Batallón de Infantería N° 5**, en Malvinas desde el día cero. “*Nunca sucedió ese movimiento*”, cuenta mi padre, *“el puente aéreo que se había establecido fue interrumpido por los ingleses. Bastante temprano*”.

Falklands ‘82, el videojuego, toma lugar entre el **21 de mayo y el 15 de junio de 1982**. En la partida que jugué para capturar imágenes del juego disparé sobre el batallón que mi padre hubiese relevado. **Un hombrecito de 8x8 píxeles que se rindió poco antes de entregar Puerto Stanley.**

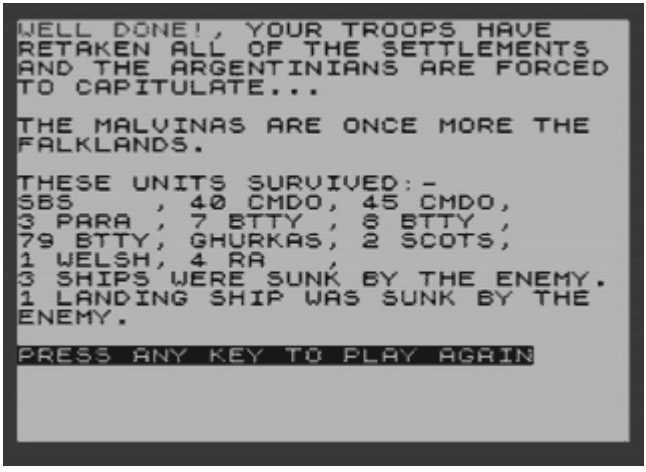


Entre turno y turno del juego de estrategia, **Pucarás** y **Skyhawks** argentinos bombardean las unidades británicas. A pesar de la investigación histórica, no se nombran los **Super Etendards**, la escuadrilla potencialmente letal que mi padre vigilaba en guardia nocturna rotativa: "*por temor a una acción de sabotaje, esos aviones cambiaban de lugar noche a noche*".

Como Charly Garcia - que en "No Bombardeen Buenos Aires" habla de escuchar The Clash mientras se esconde de las bombas - mi padre es un **anglófilo**, un amante de la cultura pop británica que creció en pleno auge de **Beatles** y **Stones**. Cuando le pregunto si eso cambió durante la guerra, lo descarta por completo: "*Lo de la prohibición de la música en inglés en ese momento me pareció ridículo, inútil, inconducente. Imposible concebir un switch que te pasara de Eric Clapton a Pappo porque lo dispusiera algún comunicado número dos. A la distancia, un rasgo más de la payasada global que encabezaron el Galtieri del balcón y el Menéndez engominado rindiéndose en Puerto Argentino*."

Mi padre se retiró de la Armada poco después de Malvinas, y considera que el **peso simbólico que la dictadura dio a la guerra** es parte de la misma narrativa emocional que el imperio construía por su

lado. "*Se me ocurre que el que se dice profesional de la guerra en general no siente ni manifiesta 'odio'. Habrá casos, pero si algo sentí en esos momentos fuera de la motivación natural por la misión diaria fue una especie de complejo de inferioridad. Como si te subieran al ring no digo contra Tyson pero por lo menos contra Monzón... 'No chance!'*"



Pantalla final de Falklands '82: "Las Malvinas vuelven a ser las Falklands"

Pantalla final de Falklands '82: "Las Malvinas vuelven a ser las Falklands"

Los argentinos no tuvieron el lujo del público británico, que pudo darse cuenta meses o años después de la manipulación política oculta detrás de un patriotismo de cartón: "*No sé qué construcción cultural se fue armando en mi personalidad para sostenerme siempre, hasta hoy, alejado de todo fanatismo, amor ciego, idolatría o cosa que se le parezca. Tal vez eso me hace un 'pecho frío'. Tanto como no levanté banderitas imaginarias y entusiastas el 2 de abril, tampoco sentí mi bandera humillada ni mi uniforme manchado el 14 de junio.*"

5. Otras islas, otras colonias

Las Malvinas asomaron en otros videojuegos de la época. En 1987 aparecieron por primera vez en un juego norteamericano, el simulador de vuelo **Strike Fleet**[12] de **Lucasfilm** pero la caída del muro de **Berlín**, el final de la guerra fría y la guerra del Golfo de 1991 llevaron la narrativa bélica en una dirección más cinematográfica, triunfalista, yanqui con escenarios políticamente más seguros y nuevos enemigos que deshumanizar.

No hubo un diputado inglés (ni argentino) que ponga el grito en el cielo por **Malvinas 2032**, el juego argentino de estrategia[13] de 1999 que soñaba con una reconquista de ciencia ficción y que marcó el inicio de **Sabarasa**, uno de los estudios fundacionales del gaming local. En 2005 el estudio norteamericano **ProSIM** lanzó **The Falklands War: 1982**[14], un juego históricamente más preciso que el de PSS de 1985 pero igual de propenso a inventar equivalencias militares con el objetivo de equilibrar la jugabilidad.

Las Malvinas no aparecieron en ningún **Medal of Honor** o **Call of Duty**, pero desarrolladores independientes han creado niveles ambientados en las Islas para juegos como **Battlefield 2** (en el mod **Project Reality**[15]) y el RTS ruso **Men of War** (con el nombre de **1982: Héroes del Atlántico**[16]). Lo más parecido a un conflicto internacional se vio en un mod de **Counter-Strike** desarrollado por la empresa proveedora de servicios de Internet rosarina **Dattatec**, que en 2013 recibió comentarios peyorativos[17] de la prensa inglesa y ataques tipo **DDOS** por parte de hackers que (según Dattatec) venían del Reino Unido.



Counter-Strike: Malvinas, en una captura del sitio Sky News.

Counter-Strike: Malvinas, en una captura del sitio Sky News.

El imperio no necesita volver a contar la historia de Malvinas. La industria británica colapsó a mediados de los '90, pero la fantasía de la conquista de América Latina persiste en el **hambre colonialista** de los juegos de mundo abierto que producen las multinacionales actuales. Está en la iconografía del Imperio Colonial español en **New World** de Amazon, en el pastiche de **Castro** y **Batista** de **Far Cry 6**, en la **conspiranoica coalición chavista** que conquista los Estados Unidos en **Call of Duty: Ghosts**.

Cada uno de estos juegos inventa su propia justificación para la acción imperial. Si Thatcher vendió la guerra de Malvinas como una cruzada contra las juntas militares, Ubisoft vende **Ghost Recon: Wildlands** como una liberación de una región oprimida por los narcotraficantes, mientras que Far Cry 6 es un acto de rebelión contra una nebulosa dictadura. **La narrativa siempre es la misma.** Y cada soldado enemigo que obliteramos se parece más a nosotros que al jugador ideal que el diseñador imagina detrás del joystick.

En los últimos años, distintos analistas del gaming vienen identificando[18] las **estructuras imperialistas** sobre las que están construidos los videojuegos más populares de la historia. Un marco teórico que critica los ciclos de **conquista** y **explotación** que parecen

ser el "**core loop**" inescapable del diseño de videojuegos moderno. La acumulación (de recursos, de skins, de "niveles") como única meta satisfactoria.

Pero desde Argentina, que no baja los brazos en su intento de recuperar el último resabio del mundo colonial, no tenemos el lujo de ver los impulsos imperialistas del gaming como una construcción abstracta.

Preservar la historia de los juegos británicos de Malvinas es registrar un recordatorio **explícito** de que la narrativa colonialista de la que somos objeto no es subtexto, sino texto.

Porque el gamer del tercer mundo siempre va a estar del lado equivocado del **headshot**.

CRONOTRIPPER (5 DE FEBRERO DE 2021)

Drowned God: Todas las conspiraciones la conspiración

La historia detrás del juego maldito que habla de OVNIs, tarot, Crowley y la verdad del universo. Pasión y tragedia de Harry Horse.

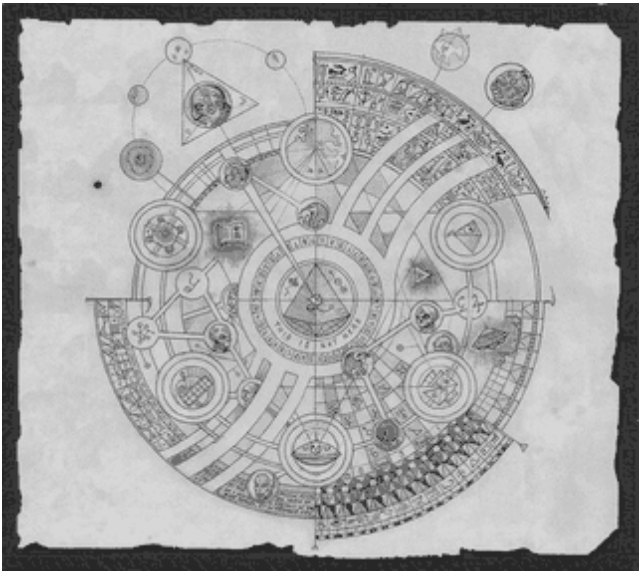


NOTA: El final de este artículo incluye referencias a depresión, actos de violencia gráfica, y suicidio.

En 1846, el poeta **Richard Henry Horne** redactó un manuscrito premonitorio. Una visión alternativa de la historia que revelaba la conexión entre la **Atlántida** y el **Edén**, exponiendo la teoría de que **Dios** murió ahogado en lo profundo del océano. Una verdad oculta, según Horne, bajo un cúmulo de **conspiraciones** y mentiras.

Cuando el manuscrito salió a la luz en 1983, los expertos no podían creer lo que estaban leyendo. Los versos de Horne predecían **guerras**, **catástrofes**, hasta el **asesinato** de John F. Kennedy. Parecía demasiado bueno como para ser verdad.

Y eso es porque no era verdad.



Una de las ilustraciones del manuscrito. El falsificador se había tomado el trabajo de "envejecer" las hojas usando té y secándolas al sol.

Una de las ilustraciones del manuscrito. El falsificador se había tomado el trabajo de "envejecer" las hojas usando té y secándolas al sol.

El manuscrito de "Horne" era una **falsificación**, escrita por un escocés que, de casualidad, se llamaba igual que el poeta. Pero el engaño no se descubrió por el texto, sino por un detalle que el falsificador había dejado pasar.

El estilo de las ilustraciones guardaba una sorprendente similitud con las del premiado libro infantil "**The Ogopogo**", de ese mismo año. Su autor, un tal **Harry Horse**... que resultó ser el seudónimo con el que Horne publicaba sus obras legítimas.





The Ogopogo (1983), el primer libro infantil que Harry vendió, a los 21 años.

The Ogopogo (1983), el primer libro infantil que Harry vendió, a los 21 años.

¿Por qué un autor exitoso de literatura infantil quiso vender un falso Nostradamus? Richard Horne/Harry Horse nunca lo explicó. Para ese momento ya estaba probándose una personalidad distinta. El autor de libros infantiles mutó en **caricaturista** político, mientras que en el mundo real "Harry Horse" se hacía pasar por "**Billy Joe**", un prodigio del **banjo** de Louisiana que creó **Swamptrash**, la primera banda gótica/bluegrass de Escocia.



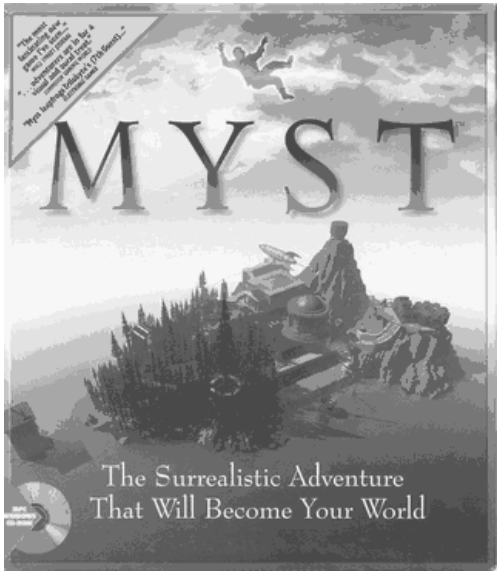
Swamptrash duró solo un par de años. Horse, y el resto de la banda, hablaban con un falso acento americano y cantaban covers de Johnny Cash.

Swamptrash duró solo un par de años. Horse, y el resto de la banda, hablaban con un falso acento americano y cantaban covers de Johnny Cash.

Harry Horse se aburría rápido, y cuando renunciaba se iba haciendo un escándalo. En 1993 ya se había ido del diario que lo publicaba y se había distanciado de Swamptrash. Recién casado con **Mandy Williamson**, una de sus fans, necesitaba un nuevo **proyecto**, un espacio en el que pudiera mezclar dibujos, música, y su obsesión con las conspiraciones.

Myst y el boom multimedia

En ese momento estaba pasando algo particular con la industria de los videojuegos. A pesar de que cualquier gamer relaciona 1993 con el fenómeno **Doom**, el juego más vendido de ese año fue **Myst**, una aventura gráfica visualmente impactante que aprovechaba la nueva tecnología de CDROM, y que logró enganchar a no-gamers con una historia enrevesada y puzzles tan imaginativos como frustrantes.



Con más de 6 millones de unidades, Myst fue el juego más vendido de todos los tiempos hasta que The Sims lo superó en 2002.

Con más de 6 millones de unidades, Myst fue el juego más vendido de todos los tiempos hasta que The Sims lo superó en 2002.

El éxito de Myst y otros espectáculos como **The 7th Guest** (1992) y **Gadget** (1993) ilusionó a empresas que nunca habían participado del gaming, y durante tres o cuatro años se invirtieron millones en mundos virtuales extraños, originales, imposibles de conectar con **la historia oficial** de los videojuegos.

Inscape fue la iniciativa más interesante de este período, un estudio dirigido por **Michael Nash,** veterano de la **Criterion Collection** que desarrolló verdaderos clásicos olvidados como la adaptación de Edgar Allan Poe **The Dark Eye** (1995) y la colaboración entre The Residents y el artista plástico Jim Ludtke **Bad Day on the Midway** (también de 1995). Juegos **enormes**, de ambiciosa visión creativa, que hoy se llevarían el reconocimiento del mundo indie.

Epic Multimedia Group

A través de sus contactos en la industria de la música, Harry Horse se contactó con **Epic Multimedia Group** (no los creadores de Unreal) o **EMG**, un estudio de Brighton formado por veteranos del cine y el gaming. En la era en la que Internet recién empezaba y **The X-Files** era un fenómeno internacional, el manuscrito del "antepasado" de Horse tenía un gancho casi místico. Inscape compró la idea de inmediato. **Drowned God había entrado en producción.**



Horse explica (bueno, hasta donde se puede) Drowned God en un video promocional.

Horse explica (bueno, hasta donde se puede) Drowned God en un video promocional.

Horse nunca había hecho un juego en su vida (y había jugado bastante pocos), pero en la era multimedia eso no era un problema. Durante seis meses trabajó con el español **Iñigo Orduña** (hoy un gurú de UX/UI) en el diseño y bocetó cada uno de los "niveles" con el artista **Anthony McGaw** (luego fundador del titán del outsourcing Babel Media).

Inscape y EMG amaban lo que veían y armaron un equipo de notables para hacer realidad Drowned God. El director de arte fue **Alastair Graham**, artista de portadas del legendario personaje británico Dizzy, mientras que el equipo dedicado a animar los personajes venía de **Aardman** (Wallace & Gromit) y la **Jim Henson Creature Shop**. El escultor **Greg Boulton** convertía los diseños de Horse en muñecos 3D que el equipo de **William Plant** escaneaba para conectar a las expresiones de actores reales (incluyendo a un joven **Peter Serafinowicz**). Fue una de las primeras instancias del uso de la técnica de captura facial que hoy es un estándar en el gaming.

El pionero del Motion Capture William Plant trabaja con uno de los actores de Drowned God.

Había **plata**, había **tecnología**, había **equipo**.

El juego de Horse parecía una apuesta segura en su momento. **Myst vs. Mulder.** Pero el resultado final de Drowned God no podría estar más lejos de lo que hoy consideramos un juego comercial.

Un juego sin tutoriales

Drowned God no tiene **tutoriales**, ni **pistas**, ni **ayudas** en pantalla. Desde el minuto uno, no hace el más mínimo intento de tomar al jugador de la mano y presentar el mundo de a poco.



Drowned God: Conspiracy of the Ages.

La navegación es en primera persona, cuadro a cuadro dentro de ambientes 3D que pasan de imágenes detenidas a video constantemente.

La intro consiste de flashes de distintas épocas ¿son **niveles**? ¿son **cinemáticas**? ¿**personajes**?... sin solución de continuidad, el jugador aparece en el B**equest Globe** (o "globo del legado" - todos los nombres del juego son más poéticos que descriptivos), donde una inteligencia artificial le asigna un **número**, un **símbolo**, y un **planeta**. Se abre una escalera que sube y baja y lleva a dos cuartos casi iguales (casi ilustrando el "tanto arriba como abajo" del hermetismo) donde se reciben aún más **números**. Y eso que esta es la parte menos confusa del juego.

De ahí en adelante, la estructura se acerca a Myst, pero mientras aquella aventura tenía cierto asidero en la **lógica** y la **física** del mundo real, todo, pero **TODO** en Drowned God es **onírico**, **simbólico**, **poético**. Ni siquiera el desplazamiento tiene sentido en niveles que cambian de forma y juegan con la orientación. Cada puzzle resulta en nuevos **monólogos crípticos** sobre la verdadera naturaleza del mundo. Cada personaje es una metáfora de algo. Los objetos que el jugador recoge sólo cobran sentido en contexto.

El diseño de los puzzles también está cargado de simbolismo.

La confusión, sin embargo, no es del todo frustrante. **El juego, al fin y al cabo, es un gran puzzle**, y el primer paso para resolverlo es entender la naturaleza del espacio.

Los puzzles individuales tampoco son difíciles. La mayoría consisten de adaptaciones de juegos históricos como el "Nine Men's Morris" y otros, como el genial diálogo entre **Einstein** y **Newton**, tienen más que ver con una instalación artística que con una aventura de **LucasArts**. El equipo de EMG entiende el terror inquietante de un **Lynch** o un **Cronenberg** (sin la coherencia de ninguno de estos directores), en el que hasta los momentos cómicos resultan incómodos.

Quizás la mejor forma de experimentarlo sea esa. **Recorrerlo como una instalación/walking simulator y recurrir a un "walkthrough" cuando sea necesario.** Drowned God no sólo está lleno de ideas, sino

que eso es (para bien) lo único que tiene. Los mejores juegos "multimedia" de los '90 son los que se soltaban de la **tiranía de la narrativ**a, descartando los **personajes**, la **empatía**, el **realismo**... muletas que a veces se vuelven un ancla.

No todo es 3D. Drowned God está repleto de libros y cuadros interactivos que ocultan pistas para sus mil puzzles.

Atmósfera antes que conspiración

Drowned God es pura atmósfera. Horse estaba fascinado con las conspiraciones, pero el juego las usa como música de fondo, un hilo estético y temático para explorar preguntas más filosóficas que históricas. Para poner al jugador en un estado mental. Parece una ilustración de esa frase de **Thomas Pynchon**: "*hay algo reconfortante - religioso, casi - en la paranoia, pero también está la anti-paranoia, en la que nada está conectado con nada, una condición que pocos podemos soportar por mucho tiempo.*"

El credo de Inscape se mantuvo firme. Nadie interfirió con la libertad creativa de Horse, y el producto final es una ilustración fiel de las obsesiones del autor. Lo que, claro, no fue suficiente como para hacerlo un éxito.

https://www.youtube.com/watch?v=wCB5-Bu581M

Un género condenado

Cuando Drowned God salió al mercado, **el género ya estaba condenado**. Decenas de aventuras pésimas post-Myst lanzadas a las apuradas ahuyentaron al público adulto al que estudios como Inscape apuntaban, y la prensa gamer había perdido la paciencia para experimentos. Aunque el juego no fue exactamente un **fracaso** de ventas (en particular en **Alemania**) la inversión millonaria **fundió**[1] a EMG en cuestión de meses. Nash renunció poco tiempo después. Inscape cerraría antes de 1998.

Poca gente jugó Drowned God, pero fue la gente correcta. El juego era impresionante para la época, y los artistas y animadores que dieron sus primeros pasos en EMG, hoy dominan la industria. El jefe de programadores **Darren Barnett** terminaría manejando a todos los equipos de **Eidos**. **Ian Faichnie**, parte del equipo de dirección de arte, se convertiría en uno de los responsables de la estética de la saga **Fable**. El artista encargado de la animación 3D fue **Gavin Moore**, diseñador del excelente **Puppeteer** (2013) para Sony, y que acaba de ocupar el rol de director creativo de la remake de **Demon's Souls** (2020).

La historia de Harry Horse/Richard Horne, en cambio, no tiene un final feliz.



Harry en las Shetlands, junto a su esposa Mandy y Roo, su mascota.

Harry en las Shetlands, junto a su esposa Mandy y Roo, su mascota.

El final de Harry y Mandy

Después de la experiencia de Drowned God, Horse volvió a vivir a la casa de sus padres en **Warwickshire** junto a su esposa Mandy, pero la convivencia resultó problemática. En 2001 Harry y Mandy volvieron a Escocia, pero las oportunidades de trabajo eran cada vez menos. En 2004 la pareja tomó la decisión de radicarse en las remotas **Islas**

Shetland, en una casita a 100 metros de la familia de Mandy. No parecía una decisión sensata para dos cosmopolitas como los Horse. Pero había razones de peso.

Ese mismo año Mandy fue diagnosticada con **esclerosis múltiple**, una enfermedad degenerativa que requiere cuidado constante y genera complicaciones adicionales. Horse, por su parte, tenía dificultad para controlar su temperamento, y no ayudaba la situación económica. La **paranoia** lo consumía, y la pareja fue cortando lazos con familia y amigos. Los que todavía los visitaban hablaban de **discusiones**, de **consumo** de distintas sustancias para paliar el dolor de Mandy, y de u**n pacto suicida**.

Como sus allegados temían/esperaban, **Harry y Mandy murieron juntos**, la misma noche de enero de 2007. Las necrológicas hablaban de un tipo de enorme talento y un amor casi inabarcable por su esposa. Sin declaraciones de las familias, los que conocían a la pareja asumieron una sobredosis intencional.

Por eso fue difícil aceptar el horror que reveló una investigación del Sunday Times, meses después de las muertes.

Mandy, que para ese entonces ya no podía ni hablar ni caminar, **murió desangrada luego de recibir más de treinta puñaladas.** Harry, después de matar a su esposa, se provocó cortes en todo el cuerpo. Y también sangró hasta **morir**.

El artículo[2] que reveló las muertes es **sensacionalista** y novelístico, y hace una serie de suposiciones basadas en la relación de la pareja que buscan mostrar al autor como un asesino en potencia, una bomba de tiempo. Luego de su publicación los familiares y amigos de Mandy y Harry contaron **otra historia**[3], que trasciende la angustia y deja entrever un deterioro de la salud mental y física de los dos. El artista **Tam Dean Burn**, amigo de la pareja, reveló[4] que habían intentado suicidarse con la medicación de Mandy y que no había funcionado.

No hay un lugar fácil donde pararse con alguien como Harry Horse. Es imposible volver a jugar Drowned God sin que esa nube negra lo tiña todo, ver sus dibujos sin buscar explicaciones, tratar de

resolver el puzzle de por qué la historia termina así. Y no tiene sentido. El juego que se vende como un lente para entender el mundo resulta ser una parodia de la paranoia. Y a la vez, **la obra de un artista - por más personal que sea - es inútil para el que quiera decodificar sus actos.**

CRONOTRIPPER (6 DE JULIO DE 2021)

Alone in the Dark: el divorcio de los padres del survival horror

El juego que hizo posible Resident Evil y The Last of Us tiene su propia historia de terror atrás: un desarrollo opresivo y humillante que terminó la saga antes de que pueda empezar.



Antes había juegos en 3D, claro. Los vectores del arcade de **Star Wars** y los universos infinitos de **Elite**. Los simuladores de vuelo "**serios**" de PC. El mapeado de texturas primitivo de **Wolfenstein** y **Ultima Underworld**. Pero en cada uno de esos juegos el 3D se usaba para representar el entorno, con incongruentes personajes pixelados flotando en universos poligonales.

La inmersión era efectiva, pero faltaba la humanidad.

Hasta que llegó **Alone in the Dark**.



El número 55 de Micromanía Segunda Etapa tiene una extensa entrevista a Infogrames en la que se pueden ver estos storyboards de Didier Chanfray.

El número 55 de Micromanía Segunda Etapa tiene una extensa entrevista a Infogrames en la que se pueden ver estos storyboards de Didier Chanfray.

Por sobre todos sus logros, el triunfo principal del juego de terror de **Infogrames** es hacer al jugador sentir que, por primera vez, esos 140 polígonos eran un personaje. Un hechizo que no podían romper ni la animación exagerada ni las expresiones de perpetua sorpresa de los protagonistas.

La influencia de Alone in the Dark es incalculable. La mezcla de personajes en 3D y escenarios prerenderizados se volvería el **estándar** de las aventuras de acción AAA por casi una década. Personajes **icónicos** como Lara Croft no son más que una Emily Hartwood con más polígonos. Hasta el **survival horror**, que no ha cambiado mucho con el tiempo, sigue **las mismas reglas** que este juego estableció hace 30 años.

¿Por qué, entonces, **Resident Evil** y **Tomb Raider** siguen despachando secuelas cuando Alone in the Dark murió hace rato?

El logo de Infogrames proyectado en 3D en la intro de Alone in the Dark.

Contada por encima, la razón es la misma de siempre. **Volantazos** corporativos, **exigencias** ridículas, creativos **agotados** y ejecutivos que creen que una propiedad intelectual y un **producto** son la misma cosa. Pero las aristas específicas de esta historia son las que la convierten en una lente perfecta para analizar los quiebres personales de la industria.

Porque a diferencia de la industria norteamericana atada por los acuerdos de confidencialidad y el silencio protocolar de los japoneses, **Alone in the Dark fue un producto de la escena del gaming francés**. En vez de rumores en foros y teorías de fans hay biografías, entrevistas, declaraciones desafortunadas en público y hasta acciones legales desde las que se puede reconstruir una cronología del colapso. Una historia real que funciona como fábula moral.

Hagamos el intento.

1. El Genio y el Emprendedor

En 1988, toda Francia jugaba **PopCorn**. Este clon de **Arkanoid** para DOS con gráficos vistosos, una velocidad poco usual para su plataforma y un par de mecánicas originales estaba lejos de ser el mejor juego de la historia, pero tenía algo a su favor: era gratuito. Sus creadores **Christophe Lacaze** y **Frederick Raynal** habían elegido distribuirlo como freeware en las jóvenes BBS del país. Buscando, a puro talento, atraer la curiosidad de posibles empleadores.

PopCorn (1988): Veloz, fácil de entender, gratis... ¿qué más querés?

El plan funcionó mejor de lo que esperaban. PopCorn llamó la atención de **Bruno Bonnell**, director de la gigantesca Infogrames, que a finales de los '80 se había convertido en una verdadera pizzería de videojuegos, editando desde la ciudad de **Lyon** unos 30 títulos por año entre software educativo, adaptaciones de cómics y la producción de estudios recién adquiridos como **ERE** y **Cobra** Soft. Lacaze rechazó la oferta, pero Raynal aceptó unirse a Infogrames, obnubilado con la promesa de libertad creativa y un presupuesto generoso para su primer videojuego "**oficial**".



Bonnell en el número 25 de Tilt (1985). Desde el principio se vendía como el gran emprendedor del gaming francés.

Bonnell en el número 25 de Tilt (1985). Desde el principio se vendía como el gran emprendedor del gaming francés.

Pero Bonnell ya tenía la fama de perder rápido su entusiasmo. Raynal trabajó un año en un juego de nombre **Ed**, que nunca salió a la venta porque el departamento de marketing le bajó el pulgar en plena producción. De programador estrella pasó a ser uno más, y su primer juego publicado no fue su propia creación, sino una conversión de un extraño puzzle 3D llamado **Alpha Waves**, originalmente creado para Atari ST.

La versión original era ingeniosa pero sus ideas estaban limitadas por la poca potencia del procesador de la computadora personal de Atari. **Raynal se enamoró del juego**, y usó la conversión como una excusa para experimentar con 3D, en particular con una cámara fija que rotaba sobre su eje logrando ángulos similares a los cinematográficos. Sus rutinas eran simples y elegantes, y la versión de PC corría con la fluidez de un arcade, tanto que los programadores de Infogrames hacían fila para probar el juego en el cubículo de Raynal.

Según Raynal, Alpha Waves fue el primer juego de plataformas en 3D.

Aunque Alpha Waves (editado como **Continuum** en Estados Unidos) fue un éxito modesto, Bonnell tenía otro juguete para entretenerse. En 1991 había cerrado un contrato con la empresa norteamericana **Chaosium** para publicar juegos basados en su RPG de mesa lovecraftiano **La Llamada de Cthulhu**, que años después resultaría en **Shadow of The Comet** (1993) y **Prisoner of Ice** (1995).

Mientras Raynal, el niño de oro olvidado, rebotaba de proyecto en proyecto, Bonnell y su mano derecha **Eric Mottet** hacían tormenta de ideas de posibles juegos de terror, particularmente enamorados de una de ellas: una aventura que tomaba lugar en la oscuridad absoluta, en la que el jugador tenía que aprovechar al máximo la luz de solo tres fósforos.

Su nombre temporal era "**In The Dark**".

2. La Luz y la Sombra

Raynal, que había pasado el tiempo muerto después de terminar Alpha Waves jugando con su propio motor 3D, sabía que era su oportunidad, ya que el programador creció rodeado tanto de tecnología como de cine de culto.



En esta foto rescatada por Abandonware France, un joven Raynal roquea un corte de pelo que sólo podía funcionar en los primeros '80s.

En esta foto rescatada por Abandonware France, un joven Raynal roquea un corte de pelo que sólo podía funcionar en los primeros '80s.

El padre de Raynal vendía computadoras y alquilaba VHS en un diminuto local de la comuna **Brive-la-Gaillarde**, de nombre **Vidéomatique**. Ahí el futuro programador vio por primera vez el cine de **Wes Craven** y **George Romero**, y con su conocimiento enciclopédico del terror logró convencer a los ejecutivos de Infogrames que le permitieran crear un prototipo de "In The Dark". Pero después de la debacle de Ed, Raynal no quería saber nada de intermediarios, y **amenazó con renunciar** si Bonnell no le daba control creativo sobre el proyecto.

El CEO de Infogrames no era amigo de las amenazas, y aceptó que Raynal se dedique a "In The Dark", con la condición de que haga su prioridad la conversión a Amiga de **SimCity**, la otra gran adquisición de Infogrames para Europa. Durante nueve meses Raynal pasó ocho

horas diarias en la oficina trasteando con el inabarcable juego de estrategia de **Maxis** y otras ocho en su casa, dando forma al motor 3D junto a su colaborador y amigo personal el artista **Didier Chanfray**.

En 1992, con Shadow of the Comet en producción y SimCity batiendo récords de venta, Bonnell se había olvidado por completo de In The Dark. Hasta el día en que Raynal, orgulloso, mostró su prototipo. Y los engranajes de la historia del gaming dieron una vuelta completa en un segundo.

La "prueba de concepto" que fascinó a Bonnell todavía imaginaba escenarios en 3D, en vez de los fondos prerenderizados que usaría el juego definitivo.

Ni Bonnell ni Motet podían creer lo que estaban viendo. La luz, la sombra, el movimiento de cámaras, la animación. No sólo era el primer motor 3D en lograr estos efectos cinematográficos, sino que parecía ideal para la atmósfera gótica del terror lovecraftiano que habían licenciado a Chaosium. Bonnell sacó a Raynal de todos los demás proyectos e hizo de In The Dark la **prioridad número uno** de la empresa, con el programador como director creativo absoluto.

Raynal quería un equipo pequeño pero leal, y necesitaba un artista 2D que estuviera a la altura del trabajo que Chanfray estaba haciendo con las animaciones 3D. La elegida fue **Yael Barroz**, que acababa de entrar a Infogrames desde la exclusiva academia de arte Emile Cohl y se enamoró de inmediato. No solo del proyecto, sino de Raynal. Años después, Chanfray recordaba esos meses apasionados como los mejores de su vida.

"Fue una gran aventura, pero al final del proyecto empezaron las tensiones. Bonnell sentía que el proyecto se le escapaba de las manos y si no fuera por la genialidad de Frederick, nos lo hubiese quitado."



El equipo entero de Alone in the Dark en una preview de Tilt. Sí, Raynal todavía tenía esa pelambre en el '92.

El equipo entero de Alone in the Dark en una preview de Tilt. Sí, Raynal todavía tenía esa pelambre en el '92.

El enemigo número uno de Raynal era Eric Mottet, jefe de producción de Bonnell. Y con la excusa de que el juego tenía que salir sí o sí en 1992, el ejecutivo sumó a gente de su confianza, como el programador **Franck De Girolami** y el guionista **Hubert Chardot**, un ex creativo publicitario famoso por su labia y su capacidad de llevar a un proyecto a buen puerto. Pero el hechizo de Raynal era demasiado potente, y hasta los infiltrados de Mottet no tuvieron otra que reconocer que el proyecto era brillante. O como Chardot declaró años después, "*Raynal a veces era tan insoportable que te daban ganas de contradecirlo solo para hacerlo enojar, pero es un tipo brillante y eso nadie se lo puede quitar.*"

Chardot, que había dado forma a Shadow of the Comet y al irreverente **Eternam** (1992), se encargó de tomar este puzzle de mansión embrujada y darle el condimento lovecraftiano con una historia inspirada en "**Los Sueños de la Casa de la Bruja**", de 1933. El hechicero escondido que el jugador descubre en las profundidades de la mansión viene del "**Caso de Charles Dexter Ward**".

La ironía es que a pesar del esfuerzo de Chardot (¡que hasta viajó al pueblo natal de Lovecraft en busca de inspiración!) Chaosium declaró que el juego no era lo suficientemente complejo como para ser una adaptación oficial, y negó el uso de la licencia. **Dejando, sin saberlo, millones de dólares de royalties en la mesa.**

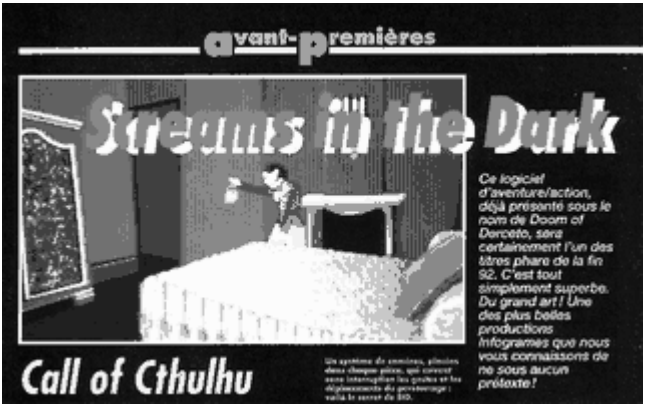


No se puede minimizar el trabajo de Chardot en el producto final. Hasta el manual rescata el tono de una revista "pulp" de los años '20. Ni siquiera la pésima traducción al castellano lo arruina.

No se puede minimizar el trabajo de Chardot en el producto final. Hasta el manual rescata el tono de una revista "pulp" de los años '20. Ni siquiera la pésima traducción al castellano lo arruina.

Porque cualquiera que hubiese visto lo que Raynal estaba haciendo, hubiera sabido que el juego sería una revolución. Bonnell y Mottet ponían presión sobre el equipo para apresurar el desarrollo, pero al mismo tiempo mostraban la demo por toda Francia en busca de capital. **Porque ni Raynal ni el resto de Infogrames sabían que Bonnell estaba a punto de listar la compañía en la bolsa parisina**, y que Alone in the Dark sería su carta maestra para demostrar que la empresa tenía lo necesario para pelear en el mercado internacional.

Entre los especialistas que probaron la demo estaba **Dany Boolauck**, ex editor en jefe de **Tilt**, la revista de videojuegos más vendida de Francia. Boolauck quedó fascinado, y no entendía por qué un Raynal deprimido y agotado no compartía su entusiasmo… **¿Qué hacía que el creador de un juego que venía a cambiar la industria pareciese listo para jubilarse?**



La preview extasiada de Tilt. Hasta poco antes de su lanzamiento, el juego se llamaba "Screams in the Dark".

La preview extasiada de Tilt. Hasta poco antes de su lanzamiento, el juego se llamaba "Screams in the Dark".

En septiembre, Raynal prepara una demo final para el ECTS (uno de los predecesores de E3). En la pantalla de carga, el menú principal tiene una línea que enciende la ira de Bonnell: "**una creación de Frederick Raynal**". Cobrándose la amenaza de dos años atrás, el CEO insiste con que la idea de "In The Dark" (que ya nada tiene que ver con el juego) es suya, y **obliga a Raynal a borrar el mensaje**, perdiendo para siempre la posibilidad de pelear por los derechos de su creación.

Raynal, derrotado, viaja a Londres a mostrar la demo. Veinte años después diría en la GDC "*en octubre de 1992, odiaba mi propio juego*". Ni siquiera la respuesta extasiada de la prensa masiva logra entusiasmarlo. Lo único que quiere es terminar Alone in the Dark. Boolauck, que está en el evento grabando material para el programa televisivo **Microkids**, le pregunta si puede entrevistarlo en una sala de reuniones privada. Raynal acepta.



Alone in the Dark

Pero después de la entrevista, Boolauck le pide que se quede, y admite la verdad. No vino a Londres a entrevistarlo, sino a reclutarlo.

3. Delphine y Adeline

Paul de Senneville parece una caricatura del típico **dandy** francés. Un compositor, productor musical y manager que tuvo la suerte de aliarse con el pianista **Richard Clayderman**, fenómeno internacional que vendió millones de discos en los ‘70s. Una década después, de Senneville se interesó en el fenómeno de los videojuegos, y abrió Delphine, un estudio que ofrecía libertad creativa y tiempos de desarrollo generosos. Lo que importaba era la calidad del producto. Algo que en la industria musical era casi normal, pero que para el gaming era impensado.



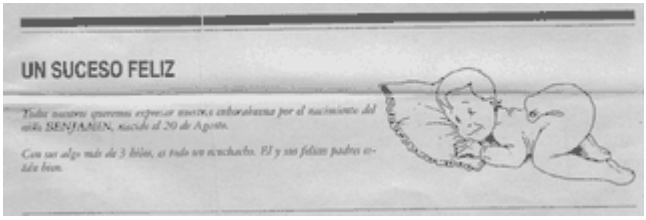
Un Clayderman sonriente con sus discos de oro. De Senneville (derecha), fue el compositor de uno de sus grandes éxitos, llamado casualmente "Ballad Pour Adeline".

Un Clayderman sonriente con sus discos de oro. De Senneville (derecha), fue el compositor de uno de sus grandes éxitos, llamado casualmente "Ballad Pour Adeline".

Mientras otros estudios sacaban veinte juegos por año en busca de atención, el **Delphine** de Paul de Senneville (que llevaba el nombre de su primera hija) la pegó desde el primer día gracias a una dupla de talentos sobrenaturales: el programador **Paul Cuisset** y el artista visual **Eric Chahi**. Las primeras aventuras gráficas de la dupla (**Future Wars**, **Operation Stealth**, **Cruise for a Corpse**) habían sido exitosas, pero el cuarto juego, **Another World** (1991) fue un suceso internacional que hizo de Chahi el diseñador más cotizado del mundo. Paul sabía que iba a necesitar un reemplazo urgente.

Raynal no estaba interesado en ocupar el lugar de Chahi en Delphine, pero la propuesta de Boolauck (que había renunciado a Tilt para buscar nuevos talentos para el productor) iba mucho más allá. De Senneville estaba dispuesto a abrir un segundo estudio, llamado **Adeline** (sí, el nombre de su segunda hija), y ofrecer el mismo trato que habían tenido Chahi y Cuisset: libertad creativa absoluta.

Parecía demasiado bueno para ser cierto, y el programador prefirió ignorar la propuesta, aún después de una reunión en persona con De Senneville en París. **Pero cuando Raynal volvió a Lyon descubrió que la situación en Infogrames estaba cada vez peor.** Aunque Alone in the Dark estaba terminado, Bonnell ya había puesto una secuela en preproducción y quería que salga en seis meses. No habría vacaciones ni tiempo extra de desarrollo para Raynal, Chanfray ni Barroz (¡que acababa de dar a luz!).



El manual de Alone in the Dark hace referencia a la llegada de un tal "Benjamin", el hijo de Barroz y Raynal. Es más, al escribir BENJAMINYAELFRED se puede saltear la protección de copia. La familia hackea su propio juego.

El manual de Alone in the Dark hace referencia a la llegada de un tal "Benjamin", el hijo de Barroz y Raynal. Es más, al escribir BENJAMINYAELFRED se puede saltear la protección de copia. La familia hackea su propio juego.

El juego salió en diciembre en Europa. Las críticas fueron excelentes. Infogrames estaba lista para su oferta pública de acciones, y se organizó una fiesta épica de fin de año para marcar el mejor año de su historia. Hubo vino, baile, y hasta Bonnell se subió al escenario para cantar **"Comme d'habitude"**, la canción de **Claude Francois** que acá conocemos como **"A Mi Manera"**. Al otro día, en plena resaca, el presidente de Infogrames llega tarde a su oficina y se encuentra a un grupo que lo espera. Es Raynal, junto a Chanfray, Barroz y Laurent Salmeron (otro de los programadores estrella de la empresa). **Vienen a presentar su renuncia.**

Según Raynal, Bonnell solamente dijo "*¿se van? Bueno, hasta luego*" y el grupo de diseñadores se marchó. Pero el guionista Hubert Chardot, que ese día llegó tarde a la oficina, cuenta que las secretarias de Infogrames todavía estaban pálidas por los gritos que había pegado Bonnell en el momento en el que los "traidores" dejaron la oficina.



Las reviews del juego (que usan una versión ligeramente distinta a la final) fueron muy positivas.

Las reviews del juego (que usan una versión ligeramente distinta a la final) fueron muy positivas.

Empezó 1993, Alone in the Dark se editó en Estados Unidos con mucho éxito, y aunque Bonnell hubiese preferido nunca más ver a Raynal, no tenía otra que cruzarselo en cada evento. **Al fin y al cabo, para la industria francesa, Alone in the Dark no era un juego más**. Era la culminación de una década de búsqueda artística, un avance tecnológico y creativo que estaba a años luz de lo que cualquier otro país estaba haciendo. Una prueba de que el gaming era una **industria cultural** legítima en la que Francia dominaba, como había hecho con el cine, la literatura, las artes plásticas. Un triunfo que trascendía a Raynal, Bonnell y hasta a Infogrames.

A principios de los '90 la revista **Generation 4**, de la poderosa editorial **Hachette**, se había posicionado como la competencia principal de Tilt. Uno de sus atractivos era una entrega anual de

premios (los "**4 d'Or**") en **Eurodisney**, con nivel de producción digno de los Oscar. Frente a la industria entera, Alone in the Dark se llevó el premio a la aventura del año, derrotando al monstruo de LucasArts **Indiana Jones and The Fate of Atlantis**.

Bruno Bonnell subió al podio sin llamar a nadie más. Recibió el premio, esperó a que terminara la ovación, y dijo "*agradezco a todos: mi esposa, mi perro y mi peluquero.*" La comunidad de diseñadores y periodistas reaccionó con una ola de silencio. Bonnell puede haber sido el ejecutivo más poderoso de la industria francesa. Pero el hombre del momento era Frederick Raynal.



Bruno Bonnell recibiendo el premio, en el número 57 de Generation 4.

Bruno Bonnell recibiendo el premio, en el número 57 de Generation 4.

La prensa supo instintivamente del lado de quién ponerse. En la crónica de Generation 4 del evento la revista recuenta la chicana lamentable de Bonnell y deja claro que el único que podía llamarse "**autor**" de Alone in the Dark era Raynal. Es más, en el mismo número anuncian la apertura del nuevo estudio Adeline, con una foto del nuevo equipo y un relato que entra en detalle sobre las **nefastas prácticas laborales de Infogrames.**

El tiro de Bonnell salió por la culata. Y Alone in the Dark 2 quedó a la deriva.

4. El Indie y el Diputado

La secuela, por supuesto, no salió en seis meses. El equipo, descabezado y manejado por un Chardot que hacía agua, lanzó un par de minijuegos (**Jack in the Dark** y **The Lovecraft Museum**) y finalmente publicó Alone in the Dark 2 a finales de 1993. No vendió mal, pero frente a novedades como **Doom** el motor había quedado viejo, y el impacto cultural no fue el mismo. Hubo un tercer juego, varios intentos cada vez peores de revivir la franquicia, y una pésima adaptación cinematográfica. Ese fue el final, hasta ahora, de Alone in the Dark, ya que desde 2018 la licencia es de **THQ Nordic**, y no parece estar haciendo mucho con ella.



ADELINE SOFTWARE

La nouvelle est tombée officiellement lors de la cérémonie des 4 d'or.
Les auteurs du fabuleux Alone In the Dark ont quitté Infogrames pour rejoindre Delphine, l'occasion de créer un nouveau labe l : Adeline Software. Pour vous, nous avons enregistré les premiers cris poussés par bébé.

Gen4 : Pour vous, quoi de neuf ?
Eux : Premièrement, nous allons gagner le statut d'éditeur. Si les logiciels que nous produisons reçoivent l'approbation du public, nous bénéficierons de retombées immédiates. En tant que salariés dans une grande maison d'édition, les programmeurs restent souvent dans l'ombre. Il faut avouer que cette situation n'est pas très motivante.

Gen4 : Quels sont les objectifs d'Adeline?
Eux : Nous partons du principe qu'un logiciel possède au départ une âme. De son côté, une équipe de production doit adopter une synergie de groupe. Nous

Raynal presenta su nuevo estudio. Mil veces más feliz. Pero con el mismo corte, dios mío.

Raynal presenta su nuevo estudio. Mil veces más feliz. Pero con el mismo corte, dios mío.

El equipo de Raynal editó su primer juego con Adeline en 1994, y fue una demostración perfecta de las bondades de la libertad creativa que De Senneville ofrecía. **Little Big Adventure** (Relentless en Estados Unidos) tiene toda la creatividad visual de Alone in the Dark pero un universo único, personal, infinitamente francés. Fue un éxito modesto y tuvo una bien recibida secuela. Al final de la década, lamentablemente, el colapso de la industria francesa hizo que Adeline se venda a Sega y cambie su nombre a **No Cliché**, un estudio que hizo la joya de Dreamcast **Toy Commander** y poco después se desbandó, obligando a Raynal a dedicarse a otros proyectos. Nunca con el perfil que había tenido en los '90, claro.

La historia de Alone in the Dark, Raynal y Bonnell está documentada. Se puede interpretar de la forma en que uno quiera, pero lo que pasó y (en especial) los resultados no están en duda. El lector será el que juzgue si esta narrativa histórica tiene una moraleja que se pueda aplicar como una lente para analizar conflictos similares.

Porque la verdad es que no conocemos (ni vamos a conocer) los hechos detrás de otros cismas de la industria, por idénticos que parezcan. La razón por la que **Hideo Kojima** salió de **Konami**, por ejemplo, o la obsesión de **Ubisoft** con humillar a **Patrice Desilets** después de su renuncia a **Assassin's Creed**.



Twinsen, protagonista de Little Big Adventure, lee la Generation 4 en la portada de un número que contiene una crítica (claro) altamente positiva.

Twinsen, protagonista de Little Big Adventure, lee la Generation 4 en la portada de un número que contiene una crítica (claro) altamente positiva.

Pero los paralelismos están. La frustración y el cansancio de los creativos, los exilios violentos, el reclutamiento de viejos compañeros, las declaraciones heridas de CEOs a la prensa. Hasta **Little Big Adventure**, el juego colorido y no violento de Raynal, tiene puntos en contacto con la filosofía de **Death Stranding** (2019) de Kojima o el intento de Desilets de simular la evolución humana con **Ancestors** (2019).

El secretismo de la industria es un obstáculo (intencional) para que los que no están dentro no puedan sacar conclusiones fehacientes sobre lo que ven. Por eso cuando ensayos como éste señalan recurrencias y resonancias en la historia **no están buscando imaginar patrones** que se puedan aplicar a cada caso, sino todo lo contrario: plantear la importancia de desmenuzar las narrativas fabricadas de la historia oficial.

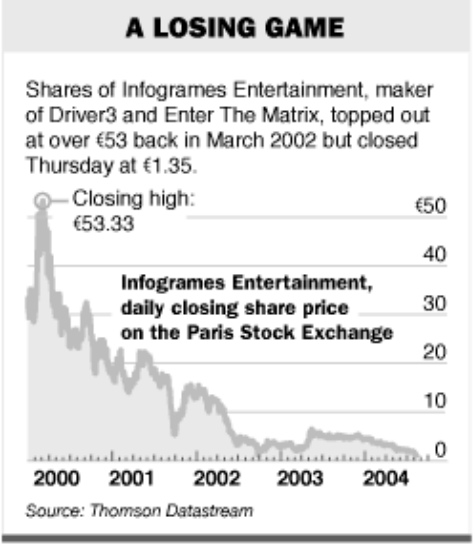
Porque cabe notar que cada una de estas historias tiene un final feliz.

Para sus ejecutivos.

Por mucho que los fanáticos nos rasguemos las vestiduras por el maltrato a uno de los grandes autores del gaming, **Konami no necesita a Kojima ni a Metal Gear para generar ingresos.** Ni siquiera al bendito pachinko. En plena pandemia la división de entretenimiento digital de Konami creció un diez por ciento[1] y representó el 70% de sus ingresos. Es más, el valor de las acciones de Konami Holdings se triplicó[2] desde la salida del creador de Metal Gear de 2015.

Ubisoft, más allá de sus escándalos y el desprecio de la crítica, **se tomó unos años y logró continuar Assassin's Creed como si Desilets no se hubiese ido.** El último juego de la serie le dio los mejores resultados fiscales[3] de su historia.

¿Y qué pasó con Infogrames?

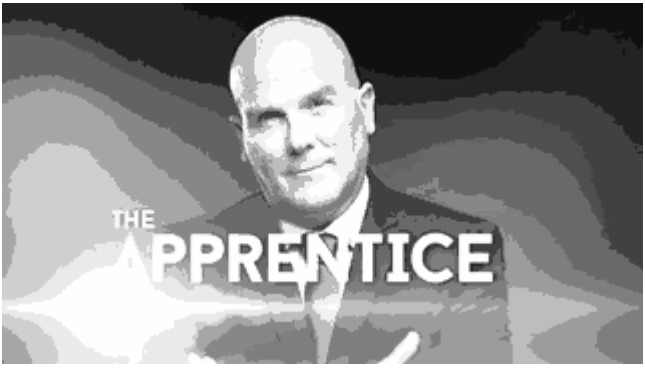


El Wall Street Journal muestra la precipitación de Infogrames.

El Wall Street Journal muestra la precipitación de Infogrames.

El éxito de Alone in the Dark y sus mediocres secuelas inspiró a Bonnell a iniciar una ola de concentración corporativa, adquiriendo todas las empresas que pudo. Primero compró estudios europeos como **Ocean**, **Gremlin** y **DMA Design**, y en 1999 se fusionó con Atari, creando un Frankenstein corporativo destinado a colapsar. Una máquina de perder plata que se convirtió en el hazmerreir de la industria. En 2007, cuando Bonnell finalmente renunció como CEO, las acciones de la empresa subieron un 24%, casi como festejando su partida. **Aún así, Infogrames perdió 70 millones de dólares ese año y para 2012 la marca que definió el gaming francés se había perdido del todo.**

Bonnell no lloró el derrumbe de su creación. Para ese momento ya estaba haciendo fortunas en el negocio de las aspiradoras robóticas, ese mismo año fue elegido presidente de la junta escolar de la prestigiosa universidad empresarial **EMLyon**, y en 2015 condujo la breve versión francesa de **The Apprentice**. Como aquel otro empresario relacionado con ese reality, también adicto a las bancarrotas, Bonnell aprovechó la cancelación de su programa para dedicarse a la política, y hoy, como diputado por Lyon, es una de las luminarias de **La République En Marche!**, el partido de **Emmanuel Macron**.



Mientras Raynal peleaba por levantar 200.000 euros en un Kickstarter, Bonnell fundió una empresa de 200 millones y se ganó el puesto de conductor de un reality de emprendedores.

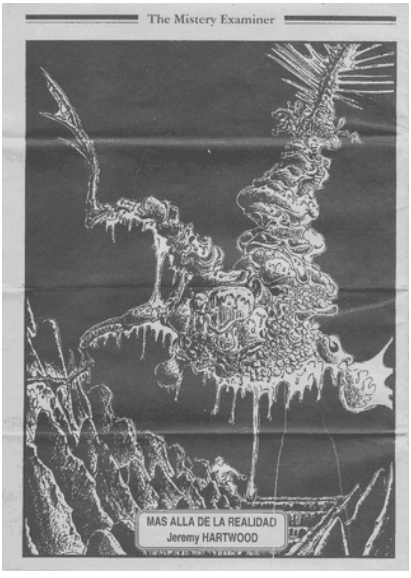
Mientras Raynal peleaba por levantar 200.000 euros en un Kickstarter, Bonnell fundió una empresa de 200 millones y se ganó el puesto de conductor de un reality de emprendedores.

Cuando vemos lo que se pierde desde el lado del consumidor, estos divorcios famosos parecen evidenciar fallos en la industria, errores de los que cualquier corporación responsable debería aprender. **Pero son todo lo contrario.** No hay falla. Es la maquinaria del capital funcionando como debe. Educando al creativo. Demostrándole quién lleva las riendas.

Si hay un patrón a reconocer en la fábula de Alone in the Dark, no está en los detalles sino en un arco que se tiene que trazar a lo largo de décadas, y que ilustra una y otra vez que **las condiciones opresivas de la industria del gaming están diseñadas para proteger a una cúpula corporativa**. Aunque afecten a sus mejores creativos, a las series que amamos, a los propios jugadores.

Ahí es donde está el sentido de contar estas historias completas. Y el sentido de tenerlas en cuenta cuando hoy leemos sobre la nueva travesura de **Ubisoft**, sobre el ajedrez financiero de **Cyberpunk 2077**, sobre las bonificaciones obscenas de **Bobby Kotick**.

Porque la verdad no está en el incendio. Está en los que quedan en pie cuando el humo se aclara.



El manual de Alone in the Dark termina con este cuadro de Jeremy Hartwood (en realidad, pintado por Yael Barroz), el habitante anterior de la Mansión Derceto.

El manual de Alone in the Dark termina con este cuadro de Jeremy Hartwood (en realidad, pintado por Yael Barroz), el habitante anterior de la Mansión Derceto.

CRONOTRIPPER (1 DE FEBRERO DE 2021)

La invención del autor: de Sid Meier a Hideo Kojima

¿Por qué la industria de los videojuegos es la única que oculta a sus trabajadores? ¿Y por qué trata a sus estrellas como descartables?



Los **videojuegos** están hechos por **gente**.

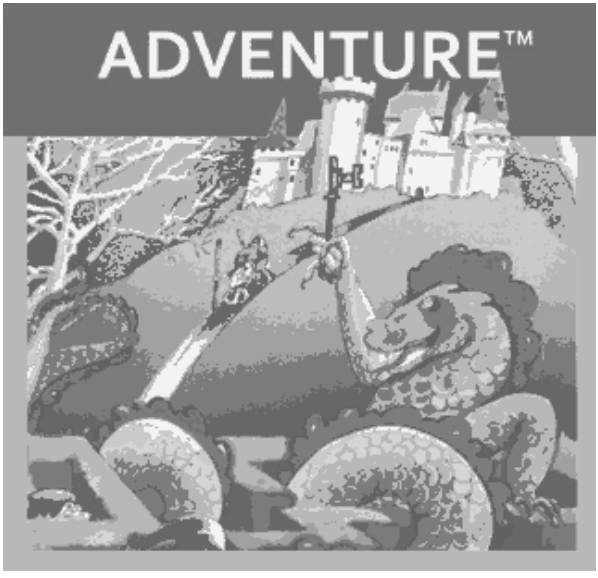
Parece ridículo tener que escribir algo así, pero desde su origen la industria del videojuego tiene el hábito **malsano** de no reconocer a sus trabajadores. El primer arcade que acreditó a su autor salió diez años después de **Pong!** (1972). La primera vez que el nombre de un **desarrollador** apareció en un juego de consola, estaba oculto en un **cuarto secreto** que su programador había creado contra la voluntad de sus

superiores. **Mobygames**, la base de datos más importante sobre videojuegos, tiene miles de títulos cargados, pero las secciones de créditos suelen estar vacías o incompletas.

Pero eso ya no es así ¿no? Hoy la industria celebra a **Hideo Kojima**, **Cory Barlog** y **Neill Druckmann**, diseñadores de culto como **Josef Fares**, personajes públicos como **David Cage**.

Es relativo, porque hay una diferencia entre el equipo que trabajó en un videojuego, el rol del líder de ese grupo, la idea del "**autor**" robada del cine y la protección que otorga la firma en la portada.

Diferencias **sutiles** que poco importan a una industria que se negó durante años a dar créditos, y cuando terminó haciéndolo, fue por **presión**, **estrategia** de marketing, o el **ego** de un creativo que no se podían permitir perder.



Portada original de Adventure (1978), el juego de la discordia.

Portada original de Adventure (1978), el juego de la discordia.

1. Mi nombre es ESCUDO

Como los cartuchos de E.T. enterrados en el desierto o la leyenda urbana de Polybius, la historia de **Warren Robinett** es una de las piedras fundacionales de la **mitología** que rodea al videojuego.

Robinett había entrado a **Atari** en 1977, el mismo año en que la empresa lanzó su **VCS** (después conocida como Atari 2600). Las ventas habían sido sólidas (250.000 unidades en su primer año) pero no suficientes como para apaciguar a sus nuevos dueños de **Warner Communications**. El primer juego del flamante diseñador fue **Slot Racers** (1978), un arcade de carreras bastante mediocre.

Buscando inspiración, Robinett contactó a uno de sus amigos de **Stanford**, quien lo invitó al laboratorio de la universidad a ver algo, para la época, espectacular. Un juego que necesitaba de una "supercomputadora" para correr, llamado simplemente "**Aventura**".



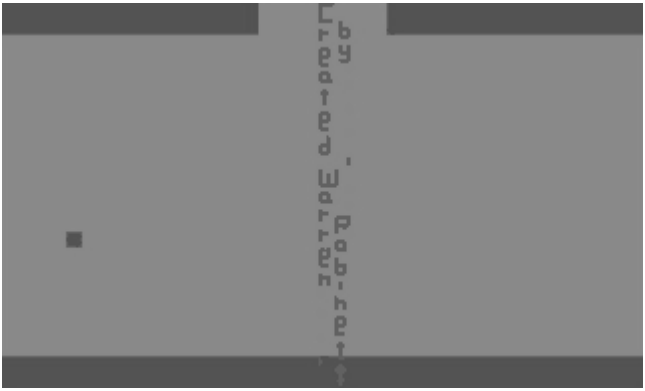
Una terminal VT100 de Unix introducida al mercado en 1978, probablemente muy similar a la que haya usado Robinett para jugar ADVENT (el juego en pantalla) por primera vez.

Una terminal VT100 de Unix introducida al mercado en 1978, probablemente muy similar a la que haya usado Robinett para jugar ADVENT (el juego en pantalla) por primera vez.

ADVENT (o Colossal Cave Adventure, o "La Aventura Original") (1975-1977) es la primera aventura de texto. **El objetivo es explorar una caverna, resolviendo puzzles y combatiendo criaturas**

fantásticas. A pesar de no ser un juego de acción y requerir teclado para tipear los comandos, ADVENT disparó la imaginación de Robinett, que se puso a trabajar en una implementación gráfica para la acorralada VCS.

En los '70s, Atari tenía lo que se llamaba una "**política de anonimidad**", diseñada para que otras empresas no supieran cuáles eran sus empleados más talentosos. Los juegos eran de Atari, y Atari era el equipo completo. Pero Robinett acababa de probar ADVENT, un proyecto distribuido de forma gratuita, que aún así muestra en cada versión los nombres de sus autores **Will Crowther** y **Don Woods**, garantizando su legado y su lugar en la historia del gaming. Frustrado con esta restricción y orgulloso de su trabajo, decidió esconder el mensaje "CREATED BY WARREN ROBINETT" en un cuarto secreto del juego, que finalmente saldría a finales de 1978 con el nombre de Adventure.

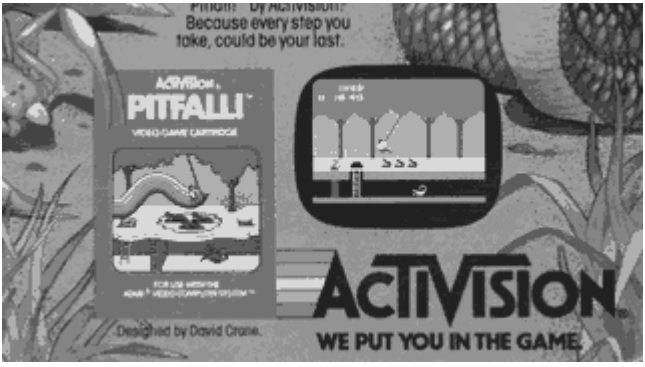


No era fácil encontrar el nombre de Robinett, pero de a poco los jugadores lo fueron descubriendo.

No era fácil encontrar el nombre de Robinett, pero de a poco los jugadores lo fueron descubriendo.

El cuarto secreto fue el primer "**easter egg**" del videojuego y la primera denuncia de condiciones laborales injustas. "*Para mí era un meta-juego con los ejecutivos de la empresa. Ellos tenían el 'poder' de sacar mi nombre de la caja. Yo tenía el 'poder' de ponerlo en la pantalla.*"

Robinett **renunció** ese mismo año, aunque no por los créditos. Mientras que Adventure vendió un millón de unidades (a 30 dólares por unidad), los desarrolladores tenían un **sueldo fijo** de 22.000 dólares, y la matemática no cerraba. Aunque Robinett se retiró temporalmente del gaming, su rebelión tuvo impacto en la joven industria cuando **David Crane**, otro diseñador de Atari, armó un plan para renunciar, llevándose a tres de sus compañeros y fundando un nuevo estudio: **Activision.**



El nombre de David Crane en una publicidad de Pitfall! de 1982.

El nombre de David Crane en una publicidad de Pitfall! de 1982.

2. Mi Nombre es PRESTIGIO

Activision fue el primer estudio "**third party**". La primera empresa que diseñó juegos para consolas de las que no era la fabricante. Entre 1980 y 1982 estuvieron al borde de la quiebra, entre **demandas** y **boicots** por parte de Atari, pero finalmente llegaron a un acuerdo, y justo a tiempo. A principios de 1982 Activision lanzó el clásico indiscutible **Pitfall!**, juego ideal para capitalizar en el éxito de la primera película de Indiana Jones.

Cuatro millones de cartuchos vendidos, cada uno **firmado** con el nombre de su creador David Crane.

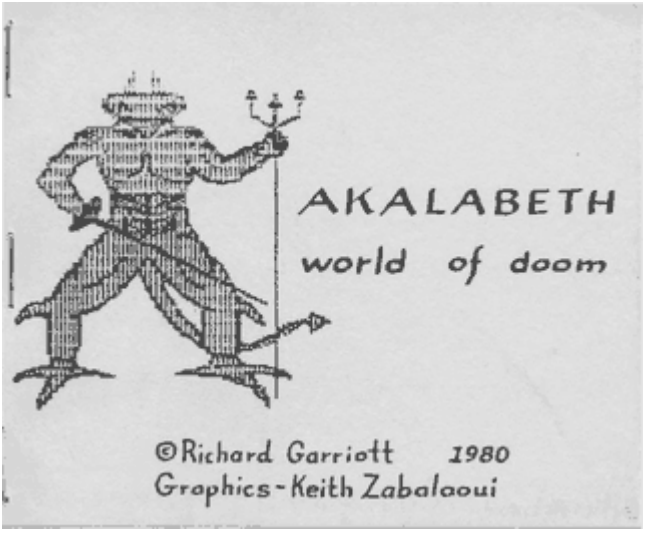


Las etiquetas se deterioran, pero el logro de Activision sobrevive: "concebido y diseñado por David Crane."

Las etiquetas se deterioran, pero el logro de Activision sobrevive: "concebido y diseñado por David Crane."

Los nombres de los diseñadores de Activision aparecían en los **cartuchos**, los **manuales**, las **pantallas** de carga y hasta la **publicidad** de los juegos. Una representación que no tuvo impacto negativo en las ventas, sino todo lo contrario. La firma del autor daba un aire de sofisticación. **Separaba al videojuego del juguete.** Activision fue una de las pocas empresas que pudo sobrevivir el colapso de la industria de 1983.

Quizás por eso fue una estrategia que pronto adoptaron distintos estudios, en especial en juegos de computadora. **Synapse**, **Broderbund**, y hasta **Infocom**, la más prestigiosa de las compañías independientes de lo que se llamaba "**ficción interactiva**", empezó a hacerlo en 1986. Casualmente, el año en que fracasaron con un enorme proyecto de **software corporativo** y los dueños decidieron vender la empresa… a Activision.



Primera edición de Akalabeth (1980). Un año después se reeditaría con una portada re metalera.

Primera edición de Akalabeth (1980). Un año después se reeditaría con una portada re metalera.

3. Mi Nombre es GANCHO

Mientras la industria "grande" se peleaba por los créditos, los desarrolladores **independientes** no iban a pedir permiso a nadie para poner su nombre en donde quisieran.

Ken y **Roberta Williams**, fundadores de **Sierra On-Line**, querían vender sus aventuras gráficas como novelas, y lo lógico era firmar cada juego. El manual de **Apple II** del RPG norteamericano **Wizardry** (1981), tiene el nombre de los autores **Robert Woodhead** y **Andrew Greenberg** impreso en cinco lugares distintos. Lo mismo pasa con **Akalabeth: World of Doom** (1980), el precursor de la saga **Ultima**, desarrollado por un **Richard Garriott** de 18 años que no sólo pone su nombre en la portada del manual y la primera página, sino también su alias de "**Shamino Salle Dacil**".

En **Inglaterra** pasa lo mismo. Los diseñadores dan por hecho que pueden poner sus nombres en la pantalla de carga. Algunos aprovechan el reconocimiento para crear personalidades míticas, marcas de autor. **Jeff Minter**, diseñador de Gridrunner y su estudio aún activo Llamasoft. Los juegos de **Mike Singleton** (Lords of Midnight, 1984), vendidos como novelas de fantasía con ilustraciones tolkienianas. Los delirios de **Mel Croucher** (Deus Ex Machina, 1984) alias "Piman", excéntrico y amado por los periodistas de videojuegos de la época.

Son distintos estilos de autopromoción, "**branding**" que ayudó a autores como **Chris Crawford** a salvar sus carreras. Crawford también era parte de Atari, donde produjo su primer gran éxito, el wargame **Eastern Front 1941** (1981), que lo convirtió en una especie de gurú, publicando uno de los primeros libros sobre diseño de videojuegos y una columna en la popular revista **Byte**.



today's me-too games.

A case in point is Chris Crawford. (See Electronic Antics, August 27, 1984.) In June 1982, Crawford had an idea for a computer game based on the relationships among people. The idea popped into his head that the operation of social processes could be compared to the behavior of atoms in a crystal. Crawford wrote an intricate algorithm — a step-by-step procedure for making software do more than just sit and stare at you — to simulate his idea. Such algorithms are at the heart of most good computer games, and as it turned out, the game Crawford ended up with, Gossip, is a very interesting idea.

"I got the idea very, very quickly, and I threw something together in Basic, just to test the algorithm," Crawford says. He got the program running in about two weeks and was fascinated by it. "I showed it to my wife — she hates games — she was really intrigued by the system," he says. "So I turned it over to a summer honor student to code it up and throw in

(If asked, Crawford will show off the game, which, like Excalibur, is in a kind of

Former Atari designer Chris Crawford believes games should allow players to win by being themselves as much as possible.

software limbo because it was developed while Crawford was at Atari, to run on

key seems to be getting the most popular member of the opposite sex to like you; then, other members of that gender will try to be popular by liking you, too.

It's a complex notion and a little unnerving. It's a bit like the hubbub before a high school prom, when girls boast about how many swains invite them to the prom, or guys boast about how many girls said yes. It's not exactly good social training, but it's an intriguing change from the rest of gaming fare.

With eight players, the game becomes nearly impossible to beat; it's difficult to please everybody, and if you try, you can end up pleasing nobody. Crawford throws in "Cupid's arrows" to allow the gamer to increase magically someone's liking for the gamer, but the arrows are few. The game is also a bit like a detective game; you can cut away to a "situation screen," a grid containing all the players and how they feel about each other. Everywhere the emotion has been revealed in a small, animated

El brillante Chris Crawford, fundador de la GDC, en uno de los dos perfiles que publicó la revista Infoworld y que indirectamente salvaron su carrera.

El brillante Chris Crawford, fundador de la GDC, en uno de los dos perfiles que publicó la revista Infoworld y que indirectamente salvaron su carrera.

Como casi todos sus colegas, Crawford fue despedido de Atari en 1984, luego del colapso de la industria. Durante meses trabajó de forma independiente en un juego propio para **Macintosh**, un alegato antiguerra llamado **Balance of Power** (Equilibrio de Poder) que por su naturaleza ecléctica no lograba venderse. Moviento hilos como pudo,

Crawford logró[1] que la revista **Infoworld** escriba un perfil[2] exaltando el todavía inexistente juego (que en ese entonces tenía el nombre de **Arms Race**) y casi desafiando a la industria a que contrate a este inconformista.

Un productor joven del recién fundado estudio **Mindscape** vio el perfil y convenció a su jefe de apostar por el creativo, resaltando el nombre de Crawford en la portada del juego como si de una novela de **Tom Clancy** se tratase. La apuesta funcionó cuando el prestigioso **New York Times** publicó una crítica del juego firmada por un ex oficial de defensa norteamericano. El aura de prestigio como gancho comercial.

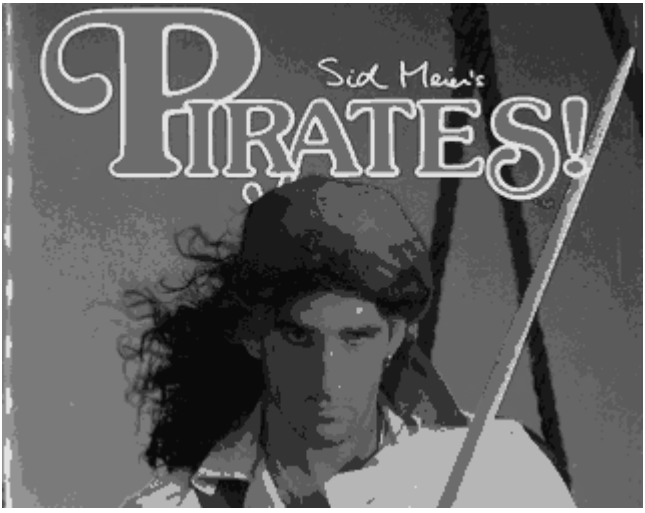


Sid Meier's Civilization VII

Son pocos los nombres que podían vender un videojuego en los ‘80, y hoy uno solo tiene tanto peso como para aparecer en la portada de cada una de las producciones de su estudio: el de **Sid Meier** (Civilization, Pirates, Railroad Tycoon).

A diferencia de los accidentes de Crawford (o el saludable ego de los desarrolladores de RPGs) lo de Meier fue calculado. Según **“Wild” Bill Stealey**, fundador del estudio donde Meier trabajaba, la idea fue del actor **Robin Williams** (uno de los gamers más famosos de Hollywood), que en un evento sugirió que la razón por la que los videojuegos no tenían el impacto cultural que merecían era porque se negaban a promover a sus estrellas por su nombre, como hacía el cine o cualquier otra industria del entretenimiento.

En su **autobiografía** Meier tiene otra explicación, no menos interesante. Después de años de programar simuladores de vuelo, Sid estaba **harto** del género y quería experimentar con algo más original, más libre, y se decidió por una aventura no lineal de piratas en el caribe. Stealey refunfuñó, pero terminó aceptando con la condición de que el nombre de Meier estuviese en la portada. "*Pongamosle los Piratas de Sid Meier o lo que sea, así la gente que compró F-15 va a saber que sos vos, y lo va a comprar... igual.*"



Si no vendía la firma de Sid, vendería el pirata sexy.

Si no vendía la firma de Sid, vendería el pirata sexy.

En **Japón** el tema es mucho más complicado. Aunque los estudios pequeños suelen acreditar a sus desarrolladores, los más grandes mantuvieron a sus equipos secretos durante décadas. Algunos, como **Capcom**, los obligaban a usar seudónimos. Otros, como **Namco**, tenían contratos que prohibían que los desarrolladores dijeran que habían participado de un juego, aún después de dejar de trabajar en la empresa.

Por supuesto que el gaming tenía sus superestrellas, personajes carismáticos como **Shigeru Miyamoto** (Super Mario Bros.) o **Toru Iwatani** (Pac-Man) que cumplían (o siguen cumpliendo) roles de marketing a lo Disney dentro de sus respectivas compañías. Y aunque autores como **Goichi Suda** ("SUDA51", Killer7) y **Hidetaka Suehiro** ("Swery", Deadly Premonition) han ganado fama internacional, ningún diseñador japonés tiene el reconocimiento popular de **Hideo Kojima**.

Aún así, no fue fácil. En 2001, Kojima tenía más de 15 años en **Konami** y a pesar de que había producido éxitos como **Snatcher** (1988) y la saga **Metal Gear** (1987-2015), recién ese año la empresa finalmente aceptó poner su nombre en la portada de **Metal Gear Solid 2: Sons of Liberty.**



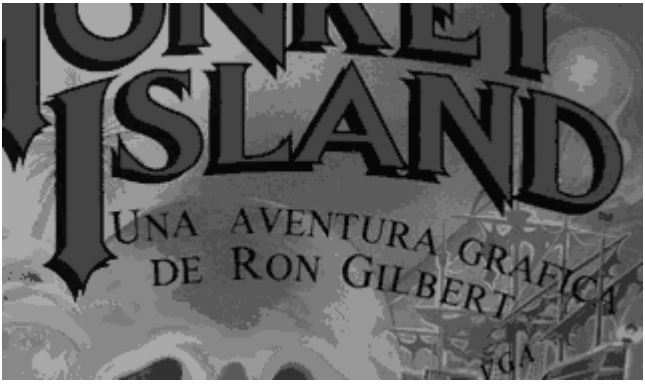
El nombre de Kojima, lo más chiquito que Konami podía.

El nombre de Kojima, lo más chiquito que Konami podía.

Más que una marca de prestigio, para Kojima era un amuleto de protección. Cuando 14 años después Konami decidió cortar lazos con Kojima, lo primero que hizo fue borrar el nombre del autor de la portada de su último juego con la empresa, **Metal Gear Solid V: The Phantom Pain** (2015). Pero la marca era Kojima, y cuando **Sony** aceptó financiar su primer juego independiente **Death Stranding** (2019) lo anunció con la fanfarria de un equipo que firma el pase de **Messi**.

Pero sin minimizar el trabajo de Kojima… **¿hasta qué punto Metal Gear Solid 2 es un juego "suyo"?** Cualquier fanático de Metal Gear sabe de la importancia del director de arte **Yoji Shinkawa** o de su mano

derecha **Yoshikazu Matsuhana**... ¿qué pasa si el concepto del autor oculta las contribuciones del equipo y termina siendo tan restrictivo como la "política de anonimidad" de Atari?



El crédito de Ron Gilbert se repite hasta en las versiones internacionales.

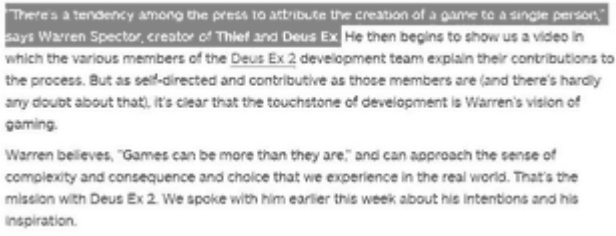
El crédito de Ron Gilbert se repite hasta en las versiones internacionales.

4. Mi Nombre es MARCA

Sid Meier's Pirates! (1987) tiene un diseñador y un desarrollador: Sid Meier. **Arnold Hendrick** colaboró con la investigación y diseño de ciertos escenarios históricos, y un equipo de cinco o seis artistas y sonidistas colaboraron con los aspectos audiovisuales. Es casi indiscutible que Sid Meier es el autor del juego.

Pero los equipos se hicieron más grandes y las contribuciones más difíciles de separar. La portada de **The Secret of Monkey Island** (1990) dice que es "un juego de **Ron Gilbert**", pero sabemos que **Tim Schafer** escribió largas secciones, **Dave Grossman** muchos de los diálogos, **Noah Falstein** algunos de los puzzles, y la mecánica más famosa del juego, los duelos de piratas, fue una creación del escritor **Orson Scott Card**.

Hay un artículo famoso en el periodismo de videojuegos. Una nota[3] de **IGN** de 2001 que empieza con esta maravillosamente redundante frase: "'*Hay una tendencia en la prensa a acreditar la creación de un juego a una sola persona', dice Warren Spector, creador de Thief y Deus Ex*."



"There's a tendency among the press to attribute the creation of a game to a single person," says Warren Spector, creator of **Thief** and **Deus Ex**. He then begins to show us a video in which the various members of the Deus Ex 2 development team explain their contributions to the process. But as self-directed and contributive as those members are (and there's hardly any doubt about that), it's clear that the touchstone of development is Warren's vision of gaming.

Warren believes, "Games can be more than they are," and can approach the sense of complexity and consequence and choice that we experience in the real world. That's the mission with Deus Ex 2. We spoke with him earlier this week about his intentions and his inspiration.

Un gran **furcio**, que esconde un par de detalles a tener en cuenta. El resto del artículo intenta contradecir amablemente a Spector, sugiriendo que la frase del director es pura falsa modestia ya que él es el que tomó las decisiones clave en el juego en cuestión (**Deus Ex: Invisible War**, 2003). Pero Spector es un veterano que sabe que los créditos pueden ser mentirosos.

En 1989 Spector desarrolló la idea original de **Worlds of Ultima: Savage Empire**, un spin-off de la serie Ultima ambientado en historias "**pulp**" al estilo de **Doc Savage.** Spector es el autor del documento de diseño original de 20 páginas, pero en la portada el crédito de "autor" lo recibe el papá de la franquicia. Richard Garriott, el mismo adolescente que había firmado ocho veces su primer juego en 1980 y que no escribió una sola letra de Savage Empire.

Parte del problema es el eterno error de usar conceptos del cine y la literatura para describir los roles de un videojuego. **El autor de una novela es aparente mientras que en el cine, la idea de "autor" no es literal**, sino que viene de una teoría que ha tenido proponentes y detractores a lo largo de la historia, en especial a la hora de hablar de películas en las que el director y el guionista no son la misma persona.

Por lo tanto, la prensa de videojuegos moderna es reacia a hablar de autores. Pero la solución podría ser peor que el problema.



"L'editó", el nombre por el que se conoce dentro de Ubisoft al todopoderoso grupo editorial. La foto es de 2014 y todavía incluye a Serge Hascoet, hoy despedido luego de múltiples denuncias de acoso laboral.

"L'editó", el nombre por el que se conoce dentro de Ubisoft al todopoderoso grupo editorial. La foto es de 2014 y todavía incluye a Serge Hascoet, hoy despedido luego de múltiples denuncias de acoso laboral.

5. Mi Nombre es NADIE

La prensa siempre va a necesitar una forma de acreditar autoría, una firma que humanice a una obra. **Si el autor no es una persona, entonces será un estudio.**

Pero lo que parece democrático en la superficie termina volviendo a la idea de los desarrolladores reemplazables de Atari, quitando la **mínima protección** por la que pioneros como Robinett y David Crane lucharon en su momento y que permitió a Kojima o Sid Meier continuar sus marcas personales luego de conflictos laborales que los alejaron de sus estudios originales.

Aún así, hoy es casi imposible ver el nombre del director en la portada de un juego. Corporaciones como **Ubisoft** trabajan con un comité creativo en el que todas las decisiones nacen de un brainstorming. Los grandes estudios rotan a los creativos que dan entrevistas para que ninguno de ellos se relacione directamente con un

éxito. Así la empresa puede reciclar su equipo sin dar explicaciones. No es lo mismo el Konami que hizo **Metal Gear Solid** (1998) que el que hizo **Metal Gear Survive** (2018) veinte años después, pero el logo es igual.

La figura del autor como genio creativo es un facilismo que los mismos directores buscan evitar. A pesar de las críticas a su ego desmedido, uno de los giros estilísticos más generosos de Kojima en Metal Gear Solid V, su último juego para Konami, fue el de mostra**r una secuencia de créditos** en cada misión exaltando el trabajo de cada uno de sus colaboradores.



Y aunque pueda parecer irritante o confuso, quizás la respuesta esté ahí. Cuando un redactor de cine escribe sobre un personaje, pone el nombre del actor entre paréntesis, un recurso tan común que no necesita explicación. Hoy cada juego tiene una página dedicada a los créditos, y no es difícil para el redactor que escribe un análisis o una review listar los nombres de al menos los líderes de áreas de historia, sonido, dirección de arte.

O no sería difícil, si no fuese porque **la acreditación sigue siendo un punto flojo de la industria**. La mayoría de los grandes estudios, por ejemplo, tienen la política de acreditar solamente a los empleados que siguen en la empresa cuando el juego sale a la venta. Si un empleado trabajó durante cinco de los seis años de desarrollo de **Red Dead Redemption 2** (2018), su nombre no está en los créditos[4] de la edición comercial.

> *@tha_rami: It's a little ridiculous that an entire field in games has to ask to be credited properly but yes, credit properly. https://twitter.com/tha_rami/status/1356001387306508288*[5]

Pasa todo el tiempo. Mientras escribo este artículo leo en **Twitter** a **Rami Ismail** (cofundador de **Vlambeer** y un activista incansable en pos de mejores condiciones laborales en la industria) replicando la queja de una localizadora que está harta de no ver su nombre en los créditos. Trabajo tercerizado que las mismas empresas prefieren no acreditar, por el eterno terror de la industria a que sus diseñadores se independicen.

El primer juego comercial, **Space War**, salió en 1971. El gaming comercial va a cumplir cinco décadas. No hay uno solo de esos 50 años en los que la industria no haya caído en sobretiempos forzados, abusos de poder y esta constante falta de reconocimiento a los hombres y mujeres que desarrollan sus productos.

Confiar en la generosidad del patrón parece una pésima estrategia, y sería hasta poético que este 2021 sea el año en el que por fin la sindicalización equipare un poco el poder en la industria.

CRONOTRIPPER (16 DE ENERO DE 2024)

Lo contrario del silencio: Theresa Duncan y el makeover perpetuo

Fue la reina punk feminista del gaming infantil de los ‘90. Una década después puso fin a su vida. Hoy se la celebra como la pionera que fue, pero la canonización sofoca lo más interesante de su obra.



Theresa Duncan murió el 10 de julio de 2007 en el departamentito en que vivía, ubicado en el piso de arriba de la rectoría de la iglesia de St. Marks en New York. Junto a su cuerpo había un frasco vacío del antigripal Tylenol PM, una botella también vacía de champagne y una carta que terminaba con la frase “*Los amo a todos*”. Una semana después, **Jeremy Blake** escribió su propia carta en la parte de atrás de una tarjeta personal, la dejó junto a su ropa y su billetera en la arena de Rockaway Beach y se sumergió en el océano Atlántico para nunca más salir. La carta solo decía “*me voy a unir a la bella Theresa*”.

Duncan tenía 40 años, Blake 35 y estaban en pareja hace 12. En los '90 Duncan había conquistado el "**Silicon Alley**" neoyorquino con un trío de videojuegos para Windows y MacOS orientados al público femenino, que rompían los arquetipos de un mercado que aún hoy es esquivo para la industria del gaming. El arte de Blake para los juegos de Duncan había impresionado a los ejecutivos del recién fundado estudio **Rockstar**, que lo contrataron para que diseñara su hoy icónico logotipo en 1998. A finales de la década Duncan y Blake colaboraron en el cortometraje animado "**The History of Glamour**", que fue seleccionado para la prestigiosa bienal Whitney de arte contemporáneo. Poco tiempo después esta pareja joven, exitosa, irresistible saltó a Hollywood, donde las cosas no salieron como esperaban y de donde habían regresado en los primeros meses de ese 2007 para buscar una reinvención que nunca llegó.



La prensa cultural norteamericana cubrió con intensidad voraz la tragedia de Duncan y Blake. Vanity Fair los llamó *"los suicidas dorados*[1]". LA Weekly publicó una historia[2] firmada por una conocida de Duncan en la que básicamente se le responsabilizaba por la decisión de Blake. Newsweek esbozó una teoría[3] sobre Internet, la alienación y

la pérdida de identidad en los entornos digitales. Pero los lectores de "**The Wit of the Staircase**", el popular blog de Duncan, tenían su propia explicación[4]: esto no era más que un **ARG** - juego de realidad alternativa - la última provocación de una brillante artista multimediática.

Lo que a simple vista parecería un delirio salido de un fandom incapaz de procesar el duelo tiene su contexto. Los ARG, narrativas interactivas que se mezclan con el mundo real y utilizan distintos medios (video, blogs, redes sociales) para contar historias inmersivas, estaban de moda en 2007 gracias a iniciativas como I Love Bees[5] (promoción de **Halo 2**) y la entonces recién concluída experiencia Year Zero[6] que promocionaba el nuevo disco de **Nine Inch Nails**. Con algo de pensamiento mágico, los posteos del blog de Duncan podían leerse como migas de pan, pistas que podían llegar a culminar en, quizás, un final feliz para la pareja.

El otro factor que hizo que periodistas serios[7] tomaran esta teoría en cuenta, aunque fuese momentáneamente, era el estilo de la misma Duncan, que llenaba sus juegos, cuentos y películas de elementos autobiográficos y, de paso, **amaba difuminar la línea entre realidad y ficción en su propia vida.**


Theresa Duncan, Smartypants software creator for Turn Nicholson Associates.

launched a new company, Purple Moon, in San Mateo, California, that will release, late this year, PC games for girls ages 7 to 12.

and comic scenes about romance, friends, school, part-time jobs and shopping. The game teaches girls to balance their playtime at the mall with homework

based on a well-known book character with a significantly more wholesome reputation: Nancy Drew.

Barbie And Beyond

Linking games to a brand name provides a safety net for game developers who are still puzzling out just what girls want. It guarantees some consumers will pick up the box and, presumably, buy it because they're already familiar with a popular brand or well-known icon. Mattel had long licensed its Barbie to video-game maker Hi Tech Expressions in New York, but took back the license last year to create games designed around more traditional female play patterns.

Doug Glen, president of Mattel Media, says that as the father of three daughters, he's been frus-

Duncan, por **inseguridad, picardía o performance**, tenía el hábito de mentir en entrevistas sobre su edad, sus credenciales académicas o el estado de sus distintos proyectos cinematográficos, mientras que su blog construía una narrativa con ella en el centro que hacía referencias oblicuas a una "**Sociedad Lunar**[8]" que mezclaba fantasía y realidad, a rivalidades con artistas y críticos, y a anécdotas incomprobables que jugaban con la credulidad del lector.

La fantasía del ARG se debilitó con el pasar de los días y se terminó de derrumbar luego del hallazgo del cuerpo de Blake, cuatro días después de su desaparición. Pero las ficciones no se acabaron ahí.

Cada actor secundario de las vidas de Duncan y Blake aprovechó los meses posteriores al doble suicidio para rendir homenajes, dar opiniones o revelar su lado de la historia. La nota de Vanity Fair se convirtió en un guión del escritor **Bret Easton Ellis** que **Gus Van Sant** aún está considerando dirigir. Blake, por su parte, dejó una obra extensa e influyente que es parte de las colecciones permanentes de varios museos del mundo y sigue siendo expuesta regularmente: sus últimas exhibiciones son de 2018.

Durante años el eslabón perdido fue la obra de Duncan. Tres CD-ROMs interactivos que quedaron en el limbo típico de la industria de videojuegos y su fobia a la preservación: los estudios que los produjeron ya no existen, el software no es compatible con nuevos sistemas, y aunque lo fuera, no tienen distribución digital autorizada. Por eso, la prensa especializada celebró en 2015 la iniciativa de la organización **Rhizome**[9] de rescatar los tres juegos de esta pionera y hacerlos nuevamente jugables en una plataforma web.



Edición de Rhizome de los tres CD-ROMs de Duncan

Edición de Rhizome de los tres CD-ROMs de Duncan

Los juegos de la era CD-ROM de principios de los ‘90 tienden a ser cápsulas de una época en la que el gaming y el cine se entrelazaron sin mucho éxito: mecánicas simples, historias esquemáticas, secuencias de video de dudosa calidad. La sorpresa es que los juegos de Duncan y Blake no son objetos simples, sino que se vuelven tan difíciles de clasificar como su autora. **Escandalosos, caóticos, tan imaginativos como perturbadores.**

Si el objetivo del rescate era elevar a una artista al rol de precursora o modelo a seguir, la misma obra - tan vibrante como el día en que salió - parece desafiar la mera canonización. Son experimentos que desafían tanto el formato del videojuego como la codificación de género y subvierten el contenido educativo que pretenden tener. Son animales salvajes, espacios pantanosos que se deforman y conectan de maneras inesperadas.

Para explorarlos se necesita un mapa. Y lo más parecido a un camino lineal que sirva de prisma para entender la obra es explorar la vida de una artista que parecía tener la capacidad de absorber, procesar y transformar la propia realidad que la rodeaba.

1. Chop Suey

A primera vista **Chop Suey** (1995) no se diferencia de los cuentos interactivos infantiles en CD-ROM que estaban de moda en esa época. Luego de una colorida secuencia de créditos, el jugador conoce a las hermanas **Bugg**, dos niñas que descansan en el pasto después de una panzada en el restaurante chino Ping Ping Palace. El juego comunica lo que está pasando a través de una narración relajada en el estilo radial estadounidense, que habla de las dos hermanas en tercera persona ("*Lily y June Bugg dormitaban entre las flores*") a diferencia de la segunda que se suele utilizar en estas historias interactivas ("*estás en una colina con vista al lago*"), lo que sugiere que no controlamos a nadie en el juego sino que simplemente estamos experimentando esta tarde soleada junto a Lily y June.

El narrador (**David Sedaris**, hoy un famoso monologuista y escritor) describe la conversación casual entre las dos hermanas mientras, a través de sus ojos, vemos nubes con formas divertidas, flores a las que bautizan con nombres improvisados y su casa color de rosa en la distancia. El estilo visual está entre el cómic independiente, el colorido naif del arte folk y la estética grotesca de las series de **Nickelodeon** y **Cartoon Network** de los '90.

Luego de la introducción el jugador es libre de recorrer el pueblo de **Cortland** (Ohio) sin muchas limitaciones, y visitar distintos destinos a través de un minimapa tan colorido como la secuencia inicial. La interacción con el juego es similar a la de cualquier aventura gráfica "point and click" en primera persona: como el nombre indica, se apunta y se cliquea. Cada pantalla esconde personajes entrañables con los que conversar, secretos para descubrir y minijuegos a destrabar.

Hasta este punto Chop Suey podría ser una versión ligeramente más estimulante de CD-ROMs como la serie de "**Arthur**" o su clara inspiración, la colección "**Busytown**" de adaptaciones del autor infantil Richard Scarry. No es difícil entender por qué su reedición fue tan bien recibida, ya que parece estar en la línea de la estética llamada "**wholesome**" del indie moderno: juegos no-violentos, inclusivos, que transmiten una sensación de paz, libertad y confort.

Pero esta mirada del juego se complica con una visita al cuarto de la tía Vera, en el piso de arriba de la casa de June y Lily. *"La vida de la tía Vera era una larga serie de historias mágicas, como perlas brillantes y opacas en un largo, largo collar*" dice el texto que recibe al jugador a este ático atestado de recuerdos en el que se destaca una foto de la rubia tía en un escenario luminoso, usando un body que deja ver sus enormes piernas y zapatos de taco alto. En el desorden de la habitación se pueden ver perfumes, cajitas de música, más fotos y un banquito sobre el que hay una postal enmarcada de la ciudad de New York.

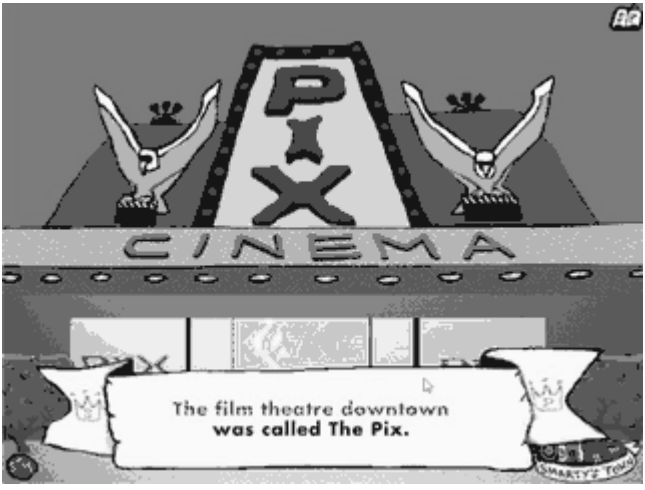
A través de los objetos el jugador entrelaza las historias del "largo collar" de la tía Vera, que hacen que June y Lily se transporten a una New York imaginaria con "*chicas gordas con monos de mascota y tiendas con diamantes tan grandes como galletitas Oreo*". Las ilustraciones acompañan el tono pícaro de ensueño de las hermanas con versiones infantiles de imágenes que cualquier adulto puede identificar como **casinos, gigolós en bata, chicas del can-can** y hasta una botella de champagne con el cartel "Fancy Water" ("agua elegante").

Las sorpresas del cuarto de tía Vera no terminan con el viaje astral de las hermanas. La postal de New York invoca un video real en blanco y negro de las **rockettes** del Radio City Music Hall en los años '30. Una ilustración estilo cubista muestra a Vera coqueteando con un hombre misterioso entre cigarrillos y alcohol. El espejo transporta a las hermanas a una tarde de juegos con la tía en el pasado, en la que una de las pocas voces que no pertenecen al narrador canta "*You needn't be so mean, babe*", leitmotif de la novella "**Franny & Zooey**" de J.D. Salinger.

Y hay más. El armario esconde vestidos, zapatos y estolas de visón que llevan a Lily y June a distintos puntos de la vida de Vera, algunos insoportablemente melancólicos como un momento en el que la tía, ya mayor, ve desde un sofá una escena de "B**aby Doll**" (1956) en la que **Carroll Baker** (actriz de fama fugaz que nunca pudo desencasillarse de este rol de inocente mujer fatal) intenta defenderse de hombres que la acusan de ser una rubia tonta.

Al salir del cuarto de tía Vera, en una nube de Picasso, Salinger, Baker y la noche neoyorquina, es imposible no pensar... **¿Cuál es el público al que apunta Chop Suey exactamente?** No es raro que obras

infantiles escondan referencias sutiles a contenido adulto, pero la forma en la que June y Lily intentan comprender la agitada, emocionante vida de la tía Vera no está vetada por un departamento de marketing o filtrada por una perspectiva psicopedagógica. Tampoco es un error. Es una visión audaz, juguetona, pero consciente de lo que propone. **Para Theresa Duncan ninguna decisión creativa era un accidente.**



El cine Pix, del segundo CD-ROM de Duncan Smarty (1996), está basado en la sala del mismo nombre en su pueblo natal.

El cine Pix, del segundo CD-ROM de Duncan Smarty (1996), está basado en la sala del mismo nombre en su pueblo natal.

Duncan nació en 1966 en **Lapeer** (Michigan), un pueblito de 10.000 personas que años después comparó[10] con la ciudad en decadencia de "**La Última Película**" (1971): "*un lugar increíblemente aburrido salpicado de intrigas sociales de corte barroco*". Su padre trabajaba en una fábrica, su madre en una verdulería, su casa estaba en una zona de granjas a kilómetros del centro del pueblo y sin vecinos cercanos. Su mayor referente era **Margaret Lundgren**, su abuela materna: una artista y maestra jubilada que la había motivado a leer el diccionario de principio a fin, enamorándose del sonido de las palabras.

En su adolescencia Duncan no era Theresa sino "**Tracy**", un nombre más suave para una chica que parecía residir mentalmente a años luz de donde le había tocado vivir. Pasaba todo el tiempo que podía leyendo libros y revistas, y aunque estaba distanciada de la vida social de Lapeer no era exactamente un ratón de biblioteca. "*Theresa era alta, rubia y extraordinariamente bella, pero más que eso, era una erudita autodidacta*," escribió[11] su madre Mary años después, en un blog dedicado a su memoria, "*intimidante por su amplio intelecto, ingeniosa, sarcástica, trabajadora y decidida a triunfar: una feminista de labial rojo y zapatos de diseñador.*"

A los 19 años Duncan abandonó Lapeer con 80 dólares en su billetera para triunfar en la gran ciudad. O lo más parecido que tuviera cerca, que resultó ser **Detroit**.

A simple vista no hay nada particularmente feminista o glamoroso en esta ciudad industrial que relacionamos con la producción automotriz en masa de Henry Ford y su declive económico de la segunda mitad del Siglo XX, pero Duncan encontró rápidamente almas gemelas en el mercado de libreros y coleccionistas. Su carisma y su bibliofilia la hacían una empleada perfecta para locales de libros usados, aunque como cuenta[12] su ex-jefe, mentor y amigo hasta el final **Cary Loren**: "*no era la más puntual ni la más confiable, pero siempre la pasabas bien con ella*".

Las tribus literarias de Detroit resultaron adictivas para Duncan. En su blog, en 2005, identificaba[13] puntos en común entre la ciudad de los motores y su morada de entonces, Los Ángeles: *"La cultura es secundaria en ambas ciudades, las dos tienen su propio subgénero del noir y las dos son ciudades en expansión donde nadie te oye gritar. Y, sin embargo, ambos lugares me parecen indescriptiblemente glamorosos, inciertos y misteriosos, infinitamente extraños e iterativos, como si la calle que hay detrás tuyo estuviera siendo reemplazada por otro decorado mientras manejás*".



Duncan en Paris, en 1995 (del blog de su amigo Blake Robin)

Duncan en Paris, en 1995 (del blog de su amigo Blake Robin)

Duncan vagaba sin rumbo en Detroit absorbiendo todo lo que podía, empezando carreras que abandonaba a los pocos meses y armando una especie de pénsum literario personal que se centraba en los poetas malditos franceses: **Rimbaud**, **Baudelaire**, **Mallarmé**. Cada vez que podía usaba su poco dinero para viajar a París. Loren, que había empleado a Duncan como asistente en su librería **Book Beat**, recuerda con afecto su personalidad de coleccionista obsesiva. Una recolectora de libros, postales y perfumes que llenaba de souvenirs cada rincón de su monoambiente de Oak City, casi como un boceto de lo que años después sería el cuarto de la tía Vera.

En 1989 Duncan decidió irse a pasar la noche en el cuartito del fondo de Book Beat después de una fiesta. Durmió en la oficina de su jefe y le vomitó el escritorio. Loren la despidió con toda la amabilidad que pudo y Theresa enfiló a un nuevo destino: **Washington, D.C**, donde un amigo de la familia le dió trabajo en una tiendita de antigüedades.

El ambiente cultural de la capital de Estados Unidos era algo más estimulante, en especial la movida musical que rodeaba a influyentes **bandas hardcore post-punk** como **Fugazi** y **Bikini Kill**: experimentales, autogestionadas, anti-industria. Durante sus primeros años en la ciudad, Duncan se movió en esa escena, sumando a su colección

perfumes, libros, carreras abandonadas, parejas ocasionales y un nuevo trabajo como recepcionista en un startup multimedia con el nombre de **Magnet Interactive**.



De un perfil de 1995 de Magnet Interactive en la revista del Washington Post

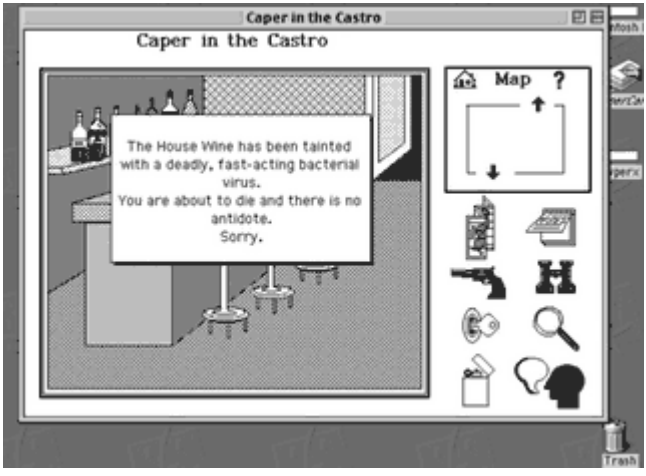
De un perfil de 1995 de Magnet Interactive en la revista del Washington Post

La etiqueta "**multimedia**", como hoy pueden ser "**AI**" o "**blockchain**", representaba a principios de los '90 una representación difusa de lo que podía ser el futuro de la tecnología. A la penetración cada vez mayor de computadoras personales en el mercado norteamericano se sumaron las posibilidades del soporte CD-ROM, formato que almacenaba **el equivalente a unos 500 diskettes** y era barato y simple de reproducir. Pero había que llenar esos 640 megabytes de algo, y lo que parecía natural en el momento era producir video, audio e imágenes en alta calidad. Múltiples medios a los que había que darle alguna forma. De galería, de enciclopedia, o por ahí de videojuego.

Los primeros productos disponibles en CD-ROM eran tours virtuales por museos o películas o con extras similares a las que se verían unos años después en formato DVD. Nada que fuera a causar una revolución en el mercado o la cultura. Pero Magnet soñaba desde

Washington con Hollywood y Silicon Valley. La agencia era una creación del millonario libanés **Basel Dalloul**, que la había fundado en 1989 como una empresa de diseño gráfico pero que se había subido desde temprano a la moda multimedia, colaborando con empresas como Warner, Discovery y Dow Jones y preparando un ambicioso proyecto llamado "**Beyond the Wall**" que giraba alrededor de los Veteranos de Vietnam.

Desde la tiendita de antigüedades en la que trabajaba, Duncan había pasado a trabajar en la recepción del Banco Mundial, dando sus primeros pasos en la incipiente Internet. No solamente los primeros protocolos pre-HTML como **Gopher**, que abrían nuevos caminos para el estilo de investigación personal e independiente que amaba, sino los **MUD** (Multi-user Dungeon), ancestros de los juegos de rol en línea que se jugaban desde una interfaz de texto al estilo de las aventuras de Infocom. Pero el programa favorito de Duncan no era un juego sino **Hypercard**, una aplicación de MacOS que permitía realizar experiencias interactivas sin conocimiento de programación. La usaba para hacer tarjetas creativas de San Valentín.



Hypercard no estaba diseñado para programar juegos, pero varios desarrolladores crearon experiencias interactivas en esa plataforma, como Caper in the Castro , considerado el primer juego GLBT.

Hypercard no estaba diseñado para programar juegos, pero varios desarrolladores crearon experiencias interactivas en esa plataforma, como Caper in the Castro , considerado el primer juego GLBT.

Washington en 1993 no era exactamente un polo de producción audiovisual, y pronto Magnet empezó a buscar carne fresca entre los músicos, periodistas y artistas relacionados con la escena hardcore. Duncan, a pesar de sus nulas credenciales académicas, encajaba en el perfil "**cool**" que la empresa buscaba, y aunque empezó atendiendo teléfonos, pronto estaba colaborando con el proyecto de Vietnam como asistente de producción. Ni bien pudo recomendó que contrataran como fotógrafa a **Monica Gesue**, una ex compañera del Banco Mundial. Gesue y Duncan conectaron de inmediato en el campo creativo. Al fin y al cabo las dos habían crecido en casi idénticos pueblitos del medio oeste norteamericano, refugiándose en los libros ilustrados de **Dr. Seuss** y **Shel Silverstein**.

Duncan y Gesue diseñaron Chop Suey en media hora. Se escaparon a un café en la hora de almuerzo con papel, lápiz, y la idea vaga de contar la historia de sus infancias. Con esos bocetos en la mano, Theresa se metió a la oficina de Dalloul y salió con un contrato para producir un cuento interactivo en CD-ROM con **un presupuesto de 80.000 dólares**, inimaginablemente alto para el desarrollo de videojuegos de la época.



tor and
-known
is criti-
M titles
nly dis-
hem, it

y on a
tmore.
l solu-
led in-
trange
e bolt-
r . . ."

banks
ie to a

Chop Suey co-creator Monica Gesue.

After sev
Magnet no
subsidiarie
Magnet Int
serves corp
ing Kellogg,
Black Enter
and is incre
Web site d
ment. Anot
nologies, b
and to lice
nesses. Th
Magnet Inte
duces consu
other comp
der their ov

Ni Duncan ni Gesue habían hecho un juego antes. Magnet tenía un par de empleados con experiencia en la industria (entre ellos **Lawrence Schick**, veterano de Coleco y hoy director narrativo de **Baldur's Gate III**) pero el CD-ROM era un terreno extraño entre el gaming y las ramas no lineales del **hipertexto**. El proceso creativo fue caótico y el desarrollo se estiró a lo largo de dos años.

Al principio la división era clara. Gesue ilustraba, Duncan se encargaba de los textos, y los programadores de Magnet traducían estas ideas a la plataforma **Macromedia Director** (heredera ligeramente más avanzada de Hypercard). Pronto necesitaron más gente, y Theresa reclutó a todos los conocidos de la escena hardcore que pudo, como el baterista **Brendan Canty** de Fugazi para el sonido, y el músico **Ian Svenonius** como ilustrador. El proyecto había empezado como un dúo entre amigas, pero para 1995 era un monstruo que sólo Duncan podía manejar, en una pulseada constante por control creativo que agotaba a Gesue: "*El CD-ROM parecía un medio perfecto para una narrativa no lineal, que también me interesaba. Pensaba que iba a ser un proyecto muy divertido y fácil de hacer, pero ¡cómo me equivoqué!*"

Años después, en una entrevista para un libro[14] sobre género y videojuegos editado por **Justine Cassell** y **Henry Jenkins**, Duncan asegura que cada una de las decisiones detrás del extraño diseño de Chop Suey es **consciente**. La estructura compuesta de episodios inconexos está inspirada en "*Alicia en el País de las Maravillas": "si tomaras todo lo que hay entre el principio y el final de Alicia y revolvieras los capítulos, no habría ninguna diferencia en el desarrollo de la historia. Ella puede conocer primero a la Oruga y luego al Caballero Rojo o a la Morsa, y no importa. Tiene más que ver con la atmósfera que con la narrativa, pero también tiene mucho que ver con el lenguaje. Y la moraleja de la historia es aprender a apreciar la belleza de un entorno cotidiano."*



Foto de Chop Suey en la sección central de "From Barbie to Mortal Kombat" (Cassell, Jenkins, editores)

Foto de Chop Suey en la sección central de "From Barbie to Mortal Kombat" (Cassell, Jenkins, editores)

La sección de la tía Vera levantó polvareda en la directiva de Magnet, tanto como lo haría hoy, pero para Duncan es el corazón del juego y peleó por su inclusión: "*Hay una sensación de experiencia agridulce en 'Chop Suey', donde no todo el mundo ha tenido una vida perfecta, pero todos son felices. Vera tiene tres ex maridos, todos llamados Bob, y eso era un problema para la gente de Magnet. Decían: 'Nunca podremos comercializar esto' y 'a la gente no le va a gustar'. Vera tiene*

problemas, pero también está llena de amor. Es una persona vibrante, y por eso fascina a las niñas." Lo único que Duncan aceptó fue censurar un par de imágenes, aunque las versiones originales persisten en recovecos de Internet.

El presupuesto de Chop Suey aumentaba con cada retraso, pero por el momento no importaba. Magnet había firmado un acuerdo de distribución con **20th Century Fox** y finalmente lanzó sus primeros cuatro CD-ROMs comerciales en noviembre de 1995. La estrategia de unirse a un estudio establecido de cine y distribuir los CDs a la prensa de entretenimiento en vez de medios clásicos de videojuegos surtió efecto. Chop Suey recibió críticas positivas en periódicos masivos como el **New York Times** y **Wired**. La revista Entertainment Weekly, de las más vendidas del país, lo eligió como el mejor CD-ROM del año. En marzo de 1996, en parte gracias a su impresión positiva de Chop Suey, la poderosa periodista de tecnología Kara Swisher publicó un perfil[15] en el que marcaba a Magnet como una de las empresas más interesantes en el desarrollo multimedia.

Pero para entonces, Theresa Duncan ya no trabajaba en Magnet.



Después de terminar Chop Suey, Duncan estaba lista para un nuevo proyecto. Su idea era empeza un juego llamado **Shoo-Fly Pie** (una tarta de melaza típica de la ciudad de Filadelfia), que sería otra historia infantil, en este caso ambientada en el sur de Estados Unidos.

Pero Gesue ya no quería trabajar con Duncan. La relación se había desgastado durante el desarrollo del primer juego y la artista tenía dudas sobre la representación racial en Shoo-Fly Pie que sentía que no podía compartir con su compañera. **Gesue cuenta[16] que pidió al CEO Basel Dalloul salir del proyecto**. Dalloul percibió que había algo más en el medio y decidió enfrentar a las dos mujeres en una reunión con ejecutivos presentes.

Presionada por el CEO, Gesue admitió que su problema con el proyecto de Duncan tenía que ver con lo que ella consideraba estereotipos raciales dañinos. **Que ni ella ni Duncan, dos mujeres blancas, tenían derecho a contar una historia sobre niños afroamericanos.**

Gesue insiste que no acusó a Duncan de racismo, pero que su compañera se sintió insultada, el enfrentamiento escaló y la reunión terminó con la salida inmediata de Duncan de Magnet, escoltada por guardias de seguridad. Según Gesue[17], su despido no tuvo nada que ver con el contenido de "Shoo-Fly Pie", sino con su reacción durante esa reunión y otras instancias de "*comportamiento difícil*".

El perfil de Swisher no cuenta esta historia, y se limita a hablar de "*un choque creativo con los ejecutivos de Magnet*". Duncan jamás dió su versión sobre la salida, pero otros ex compañeros de Magnet defienden el proyecto y las intenciones de la autora. **Gesue, por su parte, dice que no volvió a hablar con Duncan a pesar de haber intentado reconciliarse a lo largo de los años.**



backing insulates the company from the perils of the multimedia business. "Are we fortunate to have a good financial source? Of course. Is it an endless, bottomless pit? What company has that?" says Bill Schick, the chief operating officer. "We have the same commercial pressures as any other company in this business. We have to win."

Which means entering the dicey consumer market. Magnet's work for corporations and its technical subsidiary are already profitable, management says, and it's doing well with the CD-ROMs it produces for other software marketers.

Art director Bryan Brossart, right, creator of Hellraiser's fiendish look. Left, the Hellraiser team.

she says dreamily, happy to revisit the at and Aunt Vera, the faded ex-Rockette.

Then ther demonstratin created and published ur three former working her telemetry sy the effort to r "I have writ space," says in a "Twilig ways really w he left his g some colleag but "some of games! That's

So here's geometric g pyramid (known in-house a evade or destroy other pyr levels, several of which no and can be played in four n insane. Number 139 is "o Looney says. "See those gu Slime pools. They can kill me."

In minutes, a little cluster of gam

El equipo del nunca lanzado juego de Hellraiser de Magnet Interactive.

El equipo del nunca lanzado juego de Hellraiser de Magnet Interactive.

El éxito de Chop Suey en la crítica no se tradujo a las ventas. Según PC Data, de los cuatro CD-ROMs editados por Magnet y Fox, el proyecto del Monumento a los Veteranos **Beyond the Wall** fue el más vendido, con solamente 900 copias en los últimos meses de 1995. El puzzle **Daybreaker**, por amplia diferencia el más caro de los juegos de Magnet, tenía que vender entre 75.000 y 100.000 unidades para recuperar la inversión. No hay registros de que lo haya logrado.

A finales de 1996, menos de un años después de la publicación del artículo de Swisher, Magnet cerró su división interactiva cancelando el lanzamiento del ambicioso proyecto Bluestar y una adaptación interactiva del universo Hellraiser de Clive Barker.

Mientras tanto, en New York, Theresa Duncan acababa de lanzar su segundo juego.

2. Smarty

Smarty (1996) se puede resumir como una remake de Chop Suey. En vez de Cortland, estamos en otro pueblito del medio oeste que ni siquiera tiene nombre. En vez de la tía Vera hay una tía **Olive**, que invita a la protagonista a pasar un verano juntas. Esta vez hay un punto

de vista claro, y la perspectiva ambigua y literaria de Lily y June Bugg pasa a retiro para ser reemplazadas por **Mimi Smartypants**, una nena rubia de ojos marrones que gana todos los premios de su escuela y retira libros en carretilla de la biblioteca pública.



Mimi, claro, es Duncan[18], y su mano autoral está impresa con una vehemencia a la que en 1996 no se animaría ni **Hideo Kojima**. El primer crédito que vemos es un orgulloso "by Theresa Duncan" y la historia cierra con un sticker que dice "*Writer/Mise en Scene: Theresa Duncan*" sobre una caricatura de la autora en boina. Al cargar el CD-ROM, antes de que veamos ninguna imagen, suena sobre la pantalla negra el saludo anacrónico de Mimi: "*Hey, what's the rumpus?*". La voz es la de Theresa, elevada digitalmente un par de tonos.

El pueblo de Mimi es más chiquito que Cortland, pero los lugares a visitar son aún más extraños. Duncan repite la estructura del mapa repleto de locaciones a explorar, pero **la inclusión de una protagonista como parte de cada escena enriquece las interacciones.**

Si Chop Suey podía ser esotérico en su uso del lenguaje y las referencias culturales, Smarty va un paso más allá. Los alumnos de la escuela local, por ejemplo, invitan a Mimi a participar de su obra de teatro, y si el jugador hace click sobre ella escucha la voz agudizada de Duncan decir "*Ah, o sea que sí te levantás... pensé que trabajabas en cama, como Marcel Proust.*" No sólo es una frase que fuera de contexto sería imposible de captar para el supuesto público objetivo, sino que es una cita a la femme fatale de Lauren Bacall en la adaptación cinematográfica de "**The Big Sleep**" de Raymond Chandler.

Con cada escena de Smarty Duncan parecer estar apostando por cada uno de los aspectos de Chop Suey que habían incomodado a Magnet, confiando en que el público infantil va a responder positivamente a este collar de non sequiturs que Craig Stoltz del Washington Post llamó "una dicción neo-mística", celebrando los textos en la línea de "la subversión juguetona que subyace a toda buena literatura infantil".

La otra gran diferencia entre Smarty y Chop Suey está en el arte. Las líneas intencionalmente grotescas y llamativas de Gesue dan lugar a un estilo más controlado, mínimo, que se acerca a la tira cómica estilo **Peanuts** en vez de los desaforados libros de Seuss y Silverstein que habían inspirado al juego anterior. Las líneas más finas permiten aumentar los detalles en cada ambientes, hacer que los minijuegos se vuelven más claros y que se entiendan mejor las expresiones de los personajes.

El artista principal del juego era **Jeremy Blake**, un egresado de **CalArts**, instituto en el que se formaron Brad Bird, John Lasseter, Tim Burton y los animadores más influyentes de la era Cartoon/Nicktoons. Pero Blake no venía del mundo de la animación sino que se había formado en **artes plásticas** y frecuentaba aquella escena hardcore de Washington, D.C. Blake y Duncan se habían conocido en 1994, perdido contacto, y retomado su amistad cuando en 1995 cada uno emigró a New York por su cuenta.

Duncan había aprovechado la recepción crítica de Chop Suey para entrar a Nicholson NY, una empresa de "**new media**" que tenía aún menos idea que Magnet de cómo llevar este concepto abstracto a la

práctica. Por el momento trabajaban en "experiencias" para clientes, sitios de la naciente world wide web y, claro, CD-ROMs. Para Nicholson, Duncan era una estrella, y aceptaron cada una de sus propuestas para el nuevo juego. La adición de Blake fue casi accidental: un encuentro casual en el club nocturno Knitting Factory reavivó la amistad y la química entre los dos. Al poco tiempo Duncan había llevado a Blake a Nicholson NY y **en cuestión de meses estaban viviendo un romance apasionado, de esos que lo absorben todo.**



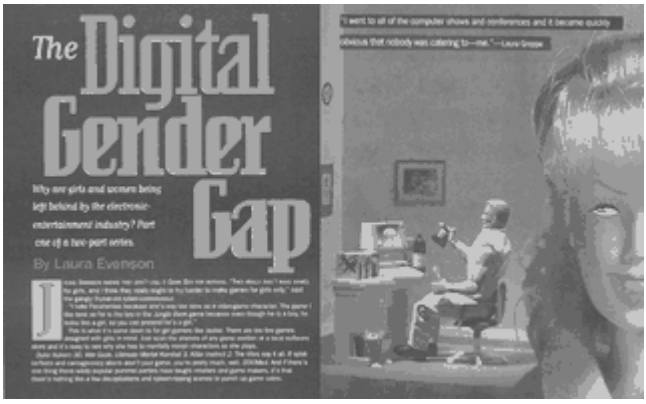
Duncan y Blake fotografiados en 2005 en Los Ángeles, por el artista Darío Robleto.

Duncan y Blake fotografiados en 2005 en Los Ángeles, por el artista Darío Robleto.

Nicholson era una empresa arquetípica del rudimentario "**Silicon Alley**", intento de construir un polo de tecnología y producción que se asemejara al Silicon Valley californiano que estaba colonizando la web a toda velocidad. Si los emprendedores de California venían de la ingeniería de software y hardware, los de Silicon Alley manejaban el lenguaje de las artes, el teatro y la publicidad. Startups como **Razorfish**, **Nerve** y **Pseudo** lograron inversiones millonarias sin modelos económicos claros, alimentando la burbuja que eventualmente explotaría en 1999/2000.

Pero en 1996, año en el que Nicholson lanzó Smarty, no había nada de qué preocuparse. El presupuesto del nuevo juego duplicó al de Chop Suey y Duncan lo terminó en unos pocos meses, embarcándose en un torbellino de publicidad que la convirtió en una **rockstar** de este universo paralelo de la tecnología.

Duncan había estado en el lugar correcto en el momento apropiado. Chop Suey no sólo recibió la atención de medios masivos sino que la misma prensa lo identificó como parte de un movimiento descentralizado de "**Girls' Games**" o "juegos para chicas", que incluía a los primeros CD-ROM de **Barbie**, el sello **Purple Moon** de la veterana de Atari **Brenda Laurel** y las adaptaciones de la detective preadolescente **Nancy Drew** que aún hoy sigue sacando el estudio HER Interactive.


The Digital Gender Gap

Why are girls and women being left behind by the electronic-entertainment industry? Part one of a two-part series.

By Laura Evenson

Nota de Digital Diner sobre "Games for Girls", una de varias publicadas entre 1995 y 1997.

Nota de Digital Diner sobre "Games for Girls", una de varias publicadas entre 1995 y 1997.

Cada artículo sobre los Girls' Games caracteriza la tendencia como una respuesta al gaming ultraviolento de PC que dominaba las ventas a principios de los '90, representados por la dupla incorrecta de **Doom** y **Duke Nukem 3D**. Aunque experiencias como Chop Suey o la saga de Rockett de Purple Moon no generaban ventas millonarias, la suerte de este movimiento cambió con las 500.000 unidades que el CD-ROM

Barbie Fashion Designer vendió a finales de 1996. De un día para otro los Girls' Games habían descubierto las mieles de la rentabilidad, y la industria estaba prestando atención.

Smarty, por su parte, no había alcanzado ni siquiera los números de Chop Suey. **Magnet, para bien o para mal, tenía un acuerdo de distribución con Fox, pero Nicholson NY ni siquiera hizo el intento de llevar el juego a las bateas del retail.** Para la agencia, Smarty no tenía un propósito comercial sino que era una forma de branding que se vendía a 35 dólares (más envío) a través de una línea telefónica dedicada. Según Duncan, se vendieron alrededor de 6.000 unidades.

Las bajas ventas no fueron un obstáculo para que Nicholson consiguiera el branding que realmente le interesaba. En poco tiempo Duncan fue parte de perfiles extasiados en publicaciones como el **Wired**[19], **Digital Diner** y el **New York Times**[20]. La nota de este diario sobre Smarty habla de las influencias literarias del juego, de las diferencias con los simuladores de asesinatos ultraviolentos para hombres adolescentes y de la tesis de Duncan "*Cuentos de hadas eléctricos: CD-ROMs y Literatura*" para la universidad de Michigan. Un texto absolutamente **ficcional**, ya que Theresa sólo había cursado un semestre en dicha institución. Esta sería la primera de las mentiras descaradas de la autora a un medio masivo. O la segunda, ya que el artículo, de mayo de 1997, declara que tiene 28 años cuando había cumplido 30 en octubre del '96.

Luego de la muerte de Duncan una blogger preguntó[21] a **Anthony Ramirez**, autor de ese perfil del New York Times, por qué no había confirmado las credenciales académicas de la diseñadora. Ramirez respondió "*Error constatado. Iniciaré el proceso de corrección, pero un detalle: en general la gente no nos miente, especialmente en un reportaje sobre CD-ROMs para niños. Si la Sra. Duncan hubiera parecido estar emocionalmente perturbada en ese momento, probablemente hubiésemos comprobado su currículum. Pero no hay suficientes horas en el día y ella no estaba exactamente postulándose para un puesto gubernamental.*"

¿Por qué mentía así Theresa Duncan? Sus compañeros de Nicholson NY hablan[22] de desprecio hacia los que consideraba que no merecían su tiempo, condescencia con el tono paternalista de la prensa o simplemente de una performance: **Duncan sabía decir lo que otros querían escuchar para conseguir lo que quería.**

> **THERESA DUNCAN** One of the best things about being here in New York is being so close to the media. It's easy to talk to people about what you're doing, and it's easy to promote yourself that way. And I think it helps a lot in terms of selling things. I don't have a PR agency, so I have to do it myself, and if I were in Detroit or somewhere else it would be harder to catch people's ear.

La fábula se volvió un hábito en la interacción de Duncan con la prensa. En un artículo[23] de abril del mismo año para **Soundbitten**, un jornal de música de la Universidad de New York, la autora cuenta que decidió vender Smarty de forma independiente, obviando a Nicholson NY de la historia: "*mi margen de ganancias supera al de Disney*", declaró, agregando que "*me encanta cómo los CD-ROM pueden devolver a la narración la cadencia del habla y los sonidos de las palabras, haciéndola menos solitaria. Cuando imagino a alguien viviendo mi historia al escucharla, como la Ilíada o la Odisea, me siento muy feliz.*"

Para finales de 1997 el movimiento Girls' Games estaba en problemas. Ninguno de los estimados 200 juegos de esta tendencia lanzados en el año había superado el récord de Barbie del año anterior, y el artículo[24] "*La maldición de los juegos para chicas*" de **Elizabeth Weil** para **Salon** analiza el problema con la precisión de un bisturí. Weil viaja de New York a San Francisco, recorre los estudios y las salas de reuniones, y empieza su artículo de la misma forma que lo termina, con una visita a la GDC de ese año. Su diagnóstico es lapidario: nadie sabe qué quieren las jugadoras. **Todas estas diseñadoras, desde Barbie hasta Smarty, hasta Nancy Drew, tocan de oído.**

Duncan es una de las entrevistadas del artículo de Weil, y es la que menos preocupada parece por las perspectivas comerciales del movimiento: "*Siento que lo que intento hacer es tan ajeno al resto del mercado. Es como si ellos se inspiraran en McDonald's y yo en Maurice Sendak (autor de "Donde viven los monstruos*".

Duncan apreciaba el interés del mercado por el público femenino pero no se alineaba con las pretensiones comerciales de este movimiento. En aquella entrevista para el libro "**From Barbie to Mortal Kombat**", Duncan profundizó en su mirada sobre los Girls' Games: "*Cuando empecé a hacer Chop Suey no había otros juegos para chicas, y la gente lo entendió como uno más de este género, pero 'juegos para chicas' no era el mantra de marketing que es ahora. Creo que la atención que se presta últimamente a las niñas es condescendiente, y que tiene más que ver con su bolsillo. Estoy seguro de que muchas de estas empresas saben exactamente cuánta plata recibe de sus padres una niña de doce años y cuáles son sus hábitos de compra.*"



En algún nivel, Duncan sugiere que la superinteligencia de la protagonista de Smarty es una parodia de la **presión por la perfección** que estos Girls' Games ponían a su público objetivo: "*se insiste en que hay que educar en los juegos infantiles y yo quería rechazar esa idea porque los juegos educativos son deliberadamente cursis o te recompensan*

de forma muy simple. Obviamente, la educación es muy importante para las niñas, pero también creo que es importante que los niños sean niños y que a las niñas se les permita pasar el rato y tener espacio para la imaginación. Pero, además, uno de los principales beneficios de juegos como Chop Suey es que demuestra que hay que confiar en tu propia opinión y en tus propias experiencias. Por pequeñas que sean, son importantes."

Duncan, obsesiva de los románticos franceses y el film noir, tampoco tenía interés en la narrativa anti-violencia que se le asignaba al movimiento: "*la gente quiere creer que los niños son supremamente inocentes, que las mujeres no son agresivas y que no les gustan los juegos violentos*". **Sheri Graner Ray**, diseñadora de Nancy Drew, proponía una idea similar en la GDC de 1997: "*¿Las niñas odian la violencia? No, las niñas, siempre que la violencia sea relevante para la historia, no tienen ningún problema con ella. Lo que no les interesa es la violencia por la violencia en sí. Ahora bien, ¿es porque es asquerosa? No, es porque es aburrida."*



Doom y Duke no eran los únicos **enemigos imaginarios** de la cobertura periodística de los Girls' Games. El éxito comercial de un juego de Barbie no conectaba con la promesa feminista que este movimiento improvisado parecía representar para la prensa, y cada uno de los juegos "**alternativos**" se postulaba como una respuesta a la hegemonía de la muñeca rubia. Algo con lo que Duncan tampoco estaba interesada

en polemizar: "*Si yo fuera una niña hoy, probablemente disfrutaría mucho jugando el CD-ROM de Barbie. Si es lo único que hay, es nefasto, pero al mismo tiempo creo que es ingenuo y condescendiente con las niñas decirles que no pueden jugar con esto porque se van a convertir en un robot que piensa que el tamaño de sus tetas es lo único que interesa a la gente.*"

Entre esos juegos de 1997 que no alcanzaron las expectativas comerciales establecidas por Barbie estaba el tercer CD-ROM de Duncan. Si las ventas de Smarty no habían satisfecho a Nicholson NY, la empresa no lo demostraba y por eso Duncan siguió haciendo lo que quiso con su sucesor **Zero Zero**, un intento de alejarse de la fantasía suburbana estadounidense ambientado en París a fines del siglo XIX. Sería su último juego. O casi.

3. Zero Zero

Zero Zero (1997) es el apogeo de la estructura que Theresa Duncan desarrolló a lo largo de sus CD-ROMs, y a la vez un salto evolutivo para el formato de mapa-locaciones-puntos donde clickear. De los pueblitos al costado de la ruta pasamos a la glamorosa París de finales del Siglo XIX, junto a una protagonista que no está basada directamente en Duncan pero comparte su curiosidad intelectual y sano rechazo a las declaraciones pomposas de figuras de autoridad.



Pinkée es la menor de las ocho hermanas **LeBrun**, una aventurera que explora las chimeneas de la ciudad en busca de respuestas a sus mil preguntas. Pero en la noche del 31 de diciembre de 1899, Pinkée tiene una sola: "*¿cómo será el futuro?*", Haciendo eco del furor de la tensión pre milenaria que se vivía a las puertas del año 2000.

Como las hermanas Bugg y Mimi Smartypants, Pinkée recorre la ciudad interactuando con adultos, conociendo sus historias, sus trabajos y sus secretos, y si Chop Suey y Smarty tenían contenido que podía considerarse poco apropiado para un público infantil**, Zero Zero echa cualquier precaución por la borda**. La narración inicial compara las chimeneas de París con "*bohemios del margen izquierdo*" y los imagina con boinas fumando Gauloises. Las obras de teatro y el museo de cera hacen referencia al Terror francés y todo tipo de tragedias románticas. Los espacios que se pueden explorar incluyen un **cabaret**, un **bar** y una **librería de usados** en la que se pueden leer poemas de un tal "**Laudebaire**".

El arte y la literatura estaban en los márgenes de Smarty y Chop Suey, pero en Zero Zero ocupan el centro de la historia, sugiriendo que el espíritu de la época está escondido en sus librerías, museos y el primitivo cine de los Lumiére. Duncan está en su salsa pintando esta París de fantasía, y el juego es una colaboración mucho más cercana con la propuesta estética de Jeremy Blake. Con un año de diferencia con su juego anterior, se nota que el artista aprendió a jugar con las texturas, los 256 colores y las animaciones limitadas pre-Flash de Macromedia Director para crear un universo consistente e inmersivo.



KIDS

Yesterday's Tomorrow

TWENTYSOMETHING CD-ROM fabulists Theresa Duncan and Jeremy Blake say that Zero Zero, their second collaboration, is perfectly pitched at the craze for all things millennial. Zero Zero ($34.95; 888-476-2789) follows Parisian pixie Pinkée LeBrun on her picaresque adventures. It's the year 1899, and Pinkée is obsessed with "ze future." The tale—wry, inventive, utterly charming—is a labor of love for the writer-illustrator pair, who are now busy confecting their next delight—a mocku-

She writes, he draws. Voilà!

Recuadrito en la revista Newsweek de noviembre de 1997.

Recuadrito en la revista Newsweek de noviembre de 1997.

Durante el desarrollo de Zero Zero Blake y Duncan pasaban todo su tiempo juntos, y sus conocidos hablan de lo importante que era la comunicación en su relación: **los chistes compartidos, los guiños y códigos secretos.** El juego puede leerse como una carta de amor mútua, entre los textos vertiginosos de ella y las animaciones diseñadas por él para sacarle una sonrisa. Cuando el barman cuenta la historia del misterioso trago "**La Drinkée**", Duncan y Blake hacen un cameo como dos expatriados norteamericanos que prueban la bebida por primera vez. **Del zapato de cristal de Theresa, por supuesto.**

La estructura exploratoria y libre de los tres CD-ROMs de Duncan no se diferencia mucho de otros juegos de la época, pero hay una innovación propia de la autora que enriquece la experiencia de juego, y es **el botón de salir del juego**, siempre presente en la interfaz de Zero Zero, Chop Suey y Smarty.

Presionarlo no es un equivalente a cerrar el juego, sino a darle un final. Una forma de expresar que el jugador está satisfecho con la experiencia y quiere decidir dónde termina. Chop Suey tenía una simple secuencia de créditos, Smarty un breve epílogo en el que se despedía de la tía Olive, y Zero Zero (en el que el botón no dice "Quit" sino "**Au Revoir**") presenta una secuencia bellísima en la que finalmente llega el 1900 en una explosión de fuegos de artificio a la que Pinkée reacciona con la frase "*¡El futuro! ¡Aquí estamos!*"



Zero Zero se distribuyó a través del mismo sistema de venta telefónica de Smarty, y el trabajo de prensa tuvo aún mejores resultados. Una vez más, los medios tradicionales de videojuegos ignoraron la obra de Duncan y las únicas reseñas, todas positivas, se publicaron en medios masivos. **Elizabeth Chang** escribió en el Washington Post que "*las niñas abiertas a experiencias nuevas e inusuales apreciarán este CD; a algunos padres, sin embargo, podrían resultar molestos los matices ligeramente traviesos o terroríficos que acompañan a todos los cuentos de*

hadas". **Newsweek** publicó un recuadro que incluía una foto de la pareja enamorada, sonriendo a cámara. La revista **Animation World** entrevistó a Theresa e incluyó el juego en su lista[25] de lo mejor del año. Entertainment Weekly, que había elegido a Chop Suey como su CD-ROM favorito dos años antes, celebró[26] la propuesta anticomercial de Zero Zero, notando la audacia temática pero avisando que "*las referencias al difunto crítico cultural Walter Benjamin pasarán desapercibidas para la mayoría de los padres, por no hablar de sus hijos.*"

No hay números de ventas de Zero Zero. A mediados de 1997 el monstruo de la publicidad **IPG** adquirió[27] un gran número de acciones de Nicholson NY y empujó a la empresa en dirección a la web y lejos del estancado mercado multimedia. A pesar de que el "Silicon Alley" neoyorquino era una máquina de perder plata, el interés de Wall Street seguía activo, y Duncan no veía con buenos ojos la mutación de la escena, en especial las agencias de medios como Razorfish que Nicholson buscaba imitar: "*Hay una división en Silicon Alley entre los egresados de artes y los egresados de MBAs, pero los de Razorfish eran estudiantes de artes y son los más salvajes. Me recuerdan a esos legendarios capitalistas del siglo XIX, del tipo que eran caricaturizados arrastrando una bolsa de dinero.*"



A finales de 1997 Duncan empezó a trabajar en su cuarto CD-ROM, que sería por primera vez un producto orientado al público adulto, a la vez que intentaba explorar cuál era su lugar en este ecosistema. En una entrevista para el libro post-mortem de Silicon Alley "**Digital Hustlers**[28]", se lamenta de las barreras invisibles para los jóvenes talentos de estas agencias, sin aclarar si está hablando de la gente que la rodeaba o de ella misma: "*algunos se encontraron con paredes de ladrillo y empezaron a dar vueltas. Creés que vas a ser vicepresidente, o que todo el mundo va a tener acciones y luego sos productor o jefe de proyecto durante tres, cuatro, cinco años. Seguís haciendo las mismas horas y trabajando en el mismo tipo de proyectos, y eso resulta decepcionante para algunas personas.*"

Duncan seguía jactándose de su facilidad para manipular a la prensa. En el mismo libro comenta: "*Lo mejor de estar en Nueva York es la cercanía con los medios de comunicación. Es fácil hablar con de lo que hacés y promocionarte. Y creo que ayuda a vender cosas.*" Pero un perfil[29] de septiembre de 1998 para la revista online **Salon** parece haber estirado esa relación demasiado para su gusto.

La nota, de **Matthew Debord**, es parte de un intento de Duncan de alejarse del estereotipo de "*chica soñada de Silicon Alley*" y presentarse como una mujer de negocios "*depredadora*". No es un perfil amable como los del New York Times o el Washington Post, sino una deconstrucción del nuevo personaje que Duncan buscaba crear. Debord no tiene reparos en burlarse de las referencias de Theresa a filósofos y lingüistas, o de revelar los presuntuosos mails en los que Duncan emparenta su trabajo con el de los directores independientes **Woody Allen**, **Hal Hartley** y el documentalista alemán **Werner Herzog**.

En el cierre, la balanza de Debord acompaña la transformación con ligera condescendencia: "*Duncan, una celebridad menor con una estrategia empresarial a simple vista despreocupada pero en realidad deliberada, es exactamente el tipo de artista/empresario en solitario que uno imagina sobreviviendo a las vicisitudes del mercado, lo que confirma que no existe la fama efímera si hay talento que la respalde.*"

En el mismo perfil de Salon, Duncan confirma que el cuarto CD-ROM se había convertido en un cortometraje animado: un documental falso sobre el mundo de la moda y el arte. Theresa ya estaba harta de su versión corporativa aún antes de empezar, y era el momento ideal para una sátira sobre el momento cultural de la New York de los '90. Y a la vez, un **tráiler** de la nueva transformación de su autora.

4. The History of Glamour

"*Con Charles todo eran cuentos de hadas, historias y fantasías.*" dice uno de los personajes de **The History of Glamour** (1998), refiriéndose a la protagonista de este mediometraje de 40 minutos que empezó como un CD-ROM y terminó como un proyecto experimental entre el cine y el arte digital (se puede ver completo[30] en el canal de YouTube de Mary Duncan). **Charles Valentine**, la protagonista, es una rubia despampanante que abandona su pueblito del medio oeste para conquistar New York con el poder de su arte. Otro alter-ego de Theresa Duncan: Valentine es la calle en la que nació y "Charles" una referencia a Nora Charles, protagonista de la serie de películas de misterio **The Thin Man** que ella y Blake amaban.

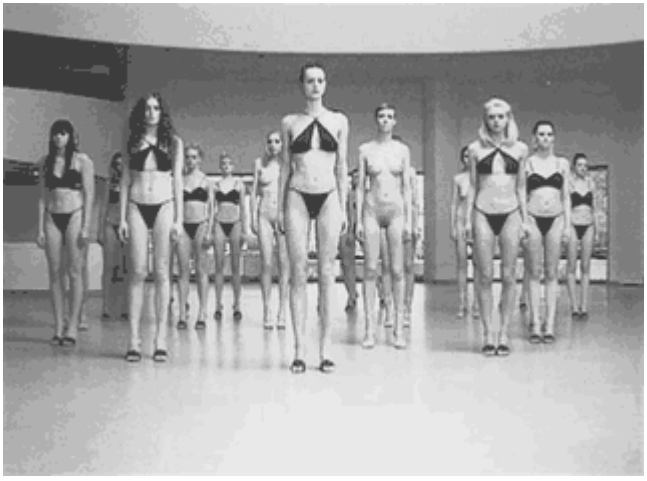
The History of Glamour usa el formato del **documental falso** años antes de que los clones de The Office agotaran el concepto. La inspiración de Duncan parece ir más por el cine de **Christopher Guest** (Waiting for Guffman, This is Spinal Tap), y a pesar de ser el centro de la historia, Charles es un personaje secundario en un elenco que incluye parodias de personalidades de la moda, los negocios y el mundo de la música.



Charles es una estrella de art-rock que parece una mezcla de **Nico**, **Courtney Love** y **Liz Phair**. La película narra su ascenso vertiginoso en los mundos paralelos de la música y la escena del arte neoyorquina en la que fashionistas y buscavidas de toda clase intentan camuflarse para sobrevivir. Los primeros minutos, ambientados en el pueblo de Antler, toman elementos autobiográficos de la autora como su trabajo en cosmetología y el hábito de practicar tiro con escopetas en el jardín de su casa.

Estas primeras secuencias están ilustradas por Jeremy Blake en una versión más ligera del estilo que se había visto en los otros juegos. La sección de tiro, en particular, parece estructurada para alojar minijuegos, y cada una de las locaciones podría encajar con el formato de exploración de locaciones de Chop Suey, Smarty y Zero Zero. **El tono, por supuesto, es completamente distinto.** Una parodia oscura de la sensación de aventura cotidiana que transmitían los hogares de Pinkée, Mimi y las Bugg.

La sección de New York del mediometraje tiene otra estética, producto de la colaboración con la artista plástica **Karen Kilimnik**[31]. Imágenes impresionistas, cinematográficas, que claramente no están pensadas como un ambiente interactivo. El quiebre dramático de la historia es una visita a una instalación en el museo "**Googenheim**" que consiste simplemente de una docena de mujeres semidesnudas con bikinis de diamantes de imitación, casi como piezas de utilería. La cantante vuelve a su casa, se viste igual que ellas, y regresa con un bate para destrozar la vidriera y "liberarlas" simbólicamente. Es una secuencia[32] violenta y catártica, la furia de Duncan como una punta de flecha.



La secuencia parodia VB35 , una instalación real de la artista italiana Vanessa Beecroft puesta en el Guggenheim en 1998. En el momento fue muy criticada y todavía estaba presente en la memoria del mundo artístico.

La secuencia parodia VB35 , una instalación real de la artista italiana Vanessa Beecroft puesta en el Guggenheim en 1998. En el momento fue muy criticada y todavía estaba presente en la memoria del mundo artístico.

Como en sus CD-ROMs, Duncan utiliza elementos de cuentos de hadas para enriquecer sus metáforas. En uno de sus conciertos, Charles descubre que mientras canta se desmaterializa ocasionalmente, dejando sólo un vestido flotando y el sonido de su voz. Es en este

momento en el que Duncan vuelve a uno de sus leitmotifs, una referencia al lingüista Walter Ong que cita en la entrevista con Jenkins y que se oculta en la portada original de Smarty. Dice la narración: "*la historia de Charles Valentine es sólo una nota al pie de la historia del glamour. El glamour es genial, es hechizante. ¿Conoces la definición? Viene de la palabra "gramática". Glamour, hace mucho tiempo significaba un libro de hechizos, y en aquel entonces leer y escribir solía parecer magia. El glamour también tiene ese poder, como un hechizo o una historia realmente interesante. Una en la que puede pasar cualquier cosa y no puedes esperar a ver cómo acaba*".

En su último concierto Charles no canta. En un "**show de moda funerario**" donde modelos desfilan prendas inspiradas por lo inevitable muerte, mientras la cantante yace en un ataud, ni siquiera mirando a cámara, antes de dejar el mundo de la moda/arte/rock detrás para volver a su pueblo natal y dedicarse a la literatura. Abandonar, finalmente, el glamour por la gramática.

La historia real de Duncan tomaría otro camino.

Por lo que el perfil de Salon indica, The History of Glamour estaba básicamente completo a mediados de 1998. Duncan mantuvo su trabajo en Nicholson NY por un tiempo, pero Blake había renunciado para sumarse a una empresa de videojuegos recién nacida cuyo nombre parecía hacer eco con la imagen de la pareja: **Rockstar Games.**

Cuando todavía estaba en Nicholson, Blake siguió trabajando con las técnicas que había desarrollado para ilustrar los CD-ROMs de Duncan en obras que mezclaban arte digital con la tactilidad de la pintura. Los primeros trabajos independientes del artista consistían en **loops en DVD** que empezó a exponer alrededor de 1998 en exhibiciones grupales en distintas galerías de New York. En uno de estos shows Blake conoció a **Sam Houser**, de BMG Interactive, que estaba trabajando en una reestructuración de su empresa y conectó de inmediato con la estética de Blake, su personalidad y su pasado en la escena hardcore punk.



El logo de Rockstar en la edición especial de GTA 1 con las misiones adicionales, uno de los primeros productos de la empresa diseñados por Jeremy Blake.

El logo de Rockstar en la edición especial de GTA 1 con las misiones adicionales, uno de los primeros productos de la empresa diseñados por Jeremy Blake.

Era el momento correcto para huir de Nicholson NY, que estaba descartando los proyectos boutique y asignando a sus creativas a contratos tan aburridos como absorbentes. Theresa se independizó con su estudio **Valentine Media** mientras que Jeremy renunció a Nicholson en 1998 y se llevó a varios miembros de su equipo, entre ellos la diseñadora **Karen Liu** (hoy Karen Scott) con la que diseñó[33] el logo original de Rockstar, la icónica R con una estrella en formato de sticker.

Rockstar no fue un fenómeno inmediato, pero los juegos vendían bien y la empresa tenía futuro. Blake, por su parte, estaba en demanda gracias al trabajo de hormiga de marketing que Duncan había realizado en el ambiente artístico de la ciudad. A finales de 1998 proyectaron juntos por primera vez el work in progress de The History of Glamour en la galería de la curadora **Bronwyn Keenan** (que, irónicamente, se convertiría en la directora de eventos especiales del Guggenheim), y en 1999 Blake tuvo sus primeras exhibiciones individuales en New York, Los Ángeles y Dinamarca.

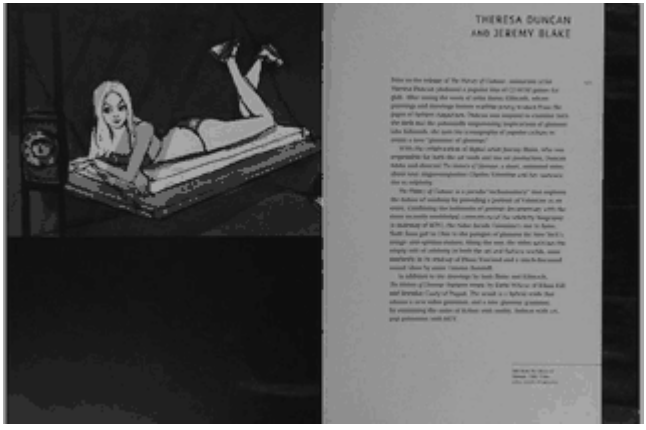


Theresa en las oficinas improvisadas de Valentine Media (del blog de Mary Duncan)

Theresa en las oficinas improvisadas de Valentine Media (del blog de Mary Duncan)

A pesar de que Silicon Alley estaba llegando a su ocaso y la era CD-ROM había terminado Duncan no se quedaba quieta. Las proyecciones de su mediometraje le habían abierto la puerta de los canales **Oxygen** y **VH1**, en los que colaboró en proyectos animados al estilo de la antología **Liquid Television** de **MTV**. Esta ráfaga de actividad creativa llamó la atención del estudio **Fox Searchlight**, y con ellos estaba preparando su proyecto más ambicioso: **un largometraje del que sería guionista y directora.**

The History of Glamour era un proyecto cancelado en medio de su desarrollo y terminado casi a las apuradas, pero terminó siendo la obra más popular de Duncan. Se editó en **DVD** en **New York** y **Tokio**, se proyectó en el **Channel 4** inglés y en 1999 se presentó en el festival de **Rotterdam**, el museo de **Berkeley** y el evento anual de video del **Lincoln Center** de New York.



Doble página de The History of Glamour en el catálogo de la bienal Whitney de 2000.

Doble página de The History of Glamour en el catálogo de la bienal Whitney de 2000.

La consagración llegó en los primeros meses de 2000, cuando el mediometraje fue seleccionado[34] para la prestigiosa Bienal del museo Whitney: Duncan y Blake habían conquistado New York.

Era hora de irse.

5. Alice Underground

El guión que Theresa Duncan había vendido a Fox Searchlight estaba justo a mitad de camino entre las fantasías infantiles de sus CD-ROMs y el cinismo desbocado de The History of Glamour. **Alice Underground** era la historia de dos amigas que secuestran a una estrella de rock en los años '70. Una historia "*coming of age*" con elementos visuales surrealistas que los involucrados con el proyecto relacionan con el trabajo del francés **Michel Gondry** (Eterno Resplandor de una Mente sin Recuerdos).

El guión nunca se filtró, pero la madre de Theresa compartió después de su muerte imágenes de un "*style book*" en el que se ven referencias a las protagonistas Nora y Charles en medio de secuencias oníricas y viajes mágicos a New York, donde vive la Alicia del título.

Más específicamente, Alicia vive en el sótano de la biblioteca pública, otra locación que se conecta[35] a la vida de Duncan y sus años trabajando en la de Detroit: "*la biblioteca carecía de personal suficiente, y a menudo me sentía aturdida por la inmensidad y la oscuridad del espacio mientras empujaba mi carro de libros por el edificio.*"



Del style book de Alice Underground

Del style book de Alice Underground

En 2002 Blake y Duncan se mudaron a Los Ángeles intentando usar el mundo del arte como un trampolín para financiar proyectos más ambiciosos en medios más populares. E**l Hollywood del milenio estaba sediento de nuevas voces que reemplacen la narrativa clásica cinematográfica. G**ondry y otros fenómenos del videoclip como **Spike Jonze** y **Mark Romanek** eran parte de ese éxodo, y lo mismo había pasado en los '90 con artistas plásticos como **Robert Longo** (Johnny Mnemonic, 1995) y **Marco Brambilla** (Demolition Man, 1993) y leyendas de la por entonces breve historia del diseño de videojuegos entre las que se destacan **Chris Roberts** (Wing Commander) y **Jordan Mechner** (Prince of Persia).

Desde sus primeras exhibiciones individuales en 1999, Blake no paró de exponer, estrenando nuevo material periódicamente. Con el tiempo su obra empezó a incorporar más elementos cinematográficos, música, narración, y una sensación de espacio que se alejaba del trabajo puro de color y textura de los primeros años.

Blake había estudiado en California y conectó de inmediato con la industria de Los Ángeles. En un momento consagratorio, el director Paul Thomas Anderson pidió usar sus loops conocidos como "**scopitones**" en su película Embriagado de Amor, y en el verano del mismo año Jeremy trabajó en la portada del disco **Sea Change** de **Beck**. Theresa aprovechó el encuentro para hacer llegar al músico el guión de Alice Underground, y parece al menos haber capturado su interés, ya que en una entrevista de 2003 al diario italiano Corriere della Sera Beck reveló[36] estar dispuesto a hacer su debut actoral en la película.

Los proyectos cinematográficos no se concretan de un día para otro, y entre interminables reuniones y sesiones de reescritura Duncan decidió pasar el tiempo reinventándose[37] como una **clásica rubia californiana**. Compró un Alfa Romeo Spider Veloce convertible color crema ("*Tener un Alfa es conocer el amor*", escribió[38] en su blog) y empezó a frecuentar los templos angelinos: el hotel **Chateau Mormont**, el Observatorio **Griffith** y la rambla de **Venice Beach,** donde finalmente se instalaron[39] con Blake durante los cuatro años que vivieron en la ciudad.

Entre 2002 y 2004 Blake trabajó sin pausa en la trilogía **Winchester**, su obra más ambiciosa, que consistía en una instalación de varios monitores mostrando tres loops en DVD de aproximadamente 20 minutos cada uno. El componente en video[40], que consiste de imágenes filmadas por Blake y alteradas digitalmente, explora el espacio de la mansión Winchester, una de las "*casas embrujadas*" más famosas de los Estados Unidos.



A pesar de que Blake nunca trabajó en diseño de videojuegos, su visión de la casa Winchester parece haber influido en títulos como What Remains of Edith Finch .

A pesar de que Blake nunca trabajó en diseño de videojuegos, su visión de la casa Winchester parece haber influido en títulos como What Remains of Edith Finch .

Según la leyenda urbana Sarah, la heredera del imperio de armas de fuego que lleva su apellido, creía estar perseguida por las almas de los muertos que habían sido abatidos por los rifles que su familia vendía. Un médium le dijo que sumara a la mansión de la familia una habitación por cada muerto y por lo tanto la mansión es un laberinto de escaleras, cuartos y ventanas que no llevan a ningún lado.

Para pasar el tiempo mientras esperaba que el estudio avance con Alice Underground, Duncan empezó a escribir en 2005 un blog llamado **The Wit of the Staircase** o "el ingenio de la escalera", una expresión gala que se refiere a esas contestaciones perfectas que solo se nos ocurren cuando ya es demasiado tarde.



Duncan en Los Ángeles, junto a su Alfa Romeo

Duncan en Los Ángeles, junto a su Alfa Romeo

El blog, que todavía es accesible a través de la plataforma Typepad, podría ser el documento de diseño de un nuevo CD-ROM de Theresa Duncan. La autora lo actualizaba varias veces por día con lo que sea que llamara su atención: entrevistas, libros, fotos viejas y extensas meditaciones sobre la belleza, la literatura y la cultura pop. En poco tiempo acumuló miles de seguidores. **En 2007 el blog superó los dos millones de visualizaciones.**

Entre los monólogos de Duncan sobre arte, pop y filosofía hay una serie de posteos[41] que hablan de las reuniones de una tal "**Sociedad Lunar de Los Ángeles**", una especie de logia literaria que se encontraba por las noches para realizar extraños rituales. Ciertas referencias en los textos parecen indicar que esta era la forma en la que Duncan narraba sus encuentros con amigos, una versión colectiva de la metaficción autobiográfica que caracterizaba a su obra.



Arte de Jeremy Blake para el disco Sea Change de Beck

Arte de Jeremy Blake para el disco Sea Change de Beck

Los artículos publicados luego de las muertes de Duncan y Blake revelan un lado oscuro de esta experiencia californiana. Beck decidió bajarse de Alice Underground y Duncan culpó a la Cienciología, religión a la que pertenecía el cantante y su entonces pareja **Marissa Ribisi**. Con el paso del tiempo, Theresa se convenció de que todas las trabas a en sus proyectos tenían que ver con una venganza de los miembros de esta religión por haber intentado convencer a Beck de que se aleje de la organización.

La paranoia alteró el comportamiento de los anfitriones perfectos. El artículo de Vanity Fair revela peleas a los gritos de Blake y Duncan con representantes, vecinos y productores relacionados con Alice Underground y otra adaptación cinematográfica que el artista estuvo a punto de filmar.

Luego de que Fox Searchlight dijera que no, el guión de Duncan pasó a **Paramount**, y en febrero de 2006 hubo una lectura[42] con actores, incluyendo a **Brady Corbet** (Piel Misteriosa) y las hijas de

Keith Richards, **Theodora** y **Alexandra**. Más allá del entusiasmo del nuevo estudio y el equipo de actores, el proyecto fue cancelado por cuestiones de presupuesto poco antes de empezar a filmar.



Duncan junto a su elenco tentativo, leyendo el guión de Alice Underground (del blog de Mary Duncan)

Duncan junto a su elenco tentativo, leyendo el guión de Alice Underground (del blog de Mary Duncan)

En pleno estancamiento de su carrera como guionista y directora, The Wit of the Staircase era el refugio de Duncan, donde una masa de seguidores (los "*niños de la escalera*", según la autora) disfrutaba del ping pong literario con esta maestra de ceremonias. Su popularidad llamó la atención de editores de distintos medios que pidieron artículos a Duncan sobre una variopinta de temas, desde **Kate Moss**[43] y **Thomas Pynchon**[44] hasta los músicos chiptune[45] de **Game Boy**.

En marzo de 2006 Duncan publicó un artículo[46] para **Slate** revisando perfumes de famosos, uno de los muchos fetiches de la autora. La primera oración sugiere que recorrer los pasillos de la tienda Sephora se siente como leer la portada de la revista de farándula Hello. Seguidores de la influencer **Victoria Frolova** marcaron meses después en los comentarios que la línea era idéntica a una que Frolova había

escrito semanas antes en su blog. Sin usar la palabra "plagio", Slate marcó la oración en su página como "*inaceptablemente cercana*" a la de Frolova y pidió disculpas por las acciones de Duncan.

Duncan, en cambio, sí usó la palabra "plagio[47]". En un extenso posteo[48] en su blog justifica lo que hizo: "*Probablemente sí vi su blog hace meses, cuando escribió la frase. En el tipo de reacción exagerada que ya es típica en estas situaciones, la mujer actuó como si yo hubiera intentado asesinarla.*" y declara que el plagio no intencional es algo perfectamente común. Responder de forma vehemente a una acusación suele amplificarla, y Duncan no volvió a escribir para sitios de cultura.

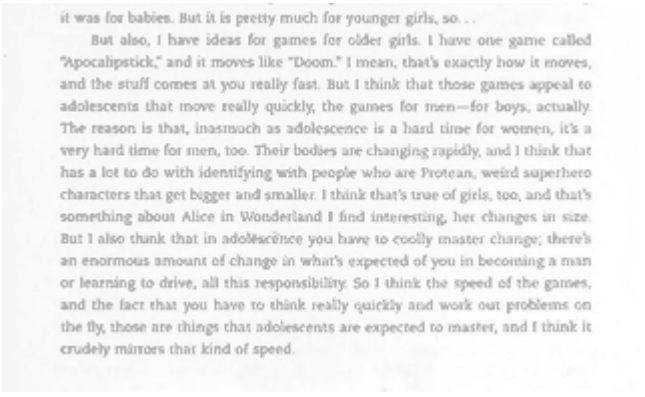
Unos días antes de postear esa respuesta, la vecina de Theresa denunció que la guionista la había acusado de ser una espía para los cienciólogos, gritándole "*prostituta de secta*" desde la otra punta de la playa. **En agosto, el dueño del departamento en Venice Beach les envió una carta de desalojo.** Se mudaron al monoambiente que Blake usaba como su estudio, hasta que el artista aceptó en diciembre un puesto de consultor en Rockstar en New York. La aventura de Los Ángeles había terminado.

6. Apocalipstick

Theresa Duncan no volvió a trabajar en la industria de videojuegos después del lanzamiento de Zero Zero, pero en febrero de 2006 reveló que en la larga espera de Alice Underground había hecho el intento de vender un juego ambientado en Los Ángeles. Su nombre era **Apocalipstick**, referencia a una canción[49] de Jane Birkin y, de paso, un acrónimo muy Duncan que mezcla el fin del mundo y el lápiz labial.

En una entrevista al medio **LAist**[50] Theresa cuenta detalles sobre el juego: "*involucra a los supervivientes de un cataclismo destructivo que encuentran las pocas películas que quedan, que resultan ser únicamente elegantes films de los años treinta al estilo de 'The Thin Man'. Un grupo de rebeldes recrea la vida basándose en el Club Stork neoyorquino, las telas venecianas de Fortuny y las armas del glamour: labiales envenenados y*

perfume rociado en los ojos, con las que luchan contra un personaje a lo Walt Disney que quiere que todo sea alegre, infantil y conducido por autómatas como los del paseo 'It's A Small World'."



it was for babies. But it is pretty much for younger girls, so. . .

But also, I have ideas for games for older girls. I have one game called "Apocalipstick," and it moves like "Doom." I mean, that's exactly how it moves, and the stuff comes at you really fast. But I think that those games appeal to adolescents that move really quickly, the games for men—for boys, actually. The reason is that, inasmuch as adolescence is a hard time for women, it's a very hard time for men, too. Their bodies are changing rapidly, and I think that has a lot to do with identifying with people who are Protean, weird superhero characters that get bigger and smaller. I think that's true of girls, too, and that's something about Alice in Wonderland I find interesting, her changes in size. But I also think that in adolescence you have to coolly master change; there's an enormous amount of change in what's expected of you in becoming a man or learning to drive, all this responsibility. So I think the speed of the games, and the fact that you have to think really quickly and work out problems on the fly, those are things that adolescents are expected to master, and I think it crudely mirrors that kind of speed.

de "From Barbie to Mortal Kombat"

de "From Barbie to Mortal Kombat"

Apocalipstick era un concepto con el que Duncan coqueteaba desde los '90, cuando quizás para retrucar a la prensa que buscaba enfrentarla con los juegos violentos lo describía como una variante de Doom. Para la diseñadora, el ritmo frenético de estos juegos tenía que ver con la velocidad de los cambios en la adolescencia: *"el hecho de tener que pensar muy deprisa y resolver problemas sobre la marcha son cosas que se espera que los adolescentes dominen, y creo que los juegos de acción reflejan crudamente ese tipo de velocidad."*

A principios de 2007, cuando alquilaron el cuartito arriba de la iglesia en **Greenwich Village**, ni Duncan ni Blake parecían tener proyectos a futuro. Blake viajaba todos los días a las nuevas oficinas de Rockstar, que estaban a solo una cuadra de las que había inaugurado como parte del equipo inicial. **Duncan pasaba las tardes conversando con el pastor de la iglesia, un activista llamado Frank Morales muy activo en la comunidad conspiranoica de la ciudad.** Amigos y conocidos coinciden que el consumo alcohólico de la pareja había

aumentado de forma notoria. Blake se llevaba una petaca de **Maker's Mark** a la oficina y lo único que había en la heladera eran botellas de **champagne**.

Sin embargo, la vida continuaba. Theresa se concentró en hacer el departamento habitable, empezaron a organizar reuniones para sus viejos amigos, y Jeremy estaba a punto de abrir una nueva exhibición con obras de un tinte aún más oscuro y cinematográfico que la trilogía Winchester. El aumento de vida social hizo que los blogs de Duncan se volvieran más breves, simples citas de autores en las que hoy es imposible no intentar buscar una conexión con el estado mental de su autora.



En abril The Wit of the Staircase resucitó con posteos más largos relacionado con las nuevas obsesiones de Duncan, que incluían el esoterismo y las conspiraciones. A pesar de haber dejado Los Ángeles, la pareja insistía con que los cienciólogos los seguían observando, y Blake tomó la decisión de comprar un arma. Morales, preocupado por las acusaciones, ofreció contactarlos con un locutor radial conectado con los movimientos de "verdad" del 11 de septiembre: **Alex Jones**, hoy una polémica figura de la ultraderecha norteamericana.

Cerca del final, los posts del blog se vuelven crípticos. Hablan de conspiraciones[51] y de paranoia, o son simplemente ataques feroces a enemigos o gente que Duncan percibía así, desde una pareja de críticos

de arte[52] o la ex de Blake Mary Gaskell[53] hasta el director Francis Ford Coppola[54]. Los posteos de la "Sociedad Lunar" incluyen referencias oblicuas a conflictos y persecución, o directamente a la teoría[55] de un autoatentado a las **Torres Gemelas**.

Amigos y conocidos coinciden que algo andaba mal con Duncan en julio de 2007. Se había vuelto a distanciar de gente querida a la que acusaba de lo mismo de siempre: ser cienciólogos encubiertos y conspirar en contra de la pareja. El 3 de julio Blake y Duncan decidieron no participar de un evento para la iglesia de Morales que ella misma había organizado y terminó viendo desde su galpón. Según recuerdan[56] amistades, Jeremy y Theresa *"estaban experimentando una visión conjunta que predecía que la parrilla iba a explotar y lastimar a Theresa."*

Una semana después, el 10 de julio a las 3 de la tarde, Blake se encontró con Duncan para almorzar fuera de la rectoría. Nadie sabe de lo que hablaron, pero fue la última vez en la que alguien vio a Duncan con vida. Jeremy volvió a Rockstar y regresó al departamento sobre la rectoría a las 7. Theresa ya había tomado su decisión.



Buscando reconstruir los últimos días de Duncan, los entrevistados coinciden en que los monólogos paranoicos y episodios violentos por parte de los dos habían aumentado en días anteriores, pero nadie esperaba este acto por parte de Theresa, que nunca había expresado en privado ideas suicidas. Los amigos de Jeremy, lógicamente, se turnaron para vigilarlo durante 24 horas, pero cuando insistió en volver a su trabajo en Rockstar entendieron que el artista necesitaba volver a la normalidad para procesar su duelo. **Ese mismo día se metió desnudo al mar, para nunca más salir.**

Después vino la narrativa. Los medios neoyorquinos publicaron notas apresuradas en julio y agosto analizando el caso y proponiendo teorías necesariamente superficiales. La paranoia era lo único en lo que los testimonios coincidían, y entre los documentos a los que tuvieron acceso los medios había una **propuesta de demanda a la Cienciología que se extendía a lo largo de 26 páginas**. En ella, Duncan acusaba directamente a **Tom Cruise** de cancelar Alice Underground en Paramount.

El artículo[57] de Nancy Jo Sales para Vanity Fair, publicado meses después de los hechos, es el más completo en términos de investigación y revela el rechazo de la familia de Blake por Theresa, **marcando las diferencias de clase social que ponen la relación de pareja en otro contexto.** No es que el artículo sea particularmente comprensivo con la depresión de la autora, ya que a la vez alimenta la narrativa que en otras investigaciones era solo subtexto: ella estaba loca, creía que su carrera profesional había terminado, y lo arrastró a él a su autodestrucción.

Amigos cercanos de Blake y Duncan conocían la simbiosis de la pareja y años después expresaron otra mirada. A pesar de que la angustia de los dos no se manifestaba como la depresión clásica, la romantización de la muerte era parte de la obra de los dos, desde los tres años de paseo de Blake por la casa Winchester hasta el ataúd en el que termina la carrera del personaje de The History of Glamour. El librero Cary Loren recuerda[58] la obsesión de Duncan con el doble suicidio del poeta **Harry Crosby** y su amante Josephine, y es difícil no relacionar su historia de paranoia y suicidio con los de la actriz **Jean**

Seberg (un caso que la misma autora había resaltado en su blog[59]), efectivamente perseguida por el FBI y su ex marido **Romain Gary** un año después por su propia mano.



Y por supuesto, más de un artículo sobre los suicidios menciona la película favorita de Blake, la adaptación de 1973 de Robert Altman de **El Largo Adiós**, que incluye una impactante escena en la que el personaje interpretado por William Holden se quita la vida de la misma forma que lo hiciera el artista. En la novela original de **Raymond Chandler**, uno de los autores noir que Duncan amaba, también se quita la vida la mujer del personaje, con una mezcla de alcohol y calmantes.

Theresa Duncan era una magistral curadora de su propia vida. El personaje que mostraba a medios, lectores y hasta sus propios amigos era una construcción artificial, y la sensación que dejan las entrevistas posteriores a su muerte es que aceptar este juego era una especie de pacto tácito entre Duncan y la gente que la quería. Como si otorgar a Theresa y Jeremy la potestad de elegir su propia muerte demostrara que no eran víctimas de una dolencia mental sino que seguían en control de sus facultades.

Pero Internet no propicia los finales cerrados, y había una tercera narrativa que se estaba formando alrededor de las muertes. Blake no tenía presencia en redes sociales, pero los más de 500 posteos de Duncan habían hecho creer a una masa humana que conocían a la autora, para bien o para mal. Los fanáticos se aferraban a su teoría del juego de realidad alternativa en posteos que demostraban lo profundo que habían calado las acusaciones de Theresa en la comunidad conspiranoica. Los detractores (que se hacían llamar

"**Duncanologists**") revisaban obsesivamente cada informe sobre el caso, cada palabra de Theresa y las declaraciones de amigos y conocidos para explicar cómo ella misma, a fuerza de mentiras y traición, había causado esta tragedia para ocultar su propia falta de talento.



El blog de Theresa Duncan se actualizó automáticamente dos veces más, con posts programados por la autora.

El blog de Theresa Duncan se actualizó automáticamente dos veces más, con posts programados por la autora.

El tiempo pasó. Los duncanologists se aburrieron y pasaron a otros casos. La exhibición de Blake se volvió un homenaje y la familia del artista maneja su obra a través de uno de los galeristas que conocía. La paranoia de la pareja inspiró un capítulo particularmente malo de **La Ley y el Orden**[60]. El artículo de Vanity Fair se convirtió en guión que durante cuatro o cinco años pasó de las manos del director Gus Van Sant a **Gaspar Noé**, y finalmente, como Alice Underground, al éter.

Ni Sales, ni Kate Coe, ni los bloggers obsesivos, ni los amigos que escribieron después parecen haber prestado mucha atención a la última colaboración de Theresa Duncan y Jeremy Blake.

En febrero de 2007 Duncan publicó su último trabajo de ficción: un cuento de 10 páginas llamado **"Topographers"** (Topógrafos), ilustrado por Blake para la revista literaria **Bald Ego**. No es una obra particularmente accesible. La historia cruza a tres personajes históricos: el millonario **Abbott Kinney** (una de las obsesiones de Duncan), el mago

Harry Houdini y su némesis la médium **Mina Crandon** en un viaje esotérico a través de la historia y cultura de Los Ángeles, en un estilo enrevesado y pynchonesco que recuerda a los posts de la "Sociedad Lunar".



"We Ought to Have Topographers"

—MONTAIGNE

by THERESA DUNCAN

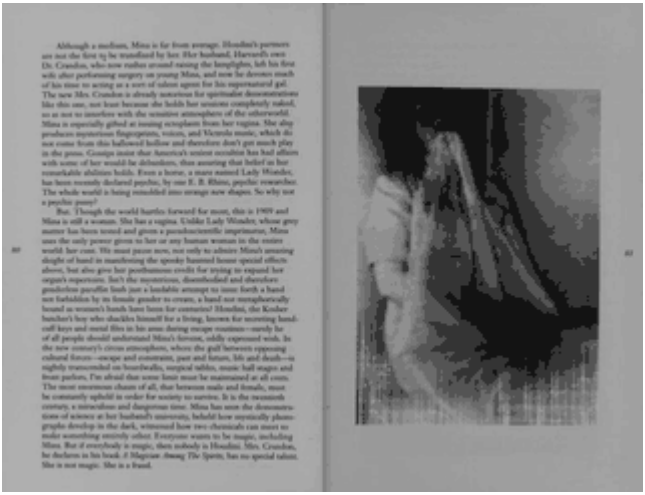
and by JEREMY BLAKE

Chrome and glass headlights, a rare and rare nighttime occurrence, roll over the dark, highlighting the things they choose to fall on like a rarest swept over evening's dim futurism moment. If you aren't used to automobile travel, which nobody is in 1909, the speed and strange visual distortions of the ride are as weird as any fantasy Jules Verne subterrene trip, as vertiginous as the virtual reality software which will someday be developed by precocious students at the Massachusetts Institute of Technology over yonder. Now the stone steps of a Beacon Hill townhouse are washed suddenly white like the hull of a small wrecked boat glimpsed at the bottom of a dark lake as Harry Houdini's Model T rolls to the curb with the chugging, stuttering jakopi noise we now know best, and inaccurately, from old movies. The car that carries Harry is designed by Joseph A. Galusch and Eugene Farkas. Like the great conjurer, they are Hungarians. The design duo, with their vaguely Count Dracula accents, hunch all day like mad surgeons over engine components splayed out like scavenged body parts, supervised personally by Henry Ford. Come evening Ford heads to Detroit Palestine Masonic Lodge #357 to don a fez and climb the Masonic pyramid toward the 33rd degree, there to plot Fordism and other secret satanic future shopping societies. History shoots out in all directions tonight like Tesla's bouncing global lightning. It's all so exhausting, it's all so quickly Modern. Everyone wants to be magic.

Blink. The headlights are extinguished. Harry Houdini, short, taut, handsomely muscular from his escape-contortions, alights from the car and steps nimble like into the merely gas lit street. Two men already waiting on the street corner silently fall in behind him and climb the steep to the four story townhouse. The conjurer's finger is extended to press a button and voila, a bell sounds somewhere deep within. Ring-Bong! Another death knell for the old, dark world. We stand now not on any stable present, but straddle the past and future as the crack between the two opens, accelerates, and widens like a funhouse attraction where patrons must leap to one side Now! before the chasm sends them hurtling down a long corkscrew slide and ejects them through a pursed clown's mouth. Past or future, take your choice, but do it fast. It's the last month of the last year of the first decade of the Twentieth Century Bing-Bang! The present is out of style.

Un detalle llama la atención. **El cuento está ambientado en los últimos días de 1909, y fue escrito casi exactamente una década después de Zero Zero, la fantasía parisina CD-ROM de Duncan de 1899.**

En "Topographers" Crandon - *"la ocultista más sexy de los Estados Unidos*" - parece ser otra manifestación ficcionada de Theresa filtrada a través de esa figura icónica de la historia mágica norteamericana, que Houdini intentó una y otra vez desacreditar: *"Todos quieren ser magia, incluyendo a Mina. Pero si todos son magia, nadie es Houdini. 'La señorita Crandon, declara en su libro 'Un mago entre espíritus', no tiene talento especial. Es un fraude.'"*

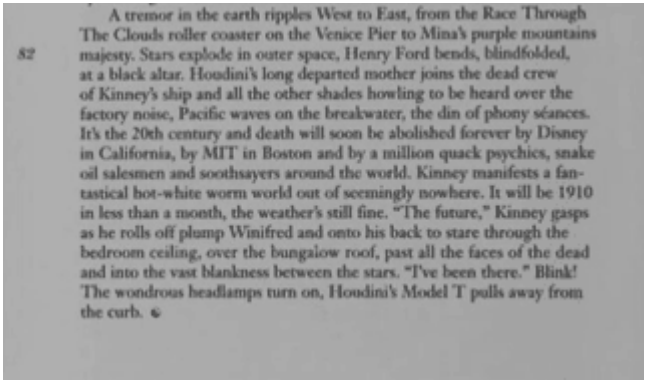


El tono del cuento se vuelve desesperante, angustioso, y pasajes enteros que hablan de Kinney y Houdini podrían ser monólogos internos sobre la fallida experiencia angelina de la autora. O no. Filtrar ficción en busca de conexiones que otros no hayan podido o querido ver es una tentación tramposa. Citando al admirado Pynchon de Duncan, "*Si hay algo reconfortante -religioso, si se quiere- en la paranoia, es que también existe la anti paranoia, en la que nada está relacionado con nada, una condición que pocos de nosotros podemos soportar durante mucho tiempo*".

Tan cerca de las muertes de autora e ilustrador, la prosa frenética de "Topographers" contrasta con el futurismo esperanzado de Zero Zero. **Y es en las últimas líneas del cuento que la conexión entre las dos obras se hace explícita.**

Aquel CD-ROM de 1997 termina con la limpiachimeneas Pinkée embelesada con los fuegos artificiales que anuncian el nuevo siglo: "*¡El futuro!*", exclama la niña parisina, "*¡Aquí estamos!*".

El cuento de 2007 termina con una sesión de sexo y espiritismo entre Kinney y Duncan plagada de fantasmas y visiones apocalípticas del pasado y el presente. "*El futuro*", dice Kinney viendo hacia la inmensidad vacía más allá de las estrellas, "*ya estuve ahí*".



82

A tremor in the earth ripples West to East, from the Race Through The Clouds roller coaster on the Venice Pier to Mina's purple mountains majesty. Stars explode in outer space, Henry Ford bends, blindfolded, at a black altar. Houdini's long departed mother joins the dead crew of Kinney's ship and all the other shades howling to be heard over the factory noise, Pacific waves on the breakwater, the din of phony séances. It's the 20th century and death will soon be abolished forever by Disney in California, by MIT in Boston and by a million quack psychics, snake oil salesmen and soothsayers around the world. Kinney manifests a fantastical hot-white worm world out of seemingly nowhere. It will be 1910 in less than a month, the weather's still fine. "The future," Kinney gasps as he rolls off plump Winifred and onto his back to stare through the bedroom ceiling, over the bungalow roof, past all the faces of the dead and into the vast blankness between the stars. "I've been there." Blink! The wondrous headlamps turn on, Houdini's Model T pulls away from the curb. ☯

7. Topographers

Al intentar encajar a Duncan en el contexto más amplio de la historia del gaming, se complica encontrar un lugar para sus CD-ROMs. Los números de Magnet y Nicholson NY revelan que muy pocas unidades se produjeron, aún menos se vendieron y por lo tanto casi no fueron jugados. Se escribió sobre estos juegos en medios masivos y análisis académicos, pero la prensa especializada los ignoró por completo, lo que parece haberlos excluido de la historia "oficial" junto a otras aventuras gráficas, juegos infantiles y proyectos independientes.

Pero esa es solo una forma de ver la historia. Para medir de forma objetiva el impacto de un juego se pueden calcular las cifras de ventas, los puntajes de críticas y hasta proyectar el consumo de copias piratas, pero la influencia de un juego en otros diseñadores y en aspectos de la industria es difícil de evaluar en términos absolutos. En el caso de los juegos de Theresa Duncan, que en los cálculos más optimistas jugaron unos pocos miles de personas, **la defensa más entusiasta de su obra vino décadas después, de parte de historiadores que ni siquiera habían podido jugarla en su momento.**

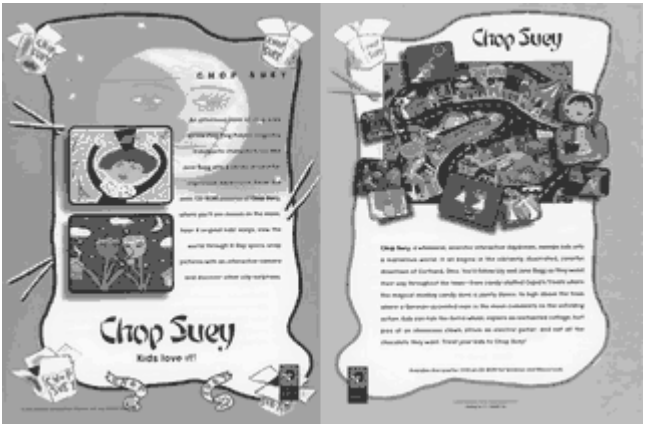


En mayo de 2012 la periodista especializada **Jenn Frank** escribió un artículo[61] para Vice sobre Chop Suey. El estilo Gawker todavía estaba de moda, y el titular llama la atención de inmediato: "**En el panorama de chatarra Barbie de los 90, Chop Suey la pegó con los juegos para chicas**". Frank celebra que Duncan "*se atrevió a representar la imaginación salvaje de alguna niña de 7 a 12 años*" y hace un breve recuento de la carrera de la diseñadora usando las mismas fuentes que este artículo (la entrevista del libro de Jenkins y Cassell, el perfil de Salon, la nota de Vanity Fair), lamentando que la cobertura de su muerte haya opacado su obra como diseñadora.

Como había contado antes en su necrológica[62] de Duncan de 2007, Frank no jugó Chop Suey hasta una década después de su lanzamiento. Estuvo años buscando el juego luego de un artículo publicado en la revista **Bitch** y una foto de Duncan en un perfil de la publicación canadiense **Shift**. Todos los que escribimos sobre videojuegos tenemos un **santo grial** parecido: un juego que podría ser la conexión entre dos épocas. Cuando finalmente lo encontramos, suele decepcionarnos.

En el caso de Frank no fue así. El artículo de Vice de 2012 ofrece una mirada adicional, con mayor contexto, sobre los logros de Chop Suey para finalmente lamentarse: "*La lenta reconversión de Chop Suey*

en algo menos que un gran logro es, en sí misma, trágica. Internet ha sido un cruel documentalista, convirtiendo poco a poco a Chop Suey de un 'objeto del pasado' a un 'objeto que nunca fue'".



En ese momento Frank no tenía forma de saber que sería una de las arquitectas de la restauración de la obra de Duncan y de su lugar en la historia del gaming. Solamente tenía que sobrevivir a la más violenta **campaña organizada de abuso** que haya azotado a la prensa de videojuegos.

Frank fue una de las redactoras más activas de la era de los grandes blogs de gaming, y por lo tanto, uno de los blancos directos de **GamerGate**, la campaña de odio que en 2014 marcó un antes y un después en la relación entre los medios, la comunidad y la industria.

GamerGate se propugnaba como un movimiento espontáneo a favor de la ética en el periodismo de los videojuegos cuando en realidad era **un proyecto organizado, de corte ideológico conservador, que buscaba eliminar las ideas progresistas de la prensa especializada.** Pero uno de los preceptos de la discusión civilizada es la buena fe, y lo que parecía apropiado era tener esta conversación sobre ética en los términos que cada parte decía defender, y por lo tanto los editores de manual de los sitios de gaming dejaron vulnerables a sus periodistas cediendo ante demandas ridículas que pedían una transparencia imposible en la cobertura.

La confusión era tal que un artículo en el que Frank denuncia[63] la campaña en el medio masivo **The Guardian** - uno de los diarios más confiables del planeta - termina con una nota al pie que revela una conversación entre la autora y los editores en la que se cede a este tipo de exigencias de mala fe de transparencia periodística: "*La siguiente nota a pie de página se añadió el 5 de septiembre de 2014: Una nota a pie de página anterior, añadida el 1 de septiembre, aclaraba que Jenn Frank había comprado y es seguidora de la obra de Zoë Quinn, aunque este es el primer artículo que escribe sobre la desarrolladora, y que Frank también ha conocido brevemente a Anita Sarkeesian. Estos hechos habían sido incluidos como nota a pie de página por Jenn Frank cuando archivó su copia antes de la publicación, pero fueron eliminados por los editores porque no cumplían los criterios para una "conexión significativa" de acuerdo con las directrices editoriales de The Guardian. Sin embargo, The Guardian desea dejar claro que fue una decisión editorial, y no de la autora, la de eliminar la información original, y nos complace haberla restablecido en aras de la plena divulgación.*"


The following footnote was appended on 5 September 2014: An earlier footnote, appended on 1 September, made clear that Jenn Frank had purchased and is a supporter of Zoë Quinn's work, although this is the first article she has written on the developer and that Frank has also briefly met Anita Sarkeesian. These facts had been included as a footnote by Jenn Frank when she filed her copy before publication but removed by editors because they did not fulfil the criteria for a "significant connection" in line with the Guardian's editorial guidelines. However, the Guardian wishes to make clear that it was an editorial decision originally to remove the original disclosure, not one made by the author, and we are happy to have restored it in the interests of full disclosure.

Explore more on these topics

Games Controversy Game culture Indie games PC Women comment

Reuse this content

Frank, con toda justificación, no soportó la tormenta de ataques posterior a este artículo y como lo harían varias escritoras vitales para el medio (**Leigh Alexander**, **Cara Ellison**, **Mattie Brice**) en los años posteriores a la campaña, se retiró del periodismo de videojuegos.

Es en este contexto que la organización **Rhizome**, dedicada a preservar arte y cultura digital, anunció en noviembre de 2014 sus intenciones de restaurar los CD-ROMs de Theresa Duncan. Rhizome no es una fundación dedicada a la historia de los videojuegos, sino que parte de su misión de fomento del arte digital consiste en rescatar

obras que por cuestiones de plataformas o derechos de autor son imposibles de experimentar en su estado original. El proyecto proponía usar software open source para alojar versiones emuladas en servidores remotos, evitando los problemas legales que implicaría la descarga de una imagen de CD-ROM.

No fue una casualidad que Rhizome eligiera a Duncan en medio de una campaña de abuso que apuntaba a diseñadoras y divulgadoras abiertamente feministas como **Zoe Quinn** y **Anita Sarkeesian**. En una entrevista[64] a The Verge que coincidió con la publicación de los juegos en el sitio de Rhizome, su curador **Dragan Espenschied** reconoció que su reacción a la campaña fue el motor del proyecto, y explicó que poner a Duncan en su contexto histórico es una forma de retrucar la falacia de que el gaming es un espacio históricamente masculino. Ni Espenschied ni Frank pudieron evitar que, como en la época en la que Duncan lanzó sus CD-ROMs, los juegos resultasen más interesantes para medios generalistas (Vice[65], Gawker[66], Huffington Post[67]) que parecían más dispuestos a hablar de GamerGate que la prensa especializada.



La presentación de Rhizome de los CD-ROMs de Theresa Duncan. Foto de Phil Salvador para The Obscuritory .

La presentación de Rhizome de los CD-ROMs de Theresa Duncan. Foto de Phil Salvador para The Obscuritory .

Esta tardía canonización recontextualiza a Duncan como una heroina feminista, una precursora en términos de interacción, estructura y temática, barriendo bajo la alfombra sus contradicciones incómodas, su desinterés general por el desarrollo de videojuegos y su frustración con lo que el resto del movimiento improvisado "Girl Games" estaba haciendo.

Entre las notas del curador de los CD-ROMs hay una frase de Duncan que sugiere que el contenido infantil no debería ser diluído por cuestiones morales ("*Mucha gente proyecta una fantasía de pureza e inocencia en los niños, pero eso les quita mucha de la riqueza de la vida*"), y esta exhibición permanente, más allá de sus buenas intenciones, parece hacer lo mismo: **proteger la idea de estos videojuegos feministas de la fascinante complejidad de una autora muy poco interesada en representar un modelo a seguir para otras generaciones.**

¿Se puede contar la historia de Duncan, por ejemplo, sin hacer referencia a su belleza y las puertas que abrió? No es un obstáculo para el objetivo inspirador de la colección. En la necrológica[68] de 2007 Jenn Frank escribe: "*ayer le enseñé a mi amiga MJ una entrevista en un número de Shift: 'Theresa Duncan: la chica de moda de Silicon Alley'. Y le dije tipo, ¿no es hermosa? ¿Podés creer que hizo este juego? Porque era un poco como sostener Guerra y Paz y luego revelar que lo había escrito, no sé, alguien inesperadamente bello, en lugar de Tolstoi.*" Más adelante le da forma a esta sensación: "*a los 15 años tenía la idea de que no sería Roberta Williams ni Jane Jensen, pero algún día podría convertirme en Theresa Duncan y crear juegos de arte punk increíblemente vanguardistas, cada uno de ellos una carta de amor a mi yo más joven y a las cosas que había amado y a las cosas que, en mi infancia, me había perdido.*"



Duncan en París, 1995 (del blog de Robin Blake)

Duncan en París, 1995 (del blog de Robin Blake)

Su imagen era un arma de doble filo, y tanto en su obra como en sus entrevistas habla tanto del poder que le da el glamour como de la sensación de perder el control de cómo se ve representada. Si se va a contar la historia de una asistente que un día pateó la puerta de un ejecutivo para venderle un juego diseñado en media hora, hay que explicar de dónde venía la confianza sobrenatural de Duncan. **Hay que hablar de clase, de cosificación, de las cosas que la industria valora y de las que sofoca.** Y también hay que hablar de su furia, su paranoia, sus contradicciones y sus limitaciones en términos de representación. O de su formación autodidacta, voraz e irregular. O de su juego de ajedrez con la prensa. Aspectos que bajan de los cielos a la heroína distante de las notas de Rhizome y la hace más parecida a nosotros o a los futuros talentos que podría inspirar.

Es fácil jugar Chop Suey y quedar impresionado por el contraste del cuento infantil con el humanismo descarnado de la historia de la tía Vera, una mujer que cometió errores, tiene problemas, pero resulta

inspiradora para las hermanitas que la idolatran. De la misma forma en la que Duncan confía en su audiencia para entender a Vera sin juzgarla, **la colección de Rhizome parece una oportunidad perdida para hacer lo mismo con la vida complicada pero vibrante de Theresa.**

Los juegos de Duncan están fascinados con las vidas de personajes que en otras historias infantiles no harían más que cumplir la función de avanzar la historia de las "verdaderas" protagonistas. Esa generosidad por la gente que la historia deja atrás se refleja en cientos de entradas de su blog, en especial las que hablan de personajes polémicos con los que se identifica: Seberg, Roman Polanski[69] o la periodista Oriana Fallaci[70]. Por supuesto, se percibe algo de morbo en la mirada de Duncan, pero su opuesto, el pudor, suele ser un escudo que protege al lector más que a su objeto.



No hay fotos de Theresa Duncan en el material que Rhizome comparte. No hay mención de su muerte, de su quiebre con Gesue, de la burbuja económica que posibilitó la creación de sus juegos, ni de la forma en la que la autora evolucionó las ideas de los CD-ROMs en su mediometraje y su blog. **Los juegos no están acompañados de scans de las**

portadas, de los discos, o del material adicional que incluyen. Tampoco podemos ver las piezas publicitarias y los infinitos perfiles que se usaron para promocionarlos. Los CD-ROMs flotan como cadenas de datos, objetos virtuales atemporales, rodeados de las citas más potables de Duncan sobre la teoría detrás de su construcción, dejando atrás las experiencias personales que los hicieron posibles.

Como expone[71] la historiadora **Laine Nooney** en un paper sobre la diseñadora de videojuegos **Roberta Williams** y su lugar en la historia, la industria necesita sus pioneras en ciertos períodos históricos para equilibrar de alguna forma su narrativa de club de hombres: "*Roberta ocupa un pedestal más que un contexto, funcionando como la muesca de equilibrio de género en una línea de tiempo de la historia del juego que está más que feliz de acogerla como una temprana representante única de 'las mujeres y los juegos'*". En el caso de Duncan, el contexto es inseparable de una obra profundamente autobiográfica que habla de su infancia, sus fetiches y sus amores.

Si los juegos de Duncan son valiosos no es por sus ventas o su difícil de medir impacto cultural. Vale la pena preservarlos porque son la expresión de una mirada personal y sí, rabiosamente femenina en una industria tímida, que prefiere pensar los juegos como un espacio expresivo para el usuario y no una conversación con un autor.



Duncan usó todas las armas que tenía a mano para plasmar esa visión autoral. Aprovechó su belleza, quemó los puentes que tuvo que quemar y terminó su carrera fugaz en los videojuegos con tres obras notables. Lo que celebramos de Duncan, entonces, es lo mismo que reconocemos de cualquier héroe masculino complicado: **la firmeza para hacer realidad una visión autoral, aprovechar las circunstancias y tomar por sus medios el control que nadie le ofreció de buen modo.**

Theresa Duncan era brillante y era una fabuladora compulsiva. Era colaboradora y era una individualista. Podía ser curiosa y podía ser cortante. Sabía decir lo que otros querían escuchar para abrirse puertas y que a la vez tenía un rechazo profundo por la cultura corporativa, aún la que se relacionaba con el gaming para mujeres. **"Y", no "pero".** Porque si el objetivo es inspirar, lijar los bordes ásperos hace más complicado que los que admiramos a Duncan nos proyectemos a su sombra.

La construcción "Theresa Duncan" es parte de la obra de Theresa Duncan. Y a la vez, es lo que hace tan fácil usar a la autora como prisma para inventar narrativas propias, seas Rhizome, Vanity Fair, o un capítulo olvidable de La Ley y el Orden.

Y este texto, claro, no está exento.

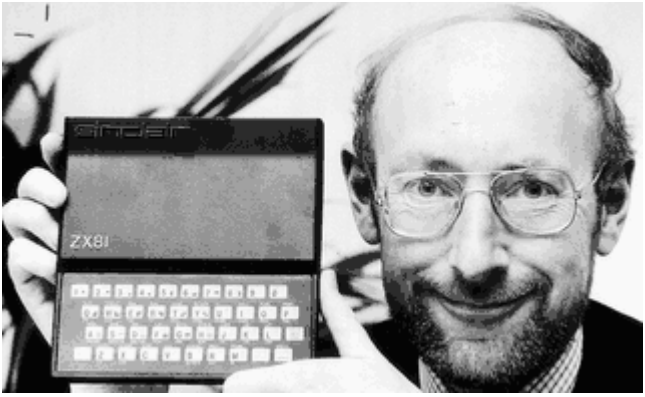
Puede ser que la alarmante extensión, la catarata de links y el mapa de conexiones sea un intento de reproducir la estructura de los juegos, la película y el blog de Duncan. Mi intento de ofrecer un espacio inabarcable, desordenado y contradictorio. Una sala de espejos en los que el lector elija cómo construir su propia Theresa. **Y que cuando todo esté dicho, presione su versión del botón de "Au revoir".**



CRONOTRIPPER (25 DE ENERO DE 2021)

Los héroes de la clase obrera (Reino Unido, 1982-1985)

En solo tres años, la exitosa escena de los "bedroom coders" británicos logró hacer algo que todavía le cuesta a la industria: hablar de clase social desde los videojuegos.



El gaming comercial es **escapismo**. Fantasías de poder. Portales a otros mundos y todo eso.

O por ahí es un poco **más**.

A principios de los ‘80, una comunidad informal de desarrolladores británicos de clase media y baja logró acceder a computadoras personales que, por única vez en la historia, estuvieron al alcance de la mano de casi cualquiera. Los juegos que hicieron en esos garajes, sótanos y dormitorios adolescentes sobreviven como un registro de **una escena vehemente**, heterogénea, ferozmente local.

Los desarrolladores ingleses de la época elegían representar el mundo que los rodeaba. Un poco por instinto, un poco para diferenciarse del producto norteamericano y japonés. Crearon **personajes** que reflejaban los conflictos sociales del momento. Recrearon **espacios urbanos** que habían recorrido mil veces. Nos dieron **historias** que representan un faro. Un camino, o una advertencia, que la industria de hoy no debería ignorar.



Las bibliotecas también ofrecían el uso limitado de computadoras personales a los que no podían acceder a ellas (imagen del documental From Bedrooms to Billions)

Las bibliotecas también ofrecían el uso limitado de computadoras personales a los que no podían acceder a ellas (imagen del documental From Bedrooms to Billions)

1. Tierra de Garage

El desarrollo de videojuegos nunca fue particularmente **democrático**, pero en los primeros años de la industria estaba limitado a dos grupos.

Por un lado estaban los **pioneros** de los arcades y las primeras consolas, que a lo largo de los ‘70 sentaron las reglas básicas de cómo se diseñaba y comercializaba un videojuego.

Por el otro lado estaban los **estudiantes** de sistemas y carreras similares, que usaban fuera de horario los laboratorios de universidades para crear bocetos de juegos de código abierto, que crecían pasando de mano en mano, como las aventuras de texto **ADVENT[1] (1975)** y **Zork[2] (1977)**.

A finales de los '70 empezaron a aparecer las primeras computadoras personales en los países más avanzados tecnológicamente, pero los valores eran prohibitivos. Una poderosa **Atari 800** costaba mil dólares (unos 3.500 ajustados a la inflación), una **Apple II** era todavía más cara. La **IBM PC** original de 1981 valía 1.565 dólares (4.400 ajustados). Las populares **PC-8000** de NEC, que dieron inicio a la industria del RPG en Japón, valían casi lo mismo. Era un hobby caro.

Pero no en Inglaterra.



En 1980 la empresa **Sinclair Research** lanzó la **ZX80[3]**, una computadora personal diseñada alrededor del microprocesador de bajo costo Z80. Sinclair no era un startup tipo Apple o un titán de la tecnología como IBM, sino una empresa que giraba alrededor de la personalidad de su excéntrico fundador **Clive Sinclair**. Después de una década de éxito con calculadoras científicas y radios portátiles, Clive estuvo al

borde de la bancarrota con Titanics de la tecnología como el carísimo reloj LED (¡en 1975!) **Black Watch** y un televisor portátil que le costó medio millón de libras a la compañía.

Pero la Z80 no era un "**gimmick**". El procesador era poderoso y flexible, y a pesar de sus limitaciones (teclado de goma, imágenes en blanco y negro de baja resolución, tendencia a sobrecalentarse) **la máquina ofrecía una relación precio-calidad insuperable**. 100 libras de 1980, o unos 550 dólares de hoy. 40 menos que lo que costaba la consola más popular del momento, **Atari 2600**[4] (que ya tenía varios años en el mercado)

Casi de inmediato la Z80 de Sinclair generó una escena de programadores independientes, aunque nadie los llamó así en su momento. El nombre que eligió la prensa era el de "bedroom coders" o "programadores de dormitorio", un juego de palabras con el rock de garage de décadas anteriores.

Adolescentes y adultos con mucho tiempo libre, listos para estudiar el (aparentemente, excelente) manual del lenguaje de programación BASIC que venía incluído en la caja de la computadora y compartir conocimiento en revistas que dedicaban la mayoría de sus páginas a largos listados de programas que el usuario debía escribir a mano.

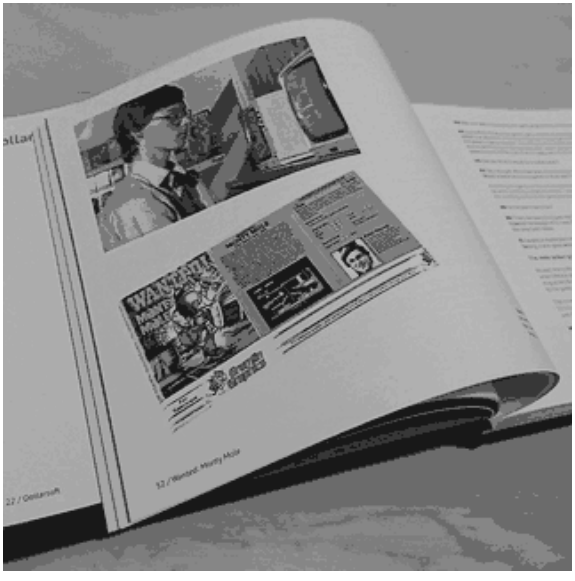
Sir Clive Sinclair muestra orgulloso su última creación.

ZX80 dio paso a **ZX81**, que en 1981 logró insertarse en las escuelas del Reino Unido, junto a la ligeramente más cara y mejor construida (pero no mucho más poderosa) BBC Micro. En abril de 1982 Sinclair lanzó la **ZX Spectrum**[5], y pasó de ser la empresa favorita de los hobbistas a un fenómeno popular.

Los bedroom coders empezaron haciendo lo obvio: copiando los arcades. Entre 1980 y 1982 llovieron los **clones** de **Space Invaders**, **Pac-Man**, **Donkey Kong**. Pero en vez de irse por el lado de la fantasía, estos diseñadores adolescentes buscaban su inspiración en la vida cotidiana.

En su crónica de este período **Speccy Nation**[6], Dan Whitehead señala como el precursor de esta moda a **Horace Goes Skiing** (1982), a simple vista un clon de Frogger, habla de la "dignidad trágica" con la que se mide el valor de la vida de su personaje.

Horace solamente quiere alquilar unos esquís y disfrutar sus vacaciones, pero los puntos de este "moroso testículo incorpóreo" (palabras de Whitehead) se miden en dólares. Con cada accidente se acaba su dinero, y si se acaba su dinero, se acaba su vida. La ambulancia pasa sin molestarse por rescatarlo. "No money no ski."



Peter Harrap y su creación Monty Mole, en una aparición televisiva que marcó la historia del estudio Gremlin (del libro A Gremlin in the Works)

Peter Harrap y su creación Monty Mole, en una aparición televisiva que marcó la historia del estudio Gremlin (del libro A Gremlin in the Works)

2. Hitsville UK

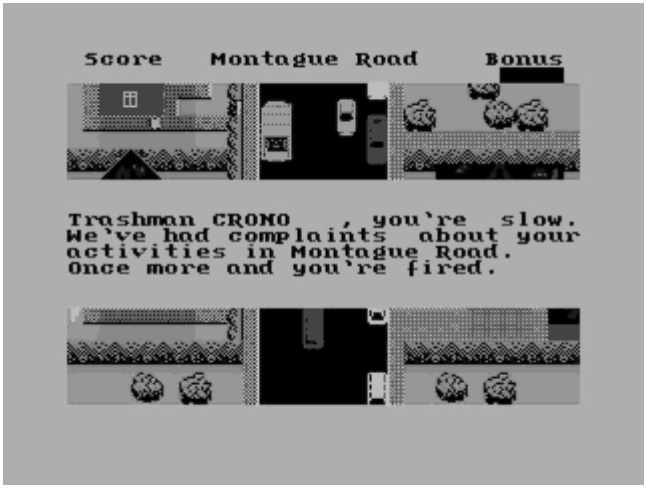
El valor de los juegos era proporcional al de la plataforma. El precio estándar era **£4.99** (£13 actuales, unos 17 dólares), y había una línea entera de juegos "budget" que costaban solamente **£2.99**. Los más caros (los de estudios como **Ultimate** o la condenada **Imagine**[7]) costaban 10 libras, pero se reeditaban casi de inmediato en versiones económicas.

La vida cotidiana parecía ser eternamente fascinante para los bedroom coders, y **los juegos más recordados del catálogo de Spectrum tienen protagonistas de clase media y media baja**. Obreros, buscavidas, alumnos de escuelas públicas.

Skool Daze (1984) por ejemplo, es una comedia adolescente, pero a diferencia de arcades ambientados en colegios como **Mikie** (de Konami, del mismo año), hay una sensación de que hay un mundo más allá del jugador, con sus propios ritmos y rutinas. El arcade clásico es pura estimulación, con la atención puesta siempre en el protagonista, pero el alumno de escuela sabe que el que zafa de las torturas cotidianas de maestros o compañeros es el que llama lo menos posible la atención. Y el que ve una imagen de Skool Daze seguramente ni sepa cuál es el personaje que el jugador está controlando.



Antes de **Paperboy** (1985), una fantasía norteamericana digna de Norman Rockwell, Inglaterra tuvo a **Trashman** (1984). El protagonista tiene que correr atrás de un camión que nunca lo va a esperar, cargando basura a toda velocidad. Como en Horace Goes Skiing, los puntos se convierten en dinero, y no hacen otra cosa que bajar con cada error, hasta que llega el inevitable despido.

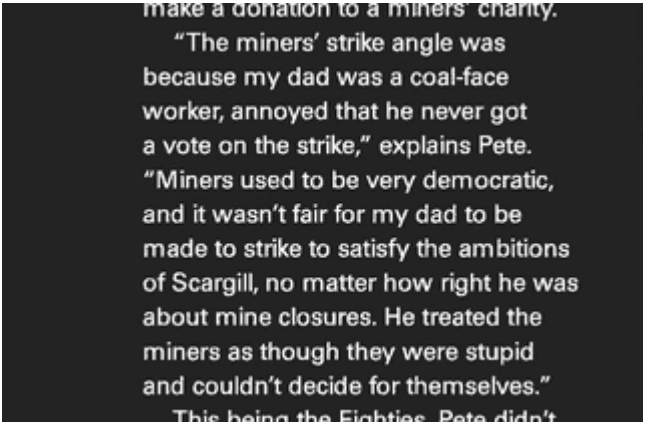


Pero es imposible hablar de la escena británica sin nombrar a **Manic Miner** (1983), un Donkey Kong despojado. El protagonista, **Miner Willy**, no tiene princesa que rescatar ni mono que derrotar, sino una serie de niveles cada vez más peligrosos. Lo único que quiere es escaparse de estas cavernas. La secuela, **Jet Set Willy** (1984) lleva la comedia a un estilo **Monty Python,** con referencias directas como el pie que aplasta a Willy al final de cada nivel. Willy escapa de las cavernas del primer juego con un tesoro que vale fortunas, pero su vida de millonario también es una tortura. Después de una fiesta decadente, su propia casa se rebela contra él.

No es casualidad que Willy sea un minero. Desde el principio de la década se dieron conflictos entre los sindicatos mineros y el gobierno de **Margaret Thatcher**, que culminaron en la huelga de 1984-85. Un

quiebre que se hizo eco en la cultura pop, desde la música de **The Smiths** y **Sting**, hasta las películas de **Ken Loach** y, de rebote, el gaming.

Peter Harrap, hijo de uno de los mineros afectados por los conflictos laborales, diseño a los 19 a **Monty Mole**, una mascota a lo Mario que protagonizaría una larga serie de juegos de plataformas. Pero mientras Mario es plomero de nombre, Monty trabaja de minero, y en su primer juego **Wanted: Monty Mole** (1984) decide cruzar los piquetes e ir contra su propio sindicato para alimentar a su familia en medio de la huelga. La mirada de Harrap no era políticamente muy compleja, pero introducir un tema social vigente a un juego no tenía precedentes. Monty tuvo varias secuelas, menos agudas pero más comerciales.

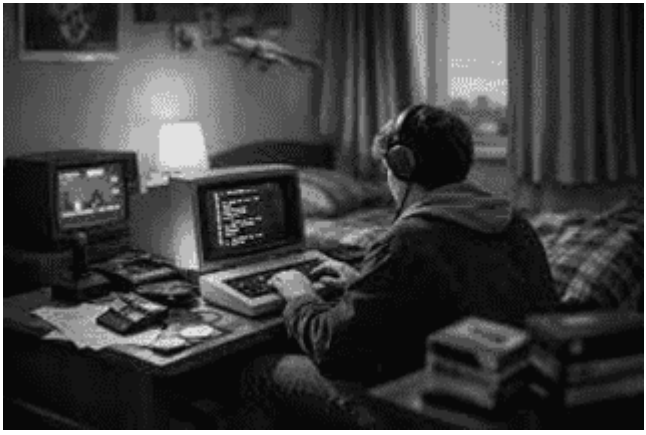


Harrap no estaba exactamente de acuerdo con la huelga minera (del libro ZX Spectrum de la revista Retro Gamer)

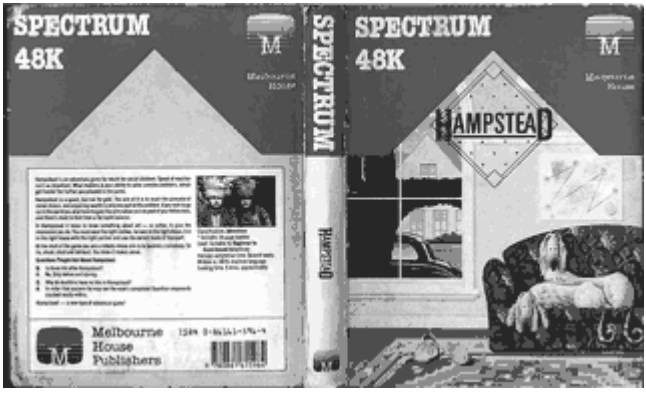
Harrap no estaba exactamente de acuerdo con la huelga minera (del libro ZX Spectrum de la revista Retro Gamer)

Los juegos de **Wally Week** de **Mikro-Gen** iban por el costumbrismo, una sátira de la vida cotidiana protagonizada por trabajadores. Hasta hay un plomero, pero no rescata princesas exactamente. En el

genial **Everyone's a Wally** (1985), el protagonista debe robar un banco para pagar a sus empleados en una épica suburbana que se ríe de la vida gris de un típico pueblo británico.



El jugador no solo controla a Wally, sino a varios personajes más, en una mezcla de aventura gráfica y juego de plataformas que se haría muy popular en la Inglaterra de los '80. La velocidad de ZX Spectrum no se prestaba para arcades frenéticos, y los juegos de la época mezclan saltos moderados con mucho texto. **Un equilibrio entre narrativa y acción** que resulta muy influyente en indies modernos como **Night in the Woods** (2017).



El cassette de Hampstead lo promocionaba con ironía como "un juego para los que quieran escalar socialmente"

El cassette de Hampstead lo promocionaba con ironía como "un juego para los que quieran escalar socialmente"

3. Perdido en el Supermercado

Monty Mole y **Wally Week** eran los "héroes de la clase obrera" que conquistaron al público. **Caricaturas costumbristas** que se reían de una retórica partidista que buscaba convertir al trabajador en criminal. No estaban muy lejos del humor popular de la radio y la televisión, y **la conexión con la realidad no implicaba un comentario social**. Sus creadores eran adolescentes y (al menos en ese momento) **apolíticos** (aunque hay algo intrínsecamente político en el acto de apropiación de convertir a Mario y Frogger en mineros y mecánicos.)

Pero con el paso de los años los bedroom corders se volvieron más ambiciosos, y **entre los muchos juegos que hablan de clase social hay dos bastante sofisticados, que tienen una relación más compleja con la sociedad que reflejan.** Eligen alejarse de la acción y usar sus sistemas como crítica. En términos de diseño, son los que más se parecen a los indies actuales.



Hampstead, al norte de Londres, era en los ‘80s el barrio de moda de la clase alta. Y Hampstead (1984), la aventura de texto de Melbourne House para ZX Spectrum, satiriza el camino de un desempleado que a través de accidentes y confusiones sube en una escala social controlada por las apariencias. El humor es ácido y los puzzles crueles en un retrato fiel de la Inglaterra de Margaret Thatcher.

El juego es puro texto, sin imágenes. Pero el manual está cargado de ilustraciones, consejos para simular mejor en el entorno superficial de Hampstead, un mapa hilarante, y hasta un cupón[8] para que el que termina la aventura reciba por correo un diploma de “trepador social.” En Internet Archive se puede jugar una muy buena traducción al español de 1990.

Frankie Goes to Hollywood (1985) está (teóricamente) basado en la banda, y en su disco conceptual **Welcome to the Pleasuredome**. Frankie era un fenómeno en ese momento gracias a su éxito **Relax (Don’t Do It)**, y casi por accidente, el sello **Ocean** había conseguido la licencia. Ocean no era una empresa particularmente ambiciosa. Sus juegos (muy exitosos) eran adaptaciones de arcades o colecciones de minijuegos basados en películas.



El equipo de Denton Designs, en la época en la que los diseñadores se sacaban fotos estilo rockstars (la foto es del número 17 de revista Crash)

El equipo de Denton Designs, en la época en la que los diseñadores se sacaban fotos estilo rockstars (la foto es del número 17 de revista Crash)

Los miembros de Frankie no estaban particularmente interesados en el gaming, y tenían una sola exigencia: el juego no podía ser sobre la banda. El estudio **Denton Designs** (sobrevivientes del colapso de Imagine) tomó la licencia, y la encargada de adaptar las letras del grupo a una narrativa fue **Ally Noble**[9], fanática del grupo y también oriunda de Liverpool.

Quizás por eso el juego transmite con tanta potencia una construcción de espacio única para la época. El jugador recorre una **Liverpool** digital (rebautizada **Mundanesville**) recogiendo distintos objetos que otorgan "puntos de placer", y aumenta el porcentaje de cuatro características que "te hacen una persona": sexo, guerra, amor, placer. Denton Designs usa la iconografía de la banda para comentar sobre lo absurdo de la misma cultura de consumo que celebra. O parodia. Es difícil pelar las capas de ironía del pop inglés. Ah, además hay un asesinato.

Hay algo de la abstracción de The Sims en Hampstead y Frankie. Reírse de una sociedad en la que la felicidad se mide por lo que tenés, y a la vez revelar que los sistemas de desafío y recompensas de cualquier juego se parecen mucho a las picazones ficticias que rasca el consumismo.



Taskset tenía sus puzzles y juegos de naves, pero lo más interesante estaba en sus protagonistas cotidianos. El oficinista borracho de Bozo, el laburante de Poster Paster, el inmigrante jamaiquino de Jammin'

Taskset tenía sus puzzles y juegos de naves, pero lo más interesante estaba en sus protagonistas cotidianos. El oficinista borracho de Bozo, el laburante de Poster Paster, el inmigrante jamaiquino de Jammin'

4. Rock de la Revolución

Las mascotas de la clase obrera eran oportunas. Los juegos que hablaban de nuestro lugar en la escala social eran sátiras abstractas. Pero en la misma época, un diseñador reconoció el poder que el gaming tenía para hablar del mundo en que vivimos. Y lo usó para expresar la bronca de **Joe Strummer** o de **Ken Loach**. Un ambientalista punk-pop.

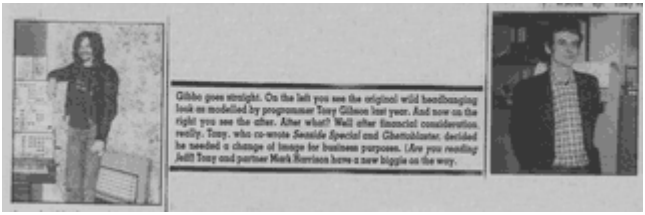
Tony Gibson, mejor conocido como "**Gibbo**" era un programador prodigioso que en 1982 empezó a trabajar en el estudio **Taskset** en juegos de Commodore 64 (otra computadora personal, norteamericana, que fue bajando sus precios en el Reino Unido para poder competir con el éxito de Spectrum).

Al año Gibbo ya estaba diseñando rarezas como el proto juego rítmico **Jammin'** (1983) que hacía referencias a la escena reggae y los inmigrantes jamaiquinos, y el sidescroller (¡sin botón de ataque!) **Bozo's Night Out** (1984), sobre un borracho que tiene que volver a su casa esquivando policías, viejitas indignadas y hooligans.

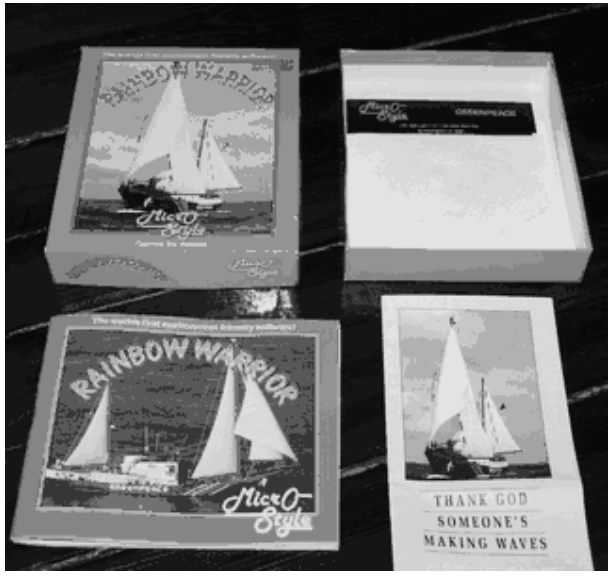
El estilo de Gibbo era la agresión constante a los sentidos, como si quisiera llevar a tu casa no solo el arcade sino la atmósfera del arcade. Commodore ofrecía muchas más posibilidades para jugar con el color y la música. Taskset era el estudio de moda, y Gibbo se animó a hacer (lo que debe ser) **el primer videojuego punk**. Tosco, pero brillante. Vulgar, pero políticamente comprometido.

Seaside Special (1985) está dividido en dos fases. En la primera el jugador recorre una playa contaminada por una planta nuclear (una referencia al incidente Sellafield), recogiendo algas que luego lanzará a los verdaderos responsables: la clase política que permitió el desastre, aunque el juego los disfrace de la raza alienígena "polytikians". Rostros reconocibles como **Norman Tebbit** (líder del partido Conservador), **Nigel Lawson** (responsable de la política de privatización que desembocó en las huelgas de mineros), y claro, **Margaret Thatcher.**

Andy Walker, presidente de Taskset, dependía del talento de Gibbo pero estaba cada vez más preocupado por su **activismo**. Seaside Special fue un fracaso (aunque sólo tenemos el lado de la historia del estudio) y Walker aprovechó las bajas ventas para sacarse de encima a Gibbo. Gibbo lo tomó como un desafío y lanzó con el titán del retail Virgin la fantasía hip hop **Ghetto Blaster** (1985), llena de referencias a la música que inspiraba al desarrollador, de Talking Heads a Bob Dylan.



Gibbo siguió jugando al rockstar del gaming. Quiso vender a **Domark** un juego de la banda **Sigue Sigue Sputnik** por 85.000 libras (lo sacaron a patadas). Como Bowie, intentó reinventarse como ícono yuppie con **Beat It!** (1987) una secuela desganada de Jammin' para pagar las cuentas. Y mientras, se comprometía más y más con la ecología.



Su último juego es el más personal: **Rainbow Warrior** (1989), una colorida colección de minigames basados en misiones reales de Greenpeace, que presentó el juego en el barco que le da nombre. Pero en los '90 un programador de Commodore no tenía donde ir en la industria. Gibbo desapareció en el éter durante décadas y resurgió en 2012 con un canal de YouTube[10] que rescata la banda sonora de sus juegos.

En una entrevista para la revista **Retro Gamer**[11] de 2013, Walker parece albergar todavía un resentimiento contra Gibbo, al punto en que los redactores proponen que arreglen las cosas con una cerveza. Pero no hubo reunión. En ese mismo año Tony Gibson murió[12] de cáncer. **Son pocas las historias punk con finales felices.**



Ni Wally ni Monty volvieron a la portada de Crash después de 1986

Ni Wally ni Monty volvieron a la portada de Crash después de 1986

5. Estoy Tan Aburrido de los Estados Unidos

La escena de los "bedroom coders" desapareció de la noche a la mañana. Spectrum resistió hasta 1989, pero los éxitos ya no eran las mascotas de la clase obrera sino las mismas caras de siempre: **Batman**, **Robocop**, **Golden Axe**. Licencias de cine norteamericano y conversiones de arcades japoneses. Productos fáciles de vender a un público masivo y que reemplazaron sin problemas a la industria local.

Como ilustró el colapso de Imagine en 1984, los bedroom coders no eran grandes empresarios, y los estudios más importantes (**Bullfrog**[13], **Core Design**[14], **Psygnosis**[15]) terminaron absorbidos por grupos corporativos que los exprimieron y cerraron en pocos años. El único que sobrevive, y que muestra influencias de cada uno de los juegos de esta lista, es **Grand Theft Auto** de Rockstar (ex-DMA Design).

El gaming de **Japón** tiene poco en común con el de **Estados Unidos**, pero en sus ficciones populares comparten una regla no escrita: **de clase social no se habla**. Y eso se nota en sus juegos. En la fantasía de poder no hay lugar para el que vive de un sueldo, más que como los aldeanos que salva el héroe o los pobres tipos que saltan a los lados cuando uno maneja sobre la vereda en un GTA.

Durante años esta visión también se tradujo al indie. Hasta juegos que ponen trabajadores en su centro como **Cart Life**, **Hotline Miami 2** o **Papers Please** tienen un olorcito miserabilista. Manipulación disfrazada de conciencia social. Pero de a poco el gaming independiente está poniendo en su centro al vulnerable sin tanto chantaje emocional. **Night in the Woods** es una excepción notable, lo mismo que los segmentos menos líricos de **Kentucky Route Zero** y la sátira (al principio sutil, luego feroz) de **Universal Paperclips**.

Se puede trazar una línea entre los indies de 1984 y los de 2014. Dos comunidades activas, vibrantes, que vieron un hobby convertirse en un negocio. **El despertar político y social de la escena actual quizás esté relacionado con campañas de odio en las que no había otra opción más que tomar partido**. **GamerGate** de forma directa, pero también **Brexit** y la era **Trump**, que marcan la amenaza de una avanzada de la ultraderecha que hace imposible separar la ideología de la obra.



La industria del AAA le tiene terror[16] a cualquier manifestación política, aún en juegos que parecen expresar ideas anticapitalistas como **Watch Dogs Legion**[17] o **The Outer Worlds**[18]. Pero hay algo de esa escena británica en juegos como **Pathologic**, **Tonight we Riot** (foto), **Sunless Skies**, **Not for Broadcast** y en especial en **Disco Elysium**, quizás el más exitoso de los juegos recientes que toman posición política. En autores de "art-games" que están alejados de la escena comercial como **Porpentine**[19] o **Paolo Pedercini**[20]. En escenas más cercanas al fanzine como **Bitsy**[21] y **Twine**[22]. Los bedroom coders pueden dormir tranquilos.

CRONOTRIPPER (27 DE ENERO DE 2021)

Ihor Wolosenko: hippie, millonario, profeta olvidado de los videojuegos

Control mental, budismo, y new age en la historia de un fotógrafo y programador que fundó el revolucionario estudio Synapse... ¿el Steve Jobs del bien?



> *"Trabajé con novelistas, dramaturgos y poetas buscando crear una experiencia similar a la inmersión de una película, un libro, una obra de teatro. Y creo que todavía, en un nivel primitivo, los videojuegos están limitados por el control basado en tus reflejos. Si tenés una paleta y tus únicos colores son la frustración y la agresión, no creo que hayas tenido éxito a la hora de explorar el continuo experiencial que somos capaces de expresar."*

Ihor Wolosenko no era un hobbista del **MIT** como los colonizadores de **Silicon Valley**, un veterano de los **wargames**, o un adolescente de **garage** como los proto-**indies** británicos. Este inmigrante ucraniano era un producto de la **contracultura** de los '60. Un visionario que no veía límites entre el arte y la tecnología, entre el fulgor LED de un pinball y los versos de un poeta. Un "**hippie**" que durante dos años manejó el estudio de juegos de computadora más exitoso de los Estados Unidos. El olfato comercial de un **Steve Jobs**, la atención al detalle de un **Shigeru Miyamoto**, la labia de un **Peter Molyneux.**

¿Suena a exageración? Digamos que es **hipótesis**, porque la carrera de Wolosenko y su estudio Synapse duró menos de tres años. Unos pocos meses en los que pasaron del software corporativo a diseñar algunos de los mejores juegos para las computadoras personales de Atari, y de ahí a experimentar con tres ideas revolucionarias que aún hoy resultan estimulantes. **Uno de los grandes "¿qué hubiera pasado sí...?" de la historia del gaming.**


GAMEMAKERS

You Are Now Getting Sleepy

Everyone else may be jogging but Synapse's Ihor Wolosenko has new plans for Relax.

Berkeley y la contracultura

Wolosenko pasó sus primeras tres décadas flotando entre el teatro, la fotografía y las terapias alternativas. En 1979 su camino lo había llevado a la ciudad de **Berkeley**, California, donde daba talleres de **hipnosis** y **programación neurolingüística**. Su tiempo libre lo pasaba

en los arcades, dominio de Atari hasta bien entrados los ochentas. Cuando Ihor necesitó una computadora para organizar mejor sus clases, no dudó a la hora de elegir una **Atari 800** en vez de la más poderosa Apple II. Al fin y al cabo, la máquina de Atari podía correr **Star Raiders**, su juego favorito.

Al menos esa es la anécdota. Lo que realmente llamaba la atención de Wolosenko era un aspecto quizás más filosófico de esta nueva tecnología.

> *"En el momento estaba interesado en el budismo tibetano, y cómo las tradiciones de otras culturas se pueden transmitir a culturas que no tienen las mismas expectativas. Para hablar bien otro idioma no sólo tenés que asimilar las palabras, sino las actitudes, las connotaciones emocionales, los temas particulares en las que esos lenguajes se especializan. Para mí la computadora personal era una forma de modelar formalmente el lenguaje y extraer los elementos activos de cómo funcionan estos códigos... algo medio Chomsky. Entender el lenguaje de la máquina como el de una cultura no explorada."*

Wolosenko no encontró el software de base de datos que necesitaba, pero su amigo **Ken Grant** se daba maña con la programación, y en unos días había implementado una aplicación primitiva pero funcional. Wolosenko vio el negocio de inmediato, y se encargó de todo lo que a Grant le aburría: documentación, interfaz, gráficos... hasta aprendió algo de **Assembler** para hablar de igual a igual con su Atari. Para 1980 los dos emprendedores habían dado forma a un paquete bastante profesional llamado "**FileManager 800**[1]". Por supuesto, trataron de vendérselo a **Atari**. Que los envió a su casa sin siquiera ver el producto en acción.

El trato de los ejecutivos de Atari hacia los desarrolladores fue tan displicente que Wolosenko se obsesionó con demostrar a la empresa el potencial de la aplicación y de su forma, digamos, **orgánica**, de encarar el negocio del software.

En agosto de 1981 Synapse ya estaba vendiendo su FileManager de forma independiente, un éxito **inmediato** en un mercado en el que casi no tenía competencia. Mientras Grant se encargaba de expandir el área corporativa de la empresa, Wolosenko volvió a su verdadero amor: el **gaming**.



La publicidad de los juegos de Synapse quería transmitir el espíritu anárquico de Wolosenko y su equipo.

La publicidad de los juegos de Synapse quería transmitir el espíritu anárquico de Wolosenko y su equipo.

El método Synapse

La comparación con Jobs y Miyamoto no es casual. Wolosenko nunca desarrolló un juego por su cuenta, sino que contrataba programadores prodigiosos y colaboraba con ellos para hacer realidad los conceptos más audaces. **Bill Williams** se volvió la estrella, con una exitosa mezcla de arcade, RPG y juego de tablero llamada **Necro-**

mancer (1982) que no encaja en ningún género clásico. Lo siguieron en el mismo año **Claim Jumper**, **Shamus**, **Nautilus**. Joyas que entraban en los escuetos 48Kb de memoria de las Atari de 8 bit.

Wolosenko amaba trabajar en equipo. Los juegos estaban firmados por su programador respectivo, pero el ambiente comunitario de Synapse (instalado en una casa en el sofisticado barrio de **Kensington**) estaba signado por una impronta colaborativa que encendía la creatividad, mientras el CEO/líder/gurú levitaba de monitor a monitor sumando detalles a simple vista irrelevantes pero que sumaban personalidad a cada juego.

Wolosenko no tenía paciencia para las convenciones del arcade. "*¿Por qué los juegos tienen niveles? El Monopoly no tiene niveles*" era solo una de muletillas que resultan premonitorias en una época en la que un juego que sigue esa estructura se siente "retro". La mayoría de los juegos de Synapse empezaban como clones pero pronto se volvían algo rabiosamente original gracias a lo que el CEO llamaba sus "**ganchos**".



Synapse no inventó Grand Theft Auto... ¡pero no estuvo muy lejos!

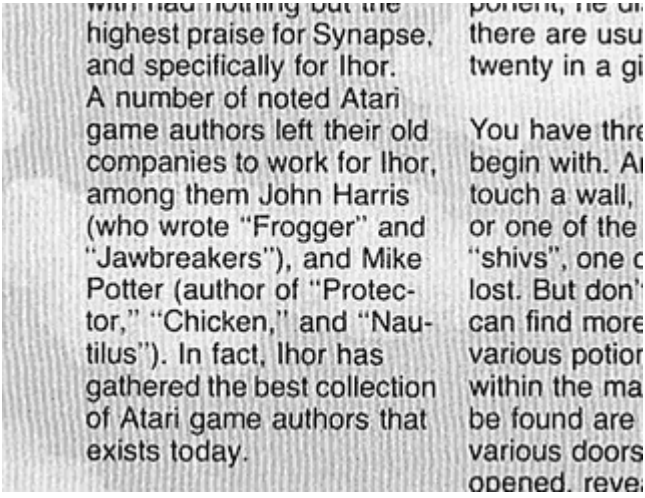
Synapse no inventó Grand Theft Auto... ¡pero no estuvo muy lejos!

Ganchos y personajes

Los ganchos eran reacciones inesperadas, momentos en los que el personaje parece tener vida propia y que refuerzan la conexión emocional con el juego. Wolosenko soñaba con juegos en los que el protagonista **evolucione** a lo largo de la experiencia y no sea el mismo al final que era al principio. Con ambientes **interactivos** que el jugador pudiese recorrer a su gusto. Con una idea de **inmersión** que hoy es el norte de cualquier diseñador de juegos AAA de consola.

> *"No hay nada peor que te prendan la luz de la sala de cine en medio de una película, porque eso reorienta al espectador a la audiencia que lo rodea. En el diseño de videojuegos tenés que prestar mucha atención a qué parte del proceso es esencial para el juego y qué parte interrumpe. Si forzamos a la gente a hacer algo que no tiene ganas de hacer, ese juego no funciona."*

El equipo amaba a su **gurú**, aunque quizás esto tenía que ver con el modelo comercial de la empresa: cada empleado cobraba por juego terminado y además se llevaba entre el 10 y el 20 por ciento de las ganancias en concepto de regalías. Algo inimaginable, aún para la industria actual. Y así lograron robar a Atari a luminarias como **John Harris** (Frogger) y **Mike Potter**. A fines de 1982, Synapse movía entre 500.000 dólares y un millón por mes.


highest praise for Synapse, and specifically for Ihor. A number of noted Atari game authors left their old companies to work for Ihor, among them John Harris (who wrote "Frogger" and "Jawbreakers"), and Mike Potter (author of "Protector," "Chicken," and "Nautilus"). In fact, Ihor has gathered the best collection of Atari game authors that exists today.

there are usu
twenty in a gi

You have thre
begin with. A
touch a wall,
or one of the
"shivs", one c
lost. But don'
can find more
various potior
within the ma
be found are
various doors
opened. reve

En un mundo de tímidos ingenieros, Wolosenko no tenía problemas para fascinar a la prensa gamer. Él les daba el personaje (un Josef Fares de los '80) y ellos le daban la cobertura.

En un mundo de tímidos ingenieros, Wolosenko no tenía problemas para fascinar a la prensa gamer. Él les daba el personaje (un Josef Fares de los '80) y ellos le daban la cobertura.

En poco más de un año Synapse había logrado ser el estudio mimado de los consumidores de Atari. Los juegos eran cada vez más originales, y Wolosenko se dió el gusto de contratar al artista del cómic independiente **Tim Boxell** para el arte de portada de cada juego. También buscó diversificar la producción y colaborar con Commodore para su recién salida Commodore 64 y con IBM para sus primeras PC. Cualquier gamer de esa era recordará la obra maestra de Bill Williams **Alley Cat** (1983), un juego tan compacto (un .EXE de solo **50Kb**) que parecía venir preinstalado en cada diskette pirata de MS-DOS vendido en Argentina hasta bien entrados los '90.

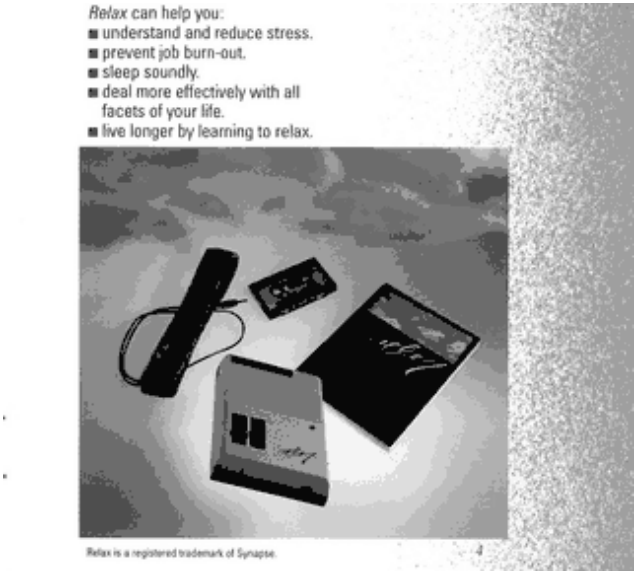


Versión de Atari 800XL de Alley Cat (1983, un juego repleto de "toques Wolosenko"

Relax y Vyper después de 1983

1983 no fue un buen año para Atari. El colapso de la industria del videojuego hogareño y la debacle del arcade no se compensó con el relativo éxito de sus computadoras personales. Wolosenko había elegido el momento perfecto para saltar del Titanic, pero las aguas a las que se dirigía también eran inciertas. Porque a Synapse no le alcanzaba con dominar el mercado existente, sino que quería crear nuevos públicos.

Relax^2 era, más que un juego, una herramienta de biofeedback que aún hoy parece de ciencia ficción. En la caja (que costaba 140 dólares de 1984) venía un diskette, un manual y una banda elástica diseñada para usar en la frente. Esta especie de casco contaba con tres sensores electromiográficos (EMG) que leían la tensión muscular y la convertían en gráficos abstractos. El usuario (o mejor dicho, el jugador) controlaba estas imágenes usando técnicas de relajación para reducir sus niveles de estrés. "*Usá tu cerebro como un joystick*", era la propuesta de Synapse.



A pesar de lo extraño que era Relax, las críticas eran bastante positivas. Hoy aplicaciones como Calm buscan generar algo parecido.

A pesar de lo extraño que era Relax, las críticas eran bastante positivas. Hoy aplicaciones como Calm buscan generar algo parecido.

No era la única tecnología revolucionaria que había captado la atención de Synapse. **Vyper**, un simulador de naves en primera persona de enorme fluidez, fue el único juego que salió para la "supercomputadora" **Mindset**. Esta estación de trabajo salió en mayo de 1984 y fue la primera en ofrecer aceleración gráfica por hardware, con una paleta de 512 colores que estaba por encima de lo que cualquier otra PC (¡o arcade!) del momento podía hacer. Vyper era espectacular[3] pero Mindset nunca repuntó. En 1985 sus creadores declararon la bancarrota.

Las novelas electrónicas

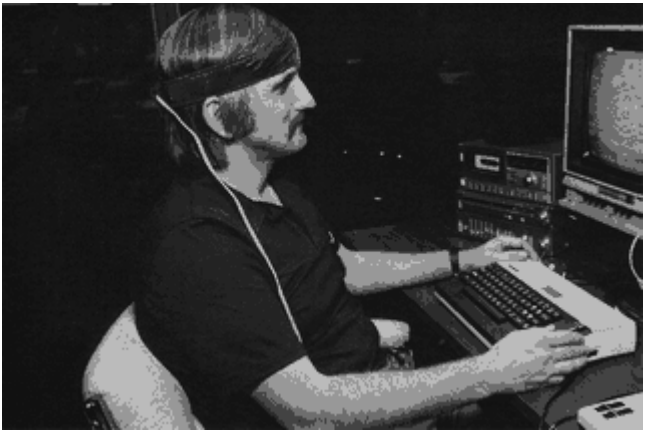
El gamer adulto de los '80 amaba las aventuras de texto literarias del estudio **Infocom**. Synapse buscó dar un paso más allá con sus "novelas electrónicas": aventuras dinámicas, impredecibles, que rompían con la

dictadura del "**parser**", el intérprete de comandos clásico que convierte las oraciones escritas por el jugador ("*IR NORTE*" "*AGARRAR LÁMPARA*") en acciones en el mundo de juego.

> *"Lo que no me gusta de las aventuras de texto es que te sentís acorralado. Atado a un mapa. Estamos haciendo un juego que no tiene espacios físicos, sino que vas de persona a persona. Porque el puzzle más intrincado no es un cubo de Rubik, sino una persona. Un personaje que cambia."*

Wolosenko apostó fuerte a esta línea, poniendo en producción cinco títulos. El sistema necesitaba trabajo y algunas de estas novelas eran mejores que otras, pero en poco tiempo quedó claro que había un ganador: **Mindwheel**[4] (1985), una especie de descenso a los infiernos que mezclaba poesía y cultura pop, obra del hoy aclamado escritor **Robert Pinsky**.

Pero antes del final de 1984, Synapse dejaría de existir. **Y la caída del estudio tendría poco que ver con el gaming.**



Wolosenko demuestra Relax, en una de las últimas entrevistas que dio como líder de la empresa.

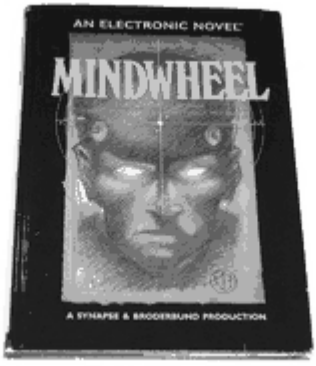
Wolosenko demuestra Relax, en una de las últimas entrevistas que dio como líder de la empresa.

Tramiel y el final de Synapse

En 1984, el ejecutivo **Jack Tramiel** (una de las figuras más oscuras[5] de la historia de la industria del videojuego) compró los restos de Atari post-colapso de 1983. Synapse había vendido a la administración anterior más de tres millones de dólares en aplicaciones empresariales, el contrato más grande de la historia del estudio. A Tramiel no le interesaban. **A pesar de que Synapse había entregado 40.000 unidades terminadas, la nueva Atari anuló el contrato.**

Según Wolosenko **Sam Tramiel**, hijo de Jack, llamó a Grant y le escupió con frialdad de villano de Bond "*no vamos a pagar ningún contrato de la vieja Atari. Son como cuarenta empresitas, y quizás una o dos estén en posición de hacernos juicio… pase lo que pase, salimos ganando.*"

Desesperado por pagar los sueldos de sus empleados, Wolosenko vendió lo que quedaba de Synapse a **Broderbund**, una empresa grande orientada al software educativo que no pudo darle ese toque a la comercialización de sus juegos. Las primeras tres novelas de Bookware (Mindwheel, **Breakers** y **Essex**) se editaron en 1985 pero no se vendieron bien. Dos más, terminadas, quedaron sin publicar.



Broderbund respetó la idea original de Wolosenko (y mantuvo el valioso nombre de Synapse en la portada). Las novelas electrónicas se vendían como libros que incluían los diskettes en un sobre adherido a la contratapa. La portada también acredita al escritor y a la programadora.

Broderbund respetó la idea original de Wolosenko (y mantuvo el valioso nombre de Synapse en la portada). Las novelas electrónicas se vendían como libros que incluían los diskettes en un sobre adherido a la contratapa. La portada también acredita al escritor y a la programadora.

Wolosenko demandó a Tramiel, y a pesar de que años después ganó el juicio, decidió no fundar un segundo emprendimiento y retirarse de la industria. En los '90 colaboró con su amigo **Will Wright** en varios proyectos de **Maxis** (**Roxy**[6], hermana de Ihor, fue una de las diseñadoras del primer **The Sims**) y decidió retirarse para seguir en su búsqueda espiritual.

A finales de la década pasada vivía en **Canadá** restaurando guitarras acústicas, y en una entrevista[7] al podcast de entusiastas de Atari **ANTIC** reflexionó sobre lo positivo de esos años.

> *"Los juegos son muy específicos en el tipo de recuerdos que codifican, sean buenos o sean malos. No solo pensás en el juego sino en las emociones de esa época, lo que sentías. Es un orgullo ser una parte, aunque sea pequeña, de esa codificación cultural."*

CRONOTRIPPER (15 DE NOVIEMBRE DE 2021)

Bad End: Falcom, Enix, Koei y la incursión fallida del JRPG en Occidente

¿Por qué el juego de rol japonés tardó 15 años en pegar fuera de su país de origen? No por falta de intentos. A continuación, un catálogo de papelones internacionales.



A mediados de **1986** tuvo lugar un encuentro entre dos **titanes** de la historia de los videojuegos, en el recién inaugurado hotel **ANA Intercontinental** de **Tokio**.

De un lado de la mesa estaba **Richard Garriott**, creador de la saga **Ultima**, sinónimo del género entre los conocedores de Estados Unidos, Europa y Japón. Del otro lado, **Masayuki Kato**, fundador de **Nihon**

Falcom, que cinco años después de su fundación era el estudio del momento del gaming japonés. El éxito se debía a un solo juego, llamado **Dragon Slayer II: Xanadu**.

https://www.youtube.com/watch?v=KEQqPcjt7z4

Xanadu, editado a finales de 1985, **no fue el primer JRPG.** Pero junto con el juego de plataformas **Thexder** del mismo año fue el primer paso hacia la profesionalización de la industria del gaming japonés de computadoras personales. Xanadu era tan atractivo como un juego de consola: inspirado en los RPGs norteamericanos de PC pero con elementos de acción dignos del **manga** y **animé**.

El juego de Falcom vendió **400.000 unidades** en sus primeros meses en el mercado, la mayoría en **NEC PC-8801**, la computadora personal más popular de esa década. Era un número digno de **Nintendo** o **Sega**, inusitado para un estudio casi amateur que había nacido en el cuartito del fondo de **Computer Land Tachikawa**, una de las muchas tiendas para hobbistas que habían surgido en **Japón** a inicios de los '80.



El glamour de Computer Land Tachikawa en 1984

El glamour de Computer Land Tachikawa en 1984

El gaming de PC estaba pasando por un momento único. **Ultima II** (1982) y **Ultima III** (1985) habían sido editados en Japón por el sello Star Craft, y habían vendido aún más que las modestas **50.000-100.000 unidades** que vendían en su país de origen. Garriott había viajado a Tokio para reunirse con distintas distribuidoras interesadas en localizar el recién terminado **Ultima IV: Quest of the Avatar** (1985).

https://www.youtube.com/watch?v=hfyRapIskfo

Ultima IV sería editado en Japón poco después (con **tráiler animé** y todo). Pero la reunión con Falcom era por otra cosa. Kato se había enterado de la presencia del diseñador en el país y lo quería convencer de que su empresa **Origin** edite Xanadu en Estados Unidos. Garriott, intrigado, aceptó reunirse. Y luego de las presentaciones oficiales, Kato convocó a **Yoshio Kiya**, diseñador de Xanadu, para que muestre el juego en acción.

Kiya y Garriott no pueden tener perfiles más distintos y a la vez más representativos de las tradiciones corporativas del gaming de sus países. Garriott es un **self-made man**. Un entusiasta de los juegos de rol de mesa que diseñó, programó y publicó por su cuenta las primeras entregas de Ultima. Solía hacer apariciones en convenciones de gaming bajo el nombre de "**Lord British**", el benevolente rey de Britannia, mundo ficticio en el que está ambientada su propia saga.

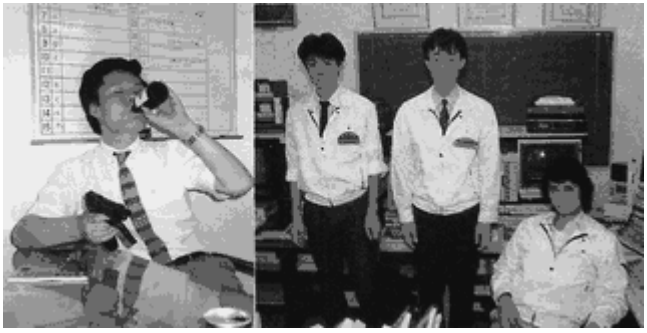


Garriott sigue haciendo apariciones como “Lord British”.

Garriott sigue haciendo apariciones como “Lord British”.

Kiya, por su parte, era un **empleado** más de Falcom, que a pesar de crear varias de sus series más exitosas no vió un centavo en conceptos de regalías. Ha dado pocas entrevistas en su carrera, y no da la impresión de tener mucha estima por Kato.

Por eso es difícil no pensar que Kiya sabía perfectamente lo que estaba a punto de ocurrir.

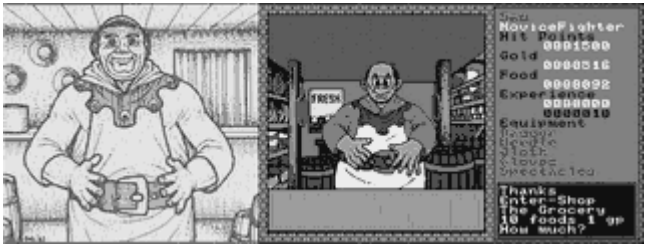


Masayuki Kato (izquierda y sí, es una foto oficial). A la derecha, Koichi Hatakeyama, Masaya Hashimoto y Yoshio Kiya,

Masayuki Kato (izquierda y sí, es una foto oficial). A la derecha, Koichi Hatakeyama, Masaya Hashimoto y Yoshio Kiya,

El diseñador cargó Xanadu en la PC que Kato había llevado a la reunión, y aunque Garriott notó de inmediato las similitudes del juego con los más recientes Ultima, no era nada fuera de lo esperable. **Todos se inspiran con todo.** Pero la generosidad creativa de Garriott terminó cuando el personaje del juego entró a una tienda de armas y la expresión del diseñador norteamericano cambió por completo.

El interior de la tienda, representado por una imagen vistosa que aprovechaba la alta resolución de las PC japonesas de la época, era una copia directa de una ilustración del manual de Ultima III, dibujada por **Denis Loubet**, que para colmo era un amigo de la juventud de Garriott. Kato tapó el monitor con una mano y lanzó una risita nerviosa. **Garriott no se río**. En especial cuando Kiya mostró la siguiente tienda, con una segunda ilustración robada del manual. Garriott puso fin a la reunión de inmediato.



Según Kiya, "*en ese momento Garriott no parecía enojado, pero después se enojó de verdad*". El diseñador estadounidense habló con el distribuidor de Ultima en Japón (casualmente, gran amigo de Kato), amenazó con **acciones legales**, y Falcom tuvo que arreglar extrajudicialmente. Y por supuesto, cambiar el arte del juego.

Xanadu nunca fue editado fuera de Estados Unidos. **Y no fue el único tropezón.**

A lo largo de los siguientes 10 años, los géneros más innovadores producidos en Japón intentaron ingresar sin éxito al mercado de los Estados Unidos. **Esta es la historia de una década de JRPGs, novelas**

visuales y juegos de estrategia que podría haber sido gloriosa y terminó siendo un festival de los pasos en falso, que empieza con un papelón y termina con unas disculpas.

1. Sol Naciente (1981-1985)

La relación entre el gaming de PC de Japón y Estados Unidos había empezado años antes de aquella fatídica reunión.

En 1980 los hermanos **Doug** y **Gary Carlston** habían fundado la distribuidora **Broderbund**, con el propósito de vender una serie de juegos de estrategia de dudosa calidad programados por Doug en **BASIC**. En abril de ese año se dieron cuenta de que con esos juegos no alcanzaba y viajaron a San Francisco a buscar nuevos productos a un evento llamado **West Coast Computer Faire (WCFF)**. Ahí se encontraron con un tal **Mioshi**, que representaba a **Star Craft**, otra de esas "empresas" japonesas de desarrollo que no eran más que un garaje repleto de veinteañeros al fondo de un local de computación.



WCCF era un evento importante. En la edición de 1977 Steve Jobs había presentado Apple II, la máquina para la que Broderbund editaba.

WCCF era un evento importante. En la edición de 1977 Steve Jobs había presentado Apple II, la máquina para la que Broderbund editaba.

Según Doug, los juegos de Star Craft "*estaban a años luz de lo que habíamos visto en cualquier computadora de la época*". Eran conversiones de arcades casi perfectas, en una época en la que el mercado norteamericano de PC estaba limitado a simples simuladores y aventuras de texto. **Los Carlson aceptaron comprar todo el stock de Mioshi a precios ridículamente altos**, y las ventas fueron tan buenas que al año siguiente Minoru Nakazawa, fundador de Star Craft, viajó a renegociar el contrato directamente con los hermanos.

El "**gaming de PC**" de los ochenta no es el de hoy, limitado a una sola arquitectura (x86) y a un solo sistema operativo (Windows), sino a una enorme variedad de máquinas de distinto grado de intercompatibilidad. En Estados Unidos **Apple** dominó la primera mitad de la década con su **Apple II**, que competía con la naciente **IBM PC** basada en el sistema operativo **MS-DOS**, mientras que en Japón la marca más popular era **NEC** con sus modelos **8801** (8 bit) y **9901** (16 bit), que superaban por amplia diferencia a las competidoras de **Sharp** (X1) y **Fujitsu** (FM-7).

https://www.youtube.com/watch?v=DCUCiDt25Ww

Estas máquinas eran mucho más baratas para el público general que en Estados Unidos, y **pronto cada hogar de Japón tenía su computadora personal**. Pero no para videojuegos, claro. La imagen del gaming en esa época era la de un pasatiempo infantil, y las computadoras eran cosa de adultos.

En Estados Unidos el marketing de los videojuegos era distinto, al menos a principios de los '80. Los arcades eran un templo de la rebelión adolescente, mientras que la publicidad de consolas como **Atari VCS** y **ColecoVision** se acercaba a las de **Trivial Pursuit** o **Pictionary**: entretenimiento sofisticado a la vanguardia de la tecnología.

El gaming de PC seguía la misma línea. Juegos como Ultima, **Wizardry** y las aventuras de **Sierra** e **Infocom** eran productos caros que venían en grandes cajas que no quedarían fuera de lugar en la biblioteca de un adulto responsable. En Japón, en cambio, la mayoría de los juegos venían en bolsas tipo **Ziploc**, con manuales fotocopiados y etiquetas escritas a mano.

Pronto, los distribuidores japoneses de juegos de PC descubrieron que el gaming tenía un público más amplio del esperado, formado casi exclusivamente por adultos. Esto abre la puerta a otros géneros un poco más **arriesgados** que los coloridos juegos de acción japoneses que funcionaban en todo el mundo en arcades y consolas como la recién lanzada **Famicom** de Nintendo. Estos nuevos géneros de PC incluían al **JRPG**, claro, pero también **simuladores de negocios**, los primeros **survival horror**, el inicio del género "**grand strategy**" y hasta juegos **eróticos** como la línea **Strawberry Porno** de **Koei**.



Night Life, de Koei, era un juego erótico educativo. Aquí se puede ver en acción.

Night Life, de Koei, era un juego erótico educativo. Aquí se puede ver en acción.

Los programadores de estos juegos no eran **profesionales**, sino estudiantes **universitarios** que lo hacían casi como un hobby y cobraban entre 500 y 2000 dólares por juego, sin ninguna clase de regalías. Algunos de estos juegos amateur se editan por separado, otros en compilaciones como los legendarios cassettes **AX** editados por **ASCII**. De a poco estas empresitas se vuelven más serias, pero a pesar de tener oficinas y empleados fijos, mantienen los mismos sueldos irrisorios que la industria japonesa maneja hasta el día de hoy.

Broderbund tiene su primer gran éxito importado de Japón en 1981 con **Apple Galaxian**, una adaptación casi perfecta del arcade original de **Namco**, que vende tan bien que debe ser reeditada con otro nombre (**Alien Rain**) por miedo a los abogados de **Midway**, que editaba el juego en Estados Unidos.



Las dos versiones del juego de Broderbund (que en ese momento aún editaba con el formato "japonés"). Parte de la colección de Retro365 .

Las dos versiones del juego de Broderbund (que en ese momento aún editaba con el formato "japonés"). Parte de la colección de Retro365 .

Pero el verdadero éxito de Broderbund no estuvo en la importación sino en la exportación. El CEO de Star Craft se había hecho muy amigo de los Carlson, que viajaron varias veces a Japón e hicieron contacto gracias a su nuevo amigo con **Kenji Tsumura**, un ejecutivo de Irem que decidió adaptar dos de sus juegos a arcade: **Lode Runner** y **Spelunker**, que se volvió un juego de culto por su altísima dificultad y controles imposibles.

La sorpresa fue **Raid on Bungeling Bay**, un juego casi ignoto para el público occidental. Esta mezcla de simulador, estrategia y juego de naves merece su lugar en la historia porque marca uno de los primeros intentos de juego de mundo abierto, además de representar el debut

profesional del gran **Will Wright**, que luego diseñaría **Simcity** y **The Sims.** La versión original estadounidense, exclusiva de Commodore 64, vendió menos de 30.000 unidades. La conversión de **Hudson** a Famicom vendió más de un millón.



El nombre de Wright estaba en la portada de la edición japonesa.

El nombre de Wright estaba en la portada de la edición japonesa.

En pleno colapso de la industria norteamericana de los videojuegos, lucrativos contratos con Japón convirtieron a Broderbund en una de las distribuidoras más poderosas de Estados Unidos.

La única que estaba a su altura era **Sierra On-Line**, famosa por aventuras gráficas como **King's Quest**, **Space Quest** y **Leisure Suit Larry**, y su CEO **Ken Williams** estaba verde de la envidia viendo como Garriott y los Carlson conquistaban Japón. Williams odiaba las consolas porque Sierra casi se funde en el colapso de **Atari** en 1983, y no quería saber nada de estos estudios… pero sí **quería su propio Super Mario**.

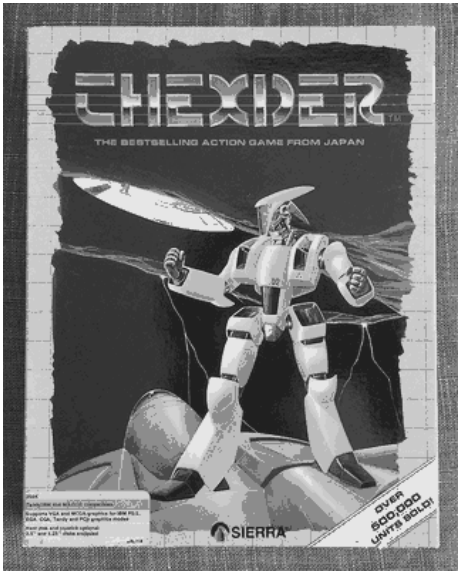
2. Babel (1986-1987)

En 1986 Ken Williams hace su primer viaje a Tokio y queda fascinado con el nivel de los diseñadores locales. En vez de vender las aventuras de Sierra, termina comprando varios títulos japoneses para

distribución en Estados Unidos. Williams, un tipo impulsivo y amiguero, contrata de inmediato a su guía de viaje **Eiji "Ed" Nagano**, como el nuevo "**embajador**" de Sierra en Japón.

Williams conocía a su industria. El primer juego que compró fue **Thexder**, de **Game Arts**, el juego que junto a Xanadu había "leveleado" la producción japonesa para computadoras personales. Un híbrido aún hoy fascinante entre juego de plataformas, shoot 'em up y simulador, en el que el jugador opera un robot que puede convertirse en nave, claramente inspirado en el éxito del animé **Super Dimension Fortress Macross**.

Thexder, reprogramado para MS-DOS, se editó en Estados Unidos a finales de 1986, con una portada casi idéntica a la japonesa, y con la suerte de haber llegado poco después del estreno televisivo de **Robotech**, la versión localizada de Macross. A pesar de no tener mucha cobertura en las revistas del momento se convirtió en el juego más vendido de Sierra del año siguiente. **La revolución parecía haber empezado**, y Williams empezó el proceso de exportación de las aventuras de Sierra a la vez que confirmaba la compra de tres juegos más de Game Arts que incluían Firehawk, la secuela de Thexder.



La edición de Sierra de Thexder promocionaba que el juego era japonés, y que había vendido medio millón de unidades en su país de origen.

La edición de Sierra de Thexder promocionaba que el juego era japonés, y que había vendido medio millón de unidades en su país de origen.

Hasta este punto, los estudios japoneses de desarrollo de PC habían licenciado sus productos a otras empresas, una estrategia conservadora que también se repetía en arcades y consolas, con la excepción de empresas de hardware como Nintendo y Sega. **La sorpresa de 1988 fue el establecimiento de una filial californiana de Koei**, quizás el más misterioso de los estudios japoneses de juegos de PC de la época. Y uno de los más exitosos, al menos en su país de origen.

Si los JRPGs y los shooters inspirados en animé eran un producto **comercialmente dudoso**, los juegos de Koei parecen una propuesta delirante, tanto para 1988 como para 2021.

Los títulos con los que la empresa conquistó Japón son minuciosos juegos de estrategia con toques de RPG basados en la historia marcial de Japón y el resto de Asia, con nombres tan enrevesados como **Bandit Kings of Ancient China**. Koei, fusionada con **Tecmo** en 2010, no

traduce al inglés hace años las entregas más recientes de estas sagas, pero por alguna razón creyó que en 1988 serían su puerta de entrada al mercado más competitivo del mundo.

Y contra todo pronóstico, la respuesta fue positiva.


The Politics of War

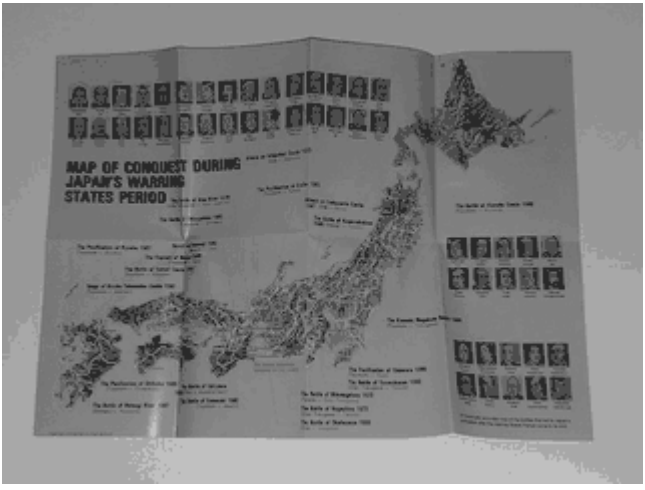
El género “Grand Strategy” no limita la estrategia a lo militar sino que la extiende a lo social y lo político. Acá , el número completo.

El género “Grand Strategy” no limita la estrategia a lo militar sino que la extiende a lo social y lo político. Acá , el número completo.

El número de septiembre de 1988 de la biblia del jugador de PC **Computer Gaming World** dedica varias páginas al lanzamiento de los primeros dos juegos de Koei: **Nobunaga’s Ambition** (ambientado en las guerras civiles japonesas del Siglo XVI) y **Romance of the Three Kingdoms** (adaptación de las crónicas ficcionadas de la dinastía Han de China). El experto en wargames **Evan Brooks** dice que los gráficos de Nobunaga son de los mejores que ha visto en el género, mientras que **Dave Arneson**, co diseñador de **Dungeons & Dragons**, declara que “*recomienda Three Kingdoms a cualquier jugador serio*”.

La cobertura de los dos juegos se extiende a lo largo de seis de las 64 páginas de este número, y aunque a veces huele a **publinota** (CGW era generosa con sus anunciantes), la realidad es que las ediciones de Koei eran excelentes, al menos en términos de **traducción** y **packaging**. La

localización del veterano de la industria **Bill Swartz** está a la altura de cualquier edición profesional moderna y la caja incluye manuales, guías históricas y mapas detallados, como para no perderse en ese manojo de dinastías y shogunatos.



La calidad de las ediciones MS-DOS de Koei es altísima, como lo demuestra este mapa incluído en Nobunaga's Ambition.

La calidad de las ediciones MS-DOS de Koei es altísima, como lo demuestra este mapa incluído en Nobunaga's Ambition.

Koei lanzó nuevos juegos durante años, no solo en el mercado de PC, sino también en consolas, donde los Nobunaga, **Genghis Khan** y **Uncharted Waters** fueron durante muchos años los únicos títulos de estrategia disponibles en inglés en NES o SNES. Pero a pesar de que las ventas eran suficientes como para mantener las puertas abiertas, es imposible conocer los números reales. La "Koei Corporation" funcionaba desde las oficinas de **Seika**, una importadora que editaba, entre otros, los juegos de consola de **Kemco**, y los registros históricos son nulos.

Desde Japón, sin embargo, la industria **prestaba atención** a cada uno de estos movimientos.

3. El Último Samurai

Henk Rogers es una de esas figuras míticas del gaming de los ‘80. Un emprendedor holandés que se mudó a Japón a principios de la década, se enamoró del país (y de una japonesa) y decidió que su futuro estaba en los videojuegos. A finales de la década el nombre de Rogers pasaría a la historia como el hombre detrás de la internacionalización de **Tetris**, pero eso opaca otro logro del holandés: en 1984 había diseñado, programado y comercializado **The Black Onyx**, considerado el primer juego de rol japonés. Un suceso de ventas que pavimentó el camino al éxito de **Dragon Slayer** de Falcom y, por añadidura, **Dragon Quest** y **Final Fantasy**.

Rogers no tenía mucho amor por Koei, y en particular por su co fundadora **Keiko Erikawa**, que había rechazado The Black Onyx en su momento y lo había clonado (muy mal) con el nombre de **Dungeon**. Y la verdad es que Koei estaba lejos de ser una empresa querida en el ambiente japonés, ya que sus prácticas laborales eran (si es posible) aún más feroces que las del resto de la industria.



Yoichi y Keiko Erikawa, en 2016.

Yoichi y Keiko Erikawa, en 2016.

Los juegos de la empresa, por ejemplo, están acreditados a “**Ko Shibusawa**”, que hoy Koei presenta como un simple alias del fundador **Yoichi Erikawa**. Pero Shibusawa es más que un **seudónimo**. Es el

nombre bajo el que todos los creativos de la empresa "firman" sus juegos, para evitar problemas de regalías y derechos de autor. Según Koei, "Shibusawa" diseña juegos, escribe mangas y hasta es el autor de un popular libro de autoayuda. Algo similar a "**Hajime Yatate**", guionista de las series animadas del enorme estudio **Sunrise**, desde **Gundam** hasta **Cowboy Bebop**.

A mediados de los '80 Rogers fue uno de los impulsores de la STAC, una asociación de estudios pequeños de Japón que incluía a Falcom, **T&E Soft** (creadores del proto RPG **Hydlide**), **Humming Bird Soft** y hasta su propia **Bullet-Proof Software**. Los miembros de STAC estaban interesados en editar en Estados Unidos y aprovecharon la buena relación de varios de sus miembros con Broderbund para crear una pequeña empresa que empujara sus intereses en Occidente.

El nombre de este conglomerado de once compañías sería **Kyodai** (hermandad), un nombre que resonaba con el de Broderbund, una mezcla de dialectos daneses y sudafricanos que "sonaban" a hermandad. Pero es probable que este "Kyodai" tuviera otro significado.

Décadas después, en una entrevista con el divulgador **John Szczepaniak**, Rogers cuenta que las reuniones de STAC solían ser ocasiones para que estos ejecutivos japoneses saquen su lado más salvaje. En una ocasión los echaron de un hotel de Nagoya en extremo estado de ebriedad por llevar trabajadoras sexuales a sus cuartos. Según explica Rogers, **el término "kyodai" también se refiere a dos hombres que se acostaron con la misma mujer**. Y revela, sin dar nombres, que "muchos de los miembros de STAC eran 'kyodai'".

Por supuesto, los ultra **cristianos** hermanos Carlson jamás supieron de este significado alternativo del nombre del flamante conglomerado que iban a distribuir. En febrero de 1988 Kenji Tsumura, el ejecutivo de Irem que había llevado Spelunker a los arcades, se ofreció a instalarse en Estados Unidos de forma permanente y empezó el proceso de localización de varios éxitos comerciales del momento. El gaming japonés de PC estaba listo para conquistar "América".



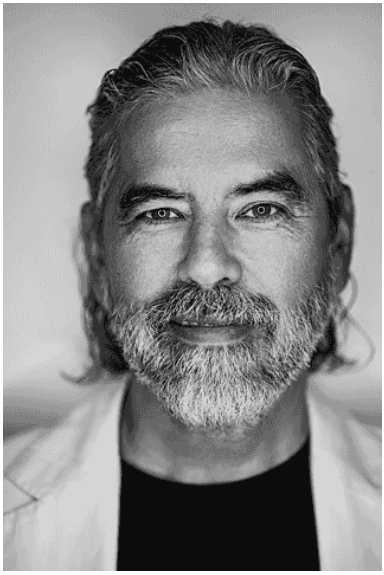
Henk Rogers y Kenji Tsumura, ya retirados de la industria del gaming.

Henk Rogers y Kenji Tsumura, ya retirados de la industria del gaming.

Mientras Kyodai y Broderbund avanzaban en la edición del legendario JRPG de Falcom **Ancient Land of Ys**, Sierra tenía su segunda camada de importaciones listas para salir y Koei preparaba varias entregas de estrategia asiática.

Y por si fuera poco, el nombre más importante del rol japonés estaba a la vuelta de la esquina.

En el número de invierno de 1988 de la newsletter **Nintendo Fun Club News** se publica el titular "*¡Enfrentá a un dragón malvado en un juego de rol aún más desafiante que Zelda!*". Es la primera confirmación de que el fenómeno Dragon Quest, que había puesto el género en el mapa en 1986, saldría en inglés (por cuestiones legales) para la Nintendo Entertainment System bajo el nombre **Dragon Warrior** y publicada por la mismísima Nintendo of America.



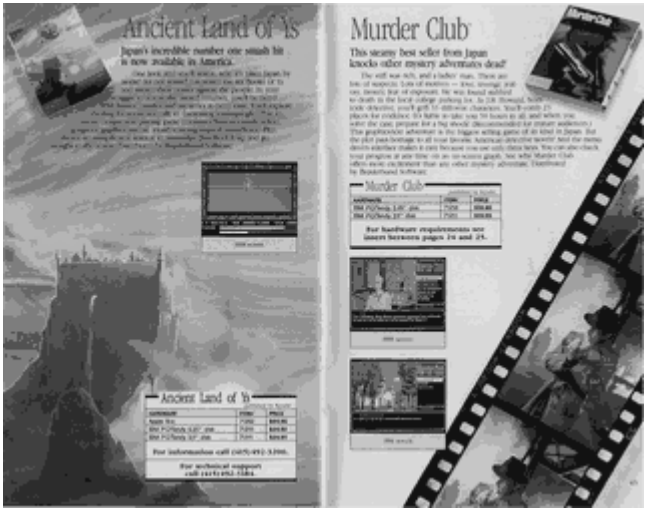
Henk Rogers

1989 iba a ser el año del JRPG.

4. Perdidos en Tokio (1989-1990)

La primera campanada de alarma sonó en abril de 1989. Thexder había sido un éxito para Sierra, pero los números de **Silpheed**, su segundo lanzamiento de Game Arts, no estuvieron a la altura. Quizás el gaming de PC había madurado y este juego de naves no se veía tan sofisticado como el robot transformable de Thexder... o quizás Sierra se había dormido en los laureles, y **un juego de 1986 se sentía vetusto solamente tres años después**.

Algo parecido estaba pasando con los juegos de Koei. A finales de los '80 la tecnología **VGA**, con modos de alta definición y una paleta de 256 colores, se había vuelto el estándar de la industria, y la empresa seguía sacando juegos de estrategia diseñados para PCs japonesas de 8 bit. El avance del gaming de MS-DOS era vertiginoso. **Lo que en 1988 se veía como una revolución, a fines de 1989 era una reliquia.**



Los juegos de Kyodai tenían varias páginas asignadas en el catálogo de Broderbund de 1990.

Los juegos de Kyodai tenían varias páginas asignadas en el catálogo de Broderbund de 1990.

Kyodai también tenía problemas para establecerse del todo. El conglomerado se fundó en febrero de 1988, pero sus primeros títulos salieron casi dos años después. Cuatro juegos juntos en un par de meses a finales de 1989. Entre ellos estaba la aventura gráfica de misterio **J.B. Harold's Murder Club**, de la precursora del género en Japón **Riverhill Software**. Pasó completamente desapercibida, tanto como **Curse of Babylon** (**Xtal Soft**), editado exclusivamente en plataformas Commodore y el hoy inconseguible **Psychic War**, secuela de **Cosmic Soldier** del ignoto estudio **Kogado**.

El plato fuerte sería Ancient Land of Ys, el RPG de acción de Falcom que había sido un suceso en su lanzamiento en Japón… en abril de 1987. Para octubre de 1989, cuando terminó saliendo en Estados Unidos el humilde Ys no podía competir con la ambición de los RPGs del momento como **Hero's Quest** de Sierra, las adaptaciones de Dungeons & Dragons de **SSI** y experimentos fascinantes como **Drakkhen**, **Space Rogue** y **The Dark Heart of Uukrul**.

Pero nada de esto importaba, ya que el JRPG por fin iba a explotar en Estados Unidos con Dragon Warrior. O al menos, esto es lo que Nintendo esperaba.

En Japón, Dragon Quest era una religión. El juego original había salido en 1986 y vendido **un millón y medio de unidades**. El segundo, en 1987, superó los dos millones. El tercero salió en 1988 y fue tan exitoso que los niños japoneses faltaban al colegio para hacer fila en jugueterías y comprarlo antes que nadie, razón por la que el estudio Enix decidió pasar los lanzamientos al sábado.

https://www.youtube.com/watch?v=1qL5_3EhqK8

Nintendo of America quería replicar esta fiebre en Estados Unidos, y el encargado de su localización fue **Satoru Iwata** de la subsidiaria **HAL**, quizás el ejecutivo más querido en la historia de la "Gran N". En colaboración con el diseñador original de Dragon Quest **Yuji Horii**, Iwata mejoró los gráficos, sumó un sistema de juegos salvados que en el original no existía, y, en una decisión polémica, eliminó las ilustraciones del entonces desconocido en Estados Unidos **Akira Toriyama**. Sí, el mismo de Dragon Ball.

En agosto de 1989 el primer Dragon Warrior finalmente salió al mercado en Estados Unidos. Se produjeron cientos de miles de cartuchos. **Si Ys parecía viejo, Dragon Warrior parecía un objeto de museo.** Las ventas fueron tan pobres que al año siguiente Nintendo no tuvo otra opción que regalar el cartucho a los nuevos suscriptores de **Nintendo Power**.



Front Row (left to right): John Powers, Bill Becker, Nancy Witty, Lisa Osborn, Gracie Bredeur, Jeanne Johnston. Dave Fawcett, Nick Santarin, Jay Saridakas. Second Row: John McCarthy, Peter Chao, Wayne Nordstrom, Dan Foster, Mary McDaniel, Valentin Tchana, Mike Davis, Jim McClaren. Back Row: Marcy Petkoff, Allen Brown.

Lisa could smile about it afterward. "I survived," she said, adding, "although it was real painful at times."

The word survival doesn't suggest a picnic. During the hellish week, Corporate Mail went through 244 pairs of gloves and 10 boxes of BandAids. Paper cuts? No. All those gloves and BandAids went on before the job began. Pretty smart. As for other casualties, most of the people who tried the Watching job lasted about 10 minutes before

I SURVIVED THE 1990 DRAGON WARRIOR MAILING 9 MILLION PIECES

Nancy Witty has proof of her feat. After the ordeal was over, Allen Brown, Magazine Distribution Lead, had "Survival" t-shirts made for his crew.

El proceso de empaquetar los miles de cartuchos fue una tortura para el equipo de Nintendo Power, que hizo camisetas para recordar la experiencias: "Sobreviví el mailing de Dragon Warrior de 1990".

El proceso de empaquetar los miles de cartuchos fue una tortura para el equipo de Nintendo Power, que hizo camisetas para recordar la experiencias: "Sobreviví el mailing de Dragon Warrior de 1990".

Si 1989 había sido una decepción, 1990 fue el tiro de gracia. Después de las bajas ventas de Silpheed, Sierra editó tres juegos japoneses más: la secuela de Thexder, el proto-Metroidvania **Zeliard** (también de Game Arts) y el RPG de acción de Falcom **Sorcerian**.

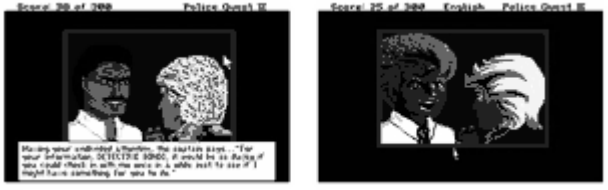
Por un lado, Sierra hacía un trabajo excelente en las localizaciones, con traducciones de **Marti McKenna** y la colaboración del escritor **Josh Mandel**. Por el otro, las nuevas portadas eran atroces dibujos dignos de un cuento infantil de los '60, mientras que (a diferencia de lo que había pasado con Thexder) el marketing parecía querer borrar el origen. **Aunque el excelente Zeliard aún tiene su culto, estos fueron los últimos juegos japoneses que Sierra editó.**



La legendaria portada norteamericana de Zeliard, comparada con el packaging original japonés.

La legendaria portada norteamericana de Zeliard, comparada con el packaging original japonés.

La experiencia de lanzar sus aventuras en Japón tampoco fue un éxito. Las "Quest" mezclaban movimiento en pantalla con comandos escritos al estilo de aventuras de texto, y es una de las razones por las que estos juegos nunca funcionaron del todo fuera de Estados Unidos. **Para 1989 el ex guía y ahora embajador Ed Nagano ya estaba desesperado y hacía lo que sea para hacer los juegos de Sierra más accesibles.** La versión japonesa de **Police Quest II**, por ejemplo, altera los gráficos para hacer del protagonista **Sonny Bonds** un héroe más "tradicional" de manga/animé, mientras que su jefe recibe un **afro violeta** que atenta contra el supuesto tono serio de la saga.



Sierra Japón alteró " ligeramente " el arte del Police Quest II original.

Sierra Japón alteró " ligeramente " el arte del Police Quest II original.

Kyodai no estaba mejor. Después de esos cuatro lanzamientos a las apuradas, el conglomerado nunca volvió a editar un juego. El único que salió ganando fue Kenji Tsumura, que poco después de llegar a Estados Unidos cambió su nombre a "**Scott**", y se embarcó en una nueva aventura, viajando a Moscú con (¿quién más?) Henk Rogers para rescatar/secuestrar a **Alexei Pajitnov**, creador de Tetris.

El experimento de exportar Japón había fracasado. El JRPG se había vuelto un producto de nicho. Pero lo que fue una derrota para el gaming, resultó un regalo para otra industra: la de la **pornografía**.

5. Sólo se vive dos veces (1991-1994)

Algo raro pasó con el animé a finales de los '80.

A lo largo de las décadas anteriores, la animación japonesa se había exportado con éxito modesto pero consistente, con productos como **Meteoro**, **Heidi** y la ya nombrada Robotech que se vieron a lo largo de todo el mundo, compitiendo de igual a igual con producciones locales. Todo esto se detuvo a principios de los '90, cuando la animación japonesa fue víctima de la misma **ola de puritanismo** que afectaba a los videojuegos y al cine de terror, tanto en Estados Unidos como en Inglaterra o Argentina. Debido a estos casos de alto perfil, el animé se volvió, durante años, símbolo de **ultraviolencia** y pornografía dibujada.

Y por lo tanto, **la pornografía dibujada se volvió un gran negocio**.

El mercado japonés de PC estaba apuntado a un público adulto, y entre los JRPG sofisticados de Game Arts y Falcom también había una buena selección de **software erótico**. Al principio diseñado por estudios profesionales como Koei, que en años subsecuentes eliminaría de su catálogo nombres como "**¿Sueñan las Esposas Holandesas con Anguilas Eléctricas?**" (sí, es una referencia a **Blade Runner**).



¿Sueñan las Esposas Holandesas con Anguilas Eléctricas? y Feirie's Residence, dos de los primeros "eroge" de la historia (1984)

¿Sueñan las Esposas Holandesas con Anguilas Eléctricas? y Feirie's Residence, dos de los primeros "eroge" de la historia (1984)

En las tiendas de videojuegos de Tokio y Osaka había secciones dedicadas al "**doujinshi**", juegos de estudios independientes que solían tener algún tipo de contenido erótico y en el que nacieron géneros como el dating sim y la novela visual. Algunos de estos estudios se profesionalizaron y, en los '90, empezaron a exportar sus títulos a través de distribuidores occidentales de animación. Los mismos que habían hecho un gran negocio con VHS censurados de animé como **Urotsukidoji** y **La Blue Girl**.

En Estados Unidos el titán de la exportación fue **JAST**, que desde 1996 trajo aventuras hentai en CD-ROM como **Season of the Sakura** y **Three Sisters' Story**. En 1995, **Otaku Publishing, Ltd.** editó **True Love '95**, durante décadas el único dating sim editado oficialmente en Estados Unidos. La editorial **Samourai** de Francia publicó en 1994 el pésimo JRPG **Mad Paradox**, con una traducción incomprensible (algo que suele pasar cuando se traduce del japonés, al francés, al inglés).



True Love ‘95 es uno de los pocos juegos de esta lista que pueden comprarse legalmente en Steam , en su versión en inglés.

True Love ‘95 es uno de los pocos juegos de esta lista que pueden comprarse legalmente en Steam , en su versión en inglés.

Estas distribuidoras no estaban interesadas en el mercado tradicional de PC. Sus juegos se vendían en locales de video o por correo y anunciaban en revistas del ramo otaku o sitios web de dudosa reputación. Pero una de estas compañías llegó unos años antes, y por eso soñaba con cierta legitimidad para su software picante.

Megatech era un sueño del emprendedor **Kenny Wu**, fanático tanto del animé como del naciente género del JRPG doujinshi. En 1991 fundó su compañía **Megatech** junto a un par de amigos de su natal California y licenció su primer juego, **Cobra Mission: Panic in Cobra City**.

Cobra Mission era un RPG erótico de PC-98 del grupo independiente **INOS**, y no hay registro de que se haya editado comercialmente en Japón. Lo que Wu licenció, entonces, fue un punto de partida para el juego que quería hacer. **Erótico** sin ser pornográfico. **Cómico**, pero sin perder el rumbo de su historia. **Difícil**, pero no imposible para un público que nunca había jugado un JRPG. Y a pesar de su contenido sexy, Wu logró cierta cobertura en medios grandes, que publicaron críticas del juego y entrevistas con su equipo de desarrollo.



Como Sierra y Kyodai, Megatech ocultaba el estilo animé de sus promociones... pero lo mantenía en sus portadas.

Como Sierra y Kyodai, Megatech ocultaba el estilo animé de sus promociones... pero lo mantenía en sus portadas.

El romance de Megatech y la prensa de gaming no duró. La empresa siguió activa hasta 1996, pero mientras Cobra Mission se escudaba en el humor para dar cierta ligereza a sus aspectos eróticos, los lanzamientos siguientes no tenían esa excusa. **Metal & Lace** (que en inglés recibió el subtítulo **The Battle of the Robo Babes**) fue el segundo juego de la empresa, un pésimo clon de **Street Fighter II** sazonado con imágenes soft-porno que recibió muy malas críticas y terminó relegando a Megatech a la venta por correo.

Lo mismo pasaría con **Knights of Xentar**, una adaptación del mediocre RPG **Dragon Knight III** del estudio **Elf**, que se editó en dos versiones, una original y otra censurada para menores de 13 años. Una decisión que no tuvo mucho sentido ya que la portada hizo que a pesar de la autocensura pocos locales lo quisieran en sus bateas, y casi ninguna publicación seria aceptara promocionarlo. El último juego de Megatech fue **Power Dolls**, un intento de adaptación legítima, sin contenido erótico. Demasiado poco, demasiado tarde.

Megatech no fue la única empresa en aplicar el modelo de licencias y localización de las editoriales de manga y animé de la época. **Working Designs** fue la más exitosa de estas compañías, que desde 1990 localizó RPGs de nicho en plataformas que no tenían un catálogo particularmente amplio, como **Sega CD** y **Turbografx-16**.



Working Designs respetaba la estética de los juegos originales y la calidad del packaging. La edición de Lunar venía hasta con un mapa de tela.

Working Designs respetaba la estética de los juegos originales y la calidad del packaging. La edición de Lunar venía hasta con un mapa de tela.

Aunque en su momento Working Designs tuvo cierto reconocimiento como la única en traducir JRPGs, hoy tiene tantos fanáticos nostálgicos como detractores que argumentan que la compañía y su CEO **Victor Ireland** contribuyeron a la mala fama del JRPG en Occidente. Porque las decisiones creativas de Ireland eran, como mínimo, excéntricas.

Working Designs borraba diálogos completos de juegos como **Lunar: The Silver Star Story** y **Popful Mail** para reemplazarlos con humor típico de sitcom norteamericano, muy al estilo de adaptaciones "libres" de animé como **Los Gatos Samurai** (Samurai Pizza Cats) o la versión USA de Sailor Moon. Mientras otros estudios buscaban hacer los juegos japoneses más accesibles, WD aumentaba la dificultad de la mayoría de sus títulos localizados, haciendo que joyas como **Silhouette Mirage** (1997, PlayStation) resulten imposibles de terminar. Y por

supuesto, como todos los juegos de la época, están repletos de censura, en especial en términos relacionados con la Biblia. Aún así, siguieron editando hasta bien entrada la era **PlayStation 2**.

Ese era el panorama de los '90: juegos eróticos, adaptaciones "libres", y quizás algún que otro lanzamiento tardío, como **Snatcher** de Hideo Kojima y los clásicos de Squaresoft **Final Fantasy IV** y **Chrono Trigger**. Koei, por su parte, siguió editando para su público reducido mientras que Enix hizo el esfuerzo de publicar los siguientes Dragon Warrior después de que Nintendo se negara a continuar con la saga.

Pero hubo un último **desarrollador solitario** que, en los últimos días de MS-DOS, hizo el esfuerzo fallido por llevar a Estados Unidos una **obra maestra** del gaming japonés independiente. Un juego que nunca salió oficialmente pero que resultó tanto o más influyente que la mayoría de los nombrados.

6. Sayonara (1995-1997)

En 1993 el programador **Tim Trzepacz** probó un juego japonés que le cambió la vida.

Princess Maker 2 era la secuela de un éxito de culto publicado un par de años antes por **Gainax**, un estudio de animé que (al menos, en ese entonces) estaba al borde de la quiebra. Su diseño mezclaba el RPG con elementos de **superación personal** inspirados en los juegos de estrategia de Koei, invitando al jugador a ponerse en el rol de un rey que cría a una **princesa** (su hija adoptiva) desde su infancia hasta su adolescencia, llenando sus días de actividades y aventuras.

La premisa suena ligeramente problemática, pero el tono del juego estaba lejos de las fantasías incestuosas del hentai. Los diseños de su creador **Takami Akai** mezclaban la expresividad de las series animadas del estudio con cierta calidez inspirada en los RPG europeos. La dificultad estaba perfectamente equilibrada para novatos y veteranos. Trzepacz sabía que podía ser un éxito.



Takami Akai, Hiroyuki Yamaga (The Wings of Honnêamise) y Hideaki Anno, en los primeros días de Gainax.

Takami Akai, Hiroyuki Yamaga (The Wings of Honnêamise) y Hideaki Anno, en los primeros días de Gainax.

En 1995 Trzepacz perdió su empleo en **Microprose** y decidió apostar por ese juego que había amado. A través del submundo otaku se contactó con **Robert Woodhead,** creador del RPG de PC Wizardry, que había dado un giro en su carrera y se había convertido en el fundador de **Animeigo**, el primer sello en editar animé en VHS en Estados Unidos. Gainax, que en 1995 estaba a punto de estrenar una serie animada con múltiples problemas de producción, aceptó la propuesta sin dudarlo.

Pero cuando Trzepacz recibió el código fuente descubrió que el juego estaba programado en código de máquina, exclusivo de la línea **X68000** de Sharp. Convertirlo iba a ser una pesadilla, y entre la reprogramación y la traducción de las toneladas de texto, Trzepacz y sus amigos perdieron dos años de trabajo.



En 1995 no existían juegos como Princess Maker 2 en el mercado norteamericano.

En 1995 no existían juegos como Princess Maker 2 en el mercado norteamericano.

A mitad de camino, Gainax estrenó ese animé maldito: **Neon Genesis Evangelion**. De repente, Trzepacz tenía los derechos de distribución de un juego de los creadores del animé más popular de una década. Una de cal, otra de arena.

Para este punto, Trzepacz había conseguido un trabajo (¡en Working Designs!) de tiempo completo, y a pesar de que era una locura lanzar un juego de DOS en 1997, el nombre de Gainax traccionaba con fuerza. La distribuidora independiente **Ignite** firmó contrato para editarlo, y aunque Trzepacz estaba contento con el trato, la distribuidora resultó ser una estafa. El juego fue masterizado, entregado, distribuido, y hasta tuvo críticas publicadas en varias revistas del ramo… pero nunca salió a la venta.

Trzepacz pasó años peleando con Ignite en la justicia. En medio de las disputas, alguien filtró el juego a un foro de otakus, y alrededor de 1998 Princess Maker 2 circuló por todo el mundo, convirtiéndose en

un éxito (**pirata**) de culto en la joven Internet. **Para ese momento, quedó claro que ni Trzepacz ni Gainax iban a poder editar esta pequeña maravilla.**

En 2002, sabiendo que Takami Akai visitaría la convención **Fanime** en California, Trzepacz imprimió una copia del manual en inglés, grabó el disco y se lo entregó al creador junto a una carta en la que pedía disculpas, en japonés. O como dice Trzepacz, *"en la tradición del juego, le devolví su hija al creador"*.

Pero para ese entonces, la sequía otaku había terminado, y la producción japonesa era más popular que nunca.

https://www.youtube.com/watch?v=6VDWzL54YRw

El primer impacto fue **Final Fantasy VII**, que salió en 1997 y puso al JRPG de moda de la noche a la mañana. Al mismo tiempo, los canales infantiles de cable de occidente redescubrieron el animé y estrenaron años después que en Japón los éxitos **Dragon Ball** y **Sailor Moon**, mientras que el segmento **Toonami** convirtió a series como **Cowboy Bebop** en fenómenos que aún hoy convocan público. **De la noche a la mañana la producción japonesa dejó de ser tóxica para los medios masivos.**

El gaming de PC no fue parte de esta fiesta. El experimento de los '80 fue devastador para estudios de toda escala, que se mantuvieron lejos de la plataforma por una década más. Recién con la llegada de Steam y el fenómeno de la venta digital, distribuidoras como **XSeed** y **NIS America** se animaron a editar sus lanzamientos recientes, logrando que estudios de culto como Nihon Falcom por fin logren generar una base de jugadores internacionales similar a la de su país natal.

33 años después de esa casi-explosión de 1988, los problemas del gaming japonés para llegar a otros países siguen siendo los mismos. Los estudios no tienen equipos internos de localización, así que cada título tarda uno o dos años más en llegar, y si a eso se suma el retraso técnico de varios de estos artesanos del JRPG y la estrategia, cada nuevo título atrasa una generación. Las sagas suelen estar

incompletas y los juegos faltantes atados a consolas desaparecidas o plataformas digitales que ya no existen. En el camino, siguen apareciendo empresas tipo Working Designs, con más entusiasmo que prudencia, que colapsan llevándose con ellos los derechos de distribución de sus traducciones.

Princess Maker, por suerte, no está en esa lista. A lo largo de los años, la edición pirata de la localización de Trzepacz se volvió objeto de culto, influenciando a varios diseñadores, como el estudio indie **Hanako Games**. La popularidad de Princess Maker 2 hizo que la distribuidora **Bliss Brain** lo remasterice, junto con varios juegos más nuevos de la serie. Zeliard, Bandit Kings of Ancient China, y Murder Club no han tenido (¡por ahora!) la misma suerte.



La reedición de Princess Maker 2 no usa la traducción de Softegg. Una pena.

La reedición de Princess Maker 2 no usa la traducción de Softegg. Una pena.

Y muchos no la van a tener.

Hay décadas de juegos japoneses de PC que nunca serán localizados. Treinta años de historia oculta detrás de barreras idiomáticas, tecnológicas y culturales, que sobrevive en videos perdidos

en YouTube y en su influencia sobre una generación de diseñadores que, a diferencia de sus predecesores, pueden crear con un público global en mente.

Que este paseo por los poquísimos ejemplos que salieron de Japón sea un recordatorio de la **variedad** - a veces mareante - de que hay historias alternativas del gaming. Y que existen de forma paralela, encimandose unas sobre otras.

Un recordatorio de lo rápido que nacen y mueren **escenas**, **comunidades**, **subculturas** enteras alrededor de géneros que damos por sentados. Y de lo estimulante que puede ser lo que dejan detrás.

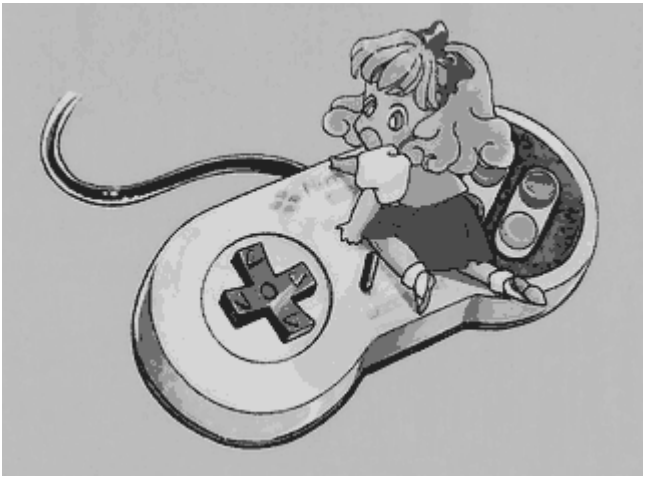
Un recordatorio de lo **reductivo** que es resumir 50 años del gaming a Mario Bros., Metal Gear y Monkey Island.

Porque sabemos mucho menos de lo que creemos que sabemos.

CRONOTRIPPER (22 DE FEBRERO DE 2021)

Touhou, Tokimeki, Doujinshi: el cambio de manos del gaming otaku

Bullet hell, visual novel, dating sim, y el placer de ver los videojuegos de la cultura otaku recontextualizados por comunidades de diseñadorxs mujeres y LGBTQ.



En 1993, **Koji Igarashi** estaba en problemas.

El desarrollador que años después se convertiría en leyenda gracias a **Castlevania: Symphony of the Night** (1997) había recibido la asignación más difícil de su carrera: escribir la línea narrativa de **Tokimeki Memorial** (1994), un nuevo juego romántico ambientado en una escuela secundaria que mezclaba la aventura gráfica y la estrategia. "Iga" conocía a la perfección los dos géneros, pero el romance definitivamente no era lo suyo.

Por suerte en esos días Iga había trabado **amistad** con una sonidista que trabajaba en **Castlevania: Rondo of Blood** (1993) en una oficina contigua a la suya. Cada vez que podía, el diseñador se escapaba a jugar un ratito con los vampiros y de paso, pedir ayuda a esa amiga que pronto se convertiría en **pareja**. Juntos visitaron varias de las locaciones de Tokyo que luego pasarían a ser escenarios del juego, y variantes de sus conversaciones terminaron transcritas en ese clásico del "**dating sim**".

Es imposible saber si la historia real de amor tuvo algo que ver con el éxito, pero Tokimeki Memorial conectó con su audiencia como ningún romance interactivo lo había hecho antes. No era el primer dating sim (ese honor corresponde a **Dōkyūsei** (1992) de ELF) pero sí era el primero apuntado a un público masivo.



El look de Tokimeki Memorial evita la sexualización explícita de sus personajes.

El look de Tokimeki Memorial evita la sexualización explícita de sus personajes.

Konami eliminó los elementos abiertamente pornográficos (hasta entonces estas aventuras se conocían como "**eroge**" o juego erótico), enriqueció los aspectos de estrategia y apostó por una estética retro, casi nostálgica. Los delicados diseños de **Masashi Kokura** transmiten una sensación de melancolía que recuerda a las películas de Studio **Ghibli** de principios de los '90, como **Puedo Escuchar el Mar** (Umi ga Kikoeru) y **Recuerdos del Ayer** (Omohide Poro Poro).

El juego se volvió un fenómeno cultural. **Para bien y para mal**, porque el género de los simuladores de citas fue otra arma para que los medios tradicionales denuncien el supuesto aislamiento social del otaku. El análisis superficial del dating sim apunta a la idea de que el jugador traba una relación de fantasía con un personaje virtual que reemplaza las interacciones con personas reales. Una supuesta patología presentada como perversión patética por parte de la prensa japonesa[1] e internacional[2].

Hay críticas un poco más válidas a estos romances digitales. Parten de la base (real) de que la representación femenina está construida desde la mirada del hombre. Que el concepto de elegir opciones de un menú buscando la "correcta" para que la chica diga que sí es, como mínimo, **denigrante**. Que la idea de relacionarse con varias mujeres y "elegir" como si fuera un **buffet** de oportunidades románticas quita agencia a estos personajes. **Que cuando no idealiza, cosifica.**

Por supuesto que Tokimeki tiene una "solución", pero jugarlo así parece ir a contrapelo de la propuesta de Konami.

El problema de estas dudas es que parten del análisis del contexto y no de la obra. La práctica de jugar Tokimeki Memorial (y la enorme mayoría de dating sims y novelas visuales), no se condice con esa mirada. De la misma forma en la que Fortnite no es el campo de entrenamiento para un temible híbrido de asesinos y albañiles, **TokiMemo no busca ser el manual de una hipotética relación o el sustituto de una conexión real**, sino una exploración de las emociones del jugador.

A pesar del nombre de fantasía del género, estos juegos no están diseñados como una simulación del romance, sino como una forma de exteriorizar los propios gustos, apuntados a una sociedad en la que no hay mucho espacio para jugar con la propia identidad, para definir lo que uno quiere y lo que no. El crítico **Tim Rogers** lo llama un "**test de personalidad**". La novia virtual que uno elige no es más que un espejo del jugador.

O de la jugadora.



Algunos productos diseñados para el público femenino de Tokimeki Memorial.

Algunos productos diseñados para el público femenino de Tokimeki Memorial.

MUTACIÓN 1: Otome, o Shojo y no Bishojo

Para 1997 estaba claro que **había tantas mujeres como hombres** jugando Tokimeki Memorial, algo que Konami no había previsto. Al principio la empresa no supo bien qué hacer con esa transición, pero lo

terminó internalizando, y el marketing estaba orientado al público femenino, con catálogos llamados "**Tokimeki Goods' Life**" que se concentraban principalmente en productos para mujeres.

Las revistas **Dengeki**, **Famitsu**, y el catálogo propio de la empresa **Konami Look** muestran un catálogo que siempre se renueva. Relojes. Anteojos. Cámaras descartables. El traje de gimnasia de las chicas del juego.

Konami finalmente aceptó que el negocio iba por otro lado y en 2002 creó su propia versión "otome" (un dating sim en el que los personajes a seducir son hombres y no mujeres) de Tokimeki Memorial, con el subtítulo "**Girl's Side**". La transformación se completó poco después. La línea principal de TokiMemo terminó en 2009, pero Girl's Side sigue saliendo - el próximo llega a Switch en 2021.



Tokimeki Memorial: Girls' Side mezcla la melancolía del original con la estética atemporal de las boy bands del j-pop.

Tokimeki Memorial: Girls' Side mezcla la melancolía del original con la estética atemporal de las boy bands del j-pop.

Igarashi nunca volvió a Tokimeki Memorial, pero 20 años después pone su trabajo en ese primer juego de la saga a la altura de Symphony of the Night. Considera que causó una verdadera revolución y en alguna medida cambió la forma de pensar de la sociedad japonesa. "**Iga**" piensa que el éxito de Tokimeki en el público femenino tenía que ver con esos roles femeninos. Que lo jugaban para ver qué tipo de mujer atraía a los hombres. Nada más lejos de la verdad.

Konami inventó el dating sim moderno y vivió la transición de su público, pero el otome nació un poco antes. Ese término, que se refiere a los dating sims orientados a un público femenino, viene de **Koei**, otro venerable estudio dedicado a los juegos de guerra y estrategia. O más bien, de su cofundadora y presidenta **Keiko Erikawa**.

Desde los '80 Erikawa había intentado desarrollar juegos con un público femenino en mente desde la incepción de Koei. Uno de los primeros juegos de la empresa, **Night Life** (1982), era una mezcla de pornografía pixelada y manual de autoayuda para mejorar la vida sexual de las parejas. Inspirada en las guionistas y dibujantes del shojo manga, la presidenta soñaba con un equipo formado exclusivamente por mujeres, pero no había tenido suerte a la hora de reclutar diseñadoras y programadoras. La industria del videojuego era un club de hombres, que había productos para hombres, y lo mismo pasaba con las carreras de ciencia y tecnología.

Pero Erikawa no abandonó su objetivo. El éxito de Dōkyūsei demostró que la estética y narrativa de un manga se podía combinar con elementos ligeros de estrategia y rol para crear un nuevo género, con mayor énfasis en la historia que en las mecánicas. La presidenta decidió cambiar de estrategia y buscar a sus empleadas en **carreras humanistas**. Escritoras, artistas, compositoras. Lo que tenían que aprender de programación y diseño bien lo podían aprender dentro de Koei.

Angelique mezclaba la estética del shojo con los personajes "chibi" del JRPG.

En 1993 Erikawa fundó oficialmente el estudio. Lo bautizó **Ruby Party**, o "Equipo de Rubíes", la gema que en Japón representa la pasión y el amor puro. "**Otome**" fue el nombre no oficial que recibió el género, y significa "**juego de doncellas**". La codificación de género está clarísima, pero como muchos aspectos de la estética del "**shojo manga**", es una pantalla para poder explorar emociones femeninas en un espacio tácitamente cerrado a los hombres.

El primer proyecto de Ruby Party fue **Angelique** (1994), un juego de estrategia en el que la protagonista se convierte en la reina de una tierra mágica y debe administrar sus recursos mientras recibe las atenciones románticas de consejeros imposiblemente sexys.



Las ediciones especiales de Angelique venían cargadas de regalos.

Las ediciones especiales de Angelique venían cargadas de regalos.



Tokimeki Memorial

Angelique no es solo el primer dating sim "otome" sino un hito en lo que hoy llamamos "**transmedia**". Erikawa sabía que el juego no iba a ser un éxito inmediato, y por eso creó todo un universo de proyectos paralelos que continuaban o recontaban la historia. Un manga (dibujado por **Kairi Yura**), radioteatros (o "Drama CD" como se los conoce en Japón), y hasta colecciones de salvapantallas y papelería para Windows 95.

El juego se reeditó una y otra vez, tomó años en generar ganancias pero logró por fin el objetivo de Erikawa: **construir un estudio, una franquicia, un género propio.**



Las protagonistas de la novela visual Butterfly Soup (2017) de Brianna Lei. American Doujinshi.

Las protagonistas de la novela visual Butterfly Soup (2017) de Brianna Lei. American Doujinshi.

Mutación 2: LGBTQVN

TokiMemo, **Angelique** y otros dating sim "mainstream" como **Sakura Wars** de Sega convirtieron el juego romántico en algo respetable. Con la llegada de plataformas basadas en CDROM, empresas más pequeñas empezaron a trabajar en una evolución de los "eroge" y "bishoujo

games" en los que Koei y Konami se habían inspirado. A finales de los '90 los estudios **Leaf** (con To Heart) y **Key** (con Kanon y Air) establecieron el formato actual de la novela visual erótica con productos exitosos (al menos dentro del nicho) y bien recibidos por la crítica del momento.

Aún así, ninguna de estas novelas visuales llegó a Occidente de forma oficial. La cantidad de texto hacía muy cara la localización, las diferencias culturales eran difíciles de explicar, y (en el caso de los juegos de Key y Leaf) las escenas pornográficas que las habían hecho un suceso en Japón las hacían **invendibles** en locales comerciales. Todavía faltaban unos años para la llegada de las tiendas digitales de juegos.

La novela visual no sólo había pegado en los grandes estudios, sino que había generado una nueva ola de "**doujinshi**": juegos desarrollados por amateurs que se venden en locales especializados o eventos como la multitudinaria feria **Comiket**. A diferencia del indie norteamericano, que tiene un objetivo comercial claro, **el doujinshi es un hobby**, y el negocio es secundario.

(Al menos al principio, claro. **Fate Grand/Order**, el juego de celular de Aniplex y Type-Moon que recauda unos mil millones de dólares por año, empezó como la visual novel doujinshi **Fate Stay/Night**)

Las novelas visuales doujinshi son más cortas que las comerciales y sus desarrolladores suelen ver con mejores ojos las traducciones realizadas por fans. De a poco se fue armando una comunidad alrededor de las versiones en inglés de estos juegos doujinshi, que creció gracias al lanzamiento de **Ren'py** (2004), una herramienta simple pero flexible para diseñar novelas visuales propias y el establecimiento en el mismo año del grupo **insani**[3], una comunidad de traductores amateur que apostaba por títulos experimentales.

Pero la "**English Visual Novel Community**" es muy distinta al mundo estrictamente masculino de las producciones de alto perfil japonesas, sean comerciales o doujin. Una encuesta de 2014[4] reveló que

en los foros de discusión del género hay más mujeres que hombres, no sólo leyendo sino creando. La base de datos **VNDB**[5] lista más de 10.000 novelas visuales originales en inglés.



¡En castellano también hay! El estudio argentino Makenaide lanzó en 2018 su "otome feminista" Project Alpha, que busca romper el arquetipo de la protagonista pasiva.

¡En castellano también hay! El estudio argentino Makenaide lanzó en 2018 su "otome feminista" Project Alpha, que busca romper el arquetipo de la protagonista pasiva.

Revisando **SteamSpy** (sitio que proyecta estimativos de ventas de juegos de Steam) se puede ver que estudios indie formados casi exclusivamente por mujeres y personas no binaries como **Love Conquers All**[6] y **Hanako**[7] tienen varios juegos que superan las 50.000 unidades vendidas. Si algo tienen en común las visual novels y dating sims desarrolladas en Occidente es su acercamiento a temáticas LGBTQ (**Butterfly Soup**, **Dream Daddy**) y estética inclusiva (**Monster Prom**, **Katawa Shoujo**.)



MUTACIÓN 3: Everybody Is Gay in Gensokyo

Volviendo a Japón y al mundo de los doujinshi, el rey de la Comiket se llama **ZUN**, un carismático programador que creó en 1997 el proyecto **Touhou**. Esta serie de juegos de naves que se caracterizan por sus intraducibles nombres en inglés (**Phantasmagoria of Flower View**, **Immaterial and Missing Power**), sus matemáticas lluvias de balas (conocidas como "**bullet hell**" o "**danmaku**"), su mitología basada en el shintoismo y su elenco inconfundible de docenas de guerreras superpoderosas.

Cualquiera que haya visto de reojo algún título (oficial o paralelo) de la serie Touhou puede haber llegado a conclusiones superficiales al ver estos diseños basados en la problemática estética "**moé**" que, como concluye Amelia Cook en un valioso ensayo[8] para **The Mary Sue**, apela a una bienvenida vulnerabilidad masculina pero a la vez exacerba los aspectos misóginos de cierto tipo de animé.

Charla y tiros: el combo ganador del Touhou Project.

Pero ZUN tiene otra explicación para relacionar sus juegos de naves con personajes femeninos. En una entrevista con **John Szczepaniak** define su filosofía de una forma tan poética como un ballet de balas.

> *"Creo que el estilo danmaku tiene un aspecto femenino. No es un duelo mano a mano de fuerza. No corrés a pegarle al enemigo. Con danmaku quiero hacer juegos que sean ante todo, bellos. La forma en que se mueven las balas, la forma en que se juega... es un espectáculo visual y pienso que tiene un atractivo propio. Son juegos más de estética que de acción. La gente asume que pongo muchas chicas porque es lo que quieren mis fans, pero no es así." (The Untold Story of Japanese Game Developers, Tomo 1, pg. 322)*

Como pasó con las novelas visuales doujinshi, **el público de Touhou se fue ampliando con la internacionalización**, y el autor de este universo no parece tener reservas con las formas en las que estos nuevos fans interpretan su creación.

La cultura doujinshi creció a través de lo que se llama "**trabajos secundarios**", fan fiction basada en propiedad intelectual establecida. Los grandes sellos editoriales de Japón suelen ser **tolerantes** con cómics y cosplay inspirados en sus personajes pero hay una línea imaginaria trazada con los juegos, en especial si hay intenciones comerciales.

ZUN tiene otra mentalidad. **Es el anti-Nintendo.** Invita a los fans a que se apropien de su mundo y sus personajes e interpreten a través de historias, adaptaciones, y ¿por qué no? juegos. Buscando solo en el sitio dedicado al indie **itch.io**[9] se pueden encontrar más de trescientas exploraciones del universo Touhou, y Steam no diferencia entre los juegos oficiales[10], fangames[11] 100% doujin y proyectos comerciales como el espectacular Metroidvania **Touhou Luna Nights**[12].

La visión de ZUN sobre la belleza, sus creaciones entre vulnerables y poderosas y el hecho de que la enorme mayoría de los personajes de Touhou sean mujeres hizo que la serie conectara en los últimos años con una comunidad un poco más diversa que los fanáticos hardcore de los juegos de naves.

El meme "**en Gensokyo todes son gay**" empezó como una broma pero se volvió canónico en el shipping[13] que realiza el fandom. En los últimos años la comunidad viene organizando una Game Jam de Touhou para el día del orgullo, pero quizás la clave de esta mutación se encuentre en un ensayo minucioso[14] de **Alice D.** que identifica los elementos temáticos que hacen el universo de ZUN naturalmente inclusivo: el matriarcado, la sororidad, la codificación de ciertos personajes como trans.



Banner de la segunda Pride Game Jam de Touhou.

Banner de la segunda Pride Game Jam de Touhou.

Nada de esto quiere decir que no exista misoginia en el animé, dating sim y visual novel, ni que el sexismo rampante de la sociedad japonesa sea un simple prejuicio, como tristemente demostró la organización de los **Juegos Olímpicos** a principios de 2021. Pero tampoco es casualidad que los grupos que la "**cultura gamer**" marginó durante décadas elijan apropiarse de estos géneros "**otaku**" que giran alrededor de la belleza y las emociones.

Adoptar, reciclar, recontextualizar. **La mutación de una manifestación artística tiene la voracidad impasible de la marea.** Absorbe lo que le interesa. Descarta lo que sobra. Destripa contexto, autores, historia y crea algo nuevo que, con suerte, será a su vez adoptado, reciclado y recontextualizado. **Es un proceso brutal y eficiente** que tiene su espejo en la iteración, la técnica de diseño que se basa en el desarrollo y descarte rápido de un prototipo para aislar una mecánica efectiva.

Si la iteración es la versión controlada de laboratorio de este proceso, la apropiación de un género es el **virus** que se propaga de forma impredecible por el ecosistema del fandom. La mutación es la esencia de un medio que te desafía a seguir su ritmo.

CRONOTRIPPER (27 DE JULIO DE 2021)

Roe R. Adams III, una invocación

El camino de un pionero perdido del gaming. Periodista, diseñador, fansubber y nexo inesperado entre las industrias de Japón y Estados Unidos.



> *"En Japón, los juegos de computadora son lo más popular desde el sushi (...) Wizardry y Última tienen una horda de seguidores en el país. Las revistas de computación cubren a Lord British (creador de Ultima) como nuestros tabloides cubrirían a una estrella de televisión. Cuando Robert Woodhead (creador de Wizardry) estuvo en Japón, fue acosado por buscadores de autógrafos... ¡Con solo presentarse en un local de computación causaba una estampida de gente que corría a anunciar su presencia!"*

Con esta desatada hipérbole empieza la columna "**Come Cast a Spell With Me**" del número de septiembre/octubre de 1985[1] de **Computer Gaming World**. El que firma es **Roe R. Adams III**, un experto en

aventuras gráficas famoso por su capacidad para resolver los más complejos puzzles ("*Ganador de 42 premios por resolver aventuras y RPGs antes que nadie*", diría su biografía unos años después).

Y aunque lo que Adams cuenta sobre la recepción de esos dos juegos de rol está ligeramente exagerado, no deja de ser verdad. **Wizardry** y **Ultima** fueron fenómenos[2] en Japón en los '80, al menos dentro de un núcleo de entusiastas y universitarios que terminaron formando la industria del JRPG. No hay **Dragon Quest**, **Final Fantasy** o **Megami Tensei** sin Wizardry.

La nota es aún más interesante por lo que **no** dice sobre Adams.

En su columna, Adams se presenta como un reportero imparcial, observador casual de esta virtual Beatlemania por los RPG, sin revelar que en 1985 estaba trabajando en simultáneo para "**Lord British**" (alias del programador Richard Garriott) y **Woodhead** en los próximos juegos de la saga Wizardry y Ultima.



El encabezado de las columnas de Roe en CGW, con un título que usaría más de una vez.

El encabezado de las columnas de Roe en CGW, con un título que usaría más de una vez.

La imparcialidad nunca fue una virtud en las revistas de computación de los ochenta, y es posible ver la omisión de Adams como una afrenta a la ética periodística, pero después de leer páginas y páginas de sus textos no dudo que el entusiasmo sea genuino. Un amante del naciente arte del videojuego que usó medios como este como una excusa para divulgar su visión del potencial de la industria.

Cualquier blogger moderno se escandalizaría por este conflicto de intereses. Pero aunque Adams fue editor de las revistas más influyentes de la época, **no era periodista**. Y aunque su trabajo fue clave para algunos de los juegos más importantes del naciente género del CRPG, **tampoco era diseñador**. Y aunque fundó el primer sello editor de animé subtitulado en Estados Unidos **no fue traductor, ni editor, ni empresario**.

¿Quién era Roe R. Adams III? ¿De dónde venía? ¿Qué buscaba en la industria este eterno procrastinador, un creativo insaciable que se aburría de inmediato de los mundos que él mismo creaba?

En trece años de carrera, **entre 1982 y 1995**, Adams saltó de trabajo en trabajo, de ciudad en ciudad, de continente en continente, y finalmente, desapareció de la faz de la Tierra, retirándose de la vida cotidiana y perdiendose en un ciberespacio que había colonizada antes de que Internet fuese un negocio millonario.



Roe R. Adams III (izquierda) junto a Robert Woodhead, creador de Wizardry.

Roe R. Adams III (izquierda) junto a Robert Woodhead, creador de Wizardry.

En el camino Roe Adams dejó ladrillos con los que todavía estamos construyendo esta esquina de la cultura pop. El primer RPG en explorar la moralidad del jugador. El primer "fansub" comercial. **Y un candidato firme al juego más difícil de todos los tiempos.**

Adams casi no dio entrevistas a lo largo de su carrera, no escribió una autobiografía ni da conferencias en la GDC. **Su paso por el mundo está registrado en artículos, juegos, y anécdotas** que comparten los pocos que lo conocieron de verdad**.**

Voy a tratar de reconstruir su paso por el gaming con esos retazos. Extender objetos inconexos en un círculo. Prender una vela y, si se me permite, evocar el espíritu de un artista escurridizo, magnético, inclasificable.

Vení a tirar un hechizo conmigo.

1. Time Zone

Time Zone (On-Line Systems, 1982) puede considerarse el primer juego **AAA** de la historia.

Los juegos de la primera década de la industria (digamos 1972-1981) tenían un solo autor. Un programador/diseñador que, a veces, colaboraba con un artista visual o un ingeniero de sonido. **Los equipos no superaban las cinco personas.**

On-Line Systems (luego conocida como **Sierra On-Line**) fue una empresa dedicada al desarrollo de aventuras de texto con ilustraciones bastante vistosas para la época, que aprovechaban el modo de alta resolución de **Apple II** (280x192, 8 colores). Por eso habían recibido el nombre rimbombante de "**Hi-Res Adventures**"

La creadora de muchas de estas aventuras (y luego inventora de la aventura gráfica moderna) era **Roberta Williams**, quien escribía las historias y diseñaba los mapas, pero no programaba. La figura del director de un juego, como líder de un proyecto que toma las decisiones finales por sobre las demás disciplinas nace con ella. No por elección sino por necesidad.



Time Zone, el juego más ambicioso de On-Line Systems, quería vender una experiencia casi cinematográfica.

Time Zone, el juego más ambicioso de On-Line Systems, quería vender una experiencia casi cinematográfica.

Porque no es que On-Line Systems tuviese una filosofía de diseño superior a los demás estudios, sino que, simplemente, **Roberta era la esposa del jefe**. Su marido **Ken Williams** fundó y organizó la empresa alrededor del proceso creativo de Roberta, una decisión comercial que resultó brillante. El primer juego diseñador por Roberta (**Mystery House**, 1980), programado por el mismo Ken y comercializado por correo, vendió el equivalente a 500.000 dólares de hoy. Por eso la fórmula nunca cambió, y los juegos de Roberta siempre fueron colaborativos.

Luego de un par de años de perfeccionar este proceso, Roberta empezó **Time Zone**, su proyecto más ambicioso, que fue creciendo y creciendo a lo largo de dos años, llegando a emplear un equipo que alcanzó la docena de personas entre programadores, dibujantes y artistas digitales.

Cuando finalmente salió, Time Zone era un monstruo[3]. Una aventura ambientada en distintas regiones del planeta (y el universo) a lo largo del tiempo y del espacio, con más de **1.500 locaciones** para explorar, imposible de mapear y repleta de puzzles inconexos. Venía en **seis disquetes** cuando el juego más pesado de la época ocupaba dos. Costaba **99 dólares**, que, calculando la inflación, equivalen a 275 dólares actuales. On-Line prometía que **llegar al final de su juego tomaría al menos un año.**

Roe R. Adams III lo resolvió **en una semana**.

Este logro de Adams está inmortalizado en **Hackers[4]**, el libro de 1984 de **Steven Levy** que narra el boom de las microcomputadoras de principios de los '80. En la página 349 de la edición de 2010, Levy lo describe como "*un jovial fanático de los juegos de aventura que estuvo sin dormir durante una semana, y al terminar lo declaró uno de los mejores videojuegos de la historia*".

Levy menciona casi como una curiosidad que Adams escribía entonces en la revista **Softalk**, una publicación igual de influyente que Computer Gaming World en la escena del gaming de la época, que dedicada la mitad de sus páginas a juegos de Apple II. Una precursora del periodismo de tecnología que contó entre sus redactores a varios ejecutivos y diseñadores de las empresas de juegos más grandes del momento, como **Doug Carlson** de **Broderbund** y el mismo Ken Williams. Hasta en el correo de lectores se descubren nombres como el de **Brian Fargo**, que poco después fundaría Interplay.

Pero el primer artículo de Adams que sobrevive en formato digital no salió en Softalk sino en el número de marzo de 1982[5] de **Softline**, su revista hermana, que daba aún más importancia a los videojuegos por razones que en unos párrafos serán aparentes. Es una nota de tapa (algo raro para un escritor debutante) que **explora el fenómeno Wizardry**, el mismo del que volvería a hablar en su viaje a Japón tres años después.

La primera entrega de Wizardry era relativamente nueva. Había salido en septiembre de 1981 con el mismo sistema de venta por correo de On-Line Systems, y se volvió un éxito de boca en boca que terminaría vendiendo unas 200.000 unidades en dos años. Un número impensado para la época.



Come Cast a Spell with Me

Plumbing the Depths of theWizardry Phenomenon

by ROE R. ADAMS III

Softline dedica casi 10 páginas a este artículo de un debutante.

Softline dedica casi 10 páginas a este artículo de un debutante.

En este primer artículo queda claro que la visión de Adams del gaming trasciende el entretenimiento. El artículo empieza explorando Wizardry como **literatura,** con un pasaje de ficción en el que Adams narra su propia aventura en el juego, y de ahí pasa a proponerlo como **escapismo** para la cultura laboral ultra competitiva de los '80, y hasta como **herramienta terapéutica**, en un recuadro en el que Adams entrevista al psiquiatra **Ronald Levy**.

Llama la atención la estructura del artículo, que parece salido de una imitación del New Yorker y no de un pasquín de tecnología. No solo por su contenido sino por el tono: **Adams escribe como si fuera un locutor de radio de los años '30**, cargando el texto de adjetivos y vagando por todas las tangentes posibles, con tal de contagiar el entusiasmo.

La nota incluye testimonios “reales”, saltos abruptos de estilo, y hasta ilustraciones. La más llamativa, claro, es la del elfo ninja **Hawkwind**, su propio personaje de Wizardry. **Es la obra de un escritor que se aburre rápido, y por lo tanto está decidido a no aburrir al lector.** El título es “Come Cast a Spell With Me” (vení a lanzar un hechizo conmigo), y al terminar de leerlo uno se siente un poco así. Confundido. Fascinado. Encantado.



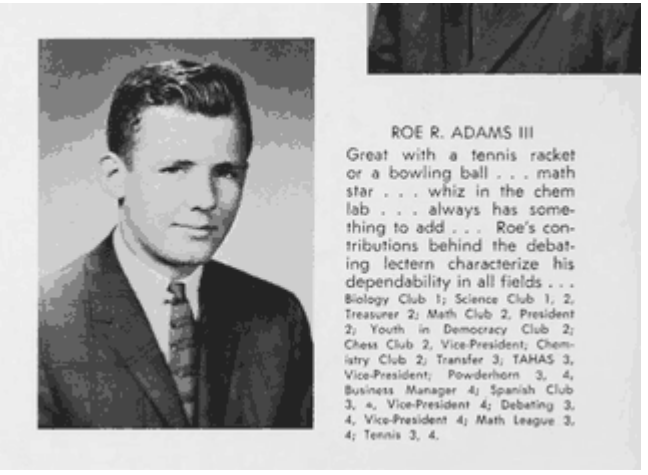
Hawkwind, el personaje de Roe Adams. No es su última aparición.

Hawkwind, el personaje de Roe Adams. No es su última aparición.

Es que Adams es un personaje, como mínimo, **excéntrico**. Un apasionado de los juegos de cartas y los RPG de mesa estilo **Dungeons & Dragons** que en 1979 descubrió el mismo juego que enamoró a Roberta Williams y a los fundadores de Infocom: Adventure de Crowther y Woods. Adams se volvió un coleccionista de aventuras gráficas. En un artículo de 1984 de la revista **The Conoisseur**[6] aseguraba haber terminado los 600 juegos del género que se habían

editado para Apple II hasta ese momento. No era lo único que jugaba. En 1985 su colección era tan extensa (más de 7000 juegos) que decidió donó un millar a la biblioteca Gutman de **Harvard**.

No hay duda de que Roe tenía un buen pasar. Según una breve biografía[7] publicada en el número de marzo de 1985 de **Electronic Games**, Adams venía de un perfil académico. Había asistido a la universidad **Brown** (una de las más exclusivas del país) y estudiado matemáticas aplicadas. En 1967, luego de graduarse decía haber formado parte del equipo que desarrolló para el **Departamento de Defensa** el primer lenguaje informático basado en el paradigma de programación declarativa.



ROE R. ADAMS III

Great with a tennis racket or a bowling ball . . . math star . . . whiz in the chem lab . . . always has something to add . . . Roe's contributions behind the debating lectern characterize his dependability in all fields . . .

Biology Club 1; Science Club 1, 2, Treasurer 2; Math Club 2, President 2; Youth in Democracy Club 2; Chess Club 2, Vice-President; Chemistry Club 2; Transfer 3; TAHAS 3, Vice-President; Powderhorn 3, 4, Business Manager 4; Spanish Club 3, 4, Vice-President 4; Debating 3, 4, Vice-President 4; Math League 3, 4; Tennis 3, 4.

No hay fotos públicas del paso de Adams por Brown. Esta es de su anuario de 1963 en la secundaria Bedford, y muestra la enorme variedad de sus intereses, aún a los 18 años.

No hay fotos públicas del paso de Adams por Brown. Esta es de su anuario de 1963 en la secundaria Bedford, y muestra la enorme variedad de sus intereses, aún a los 18 años.

Algo pasó entre su graduación y el final de los ‘70s, ya que para 1982 Adams había llevado su vida por otro camino. Para ese entonces el escritor asistía periódicamente a convenciones de ciencia ficción, era habitué de ferias renacentistas y miembro de la **Sociedad para el**

Anacronismo Creativo (**SCA**), una asociación que mezcla reuniones sociales con una elaborada fantasía de rol en vivo que incluye eventos, festivales y hasta títulos nobiliarios imaginarios.

La SCA busca rescatar los métodos de expresión de las culturas europeas medievales y los primeros artículos de Roe dan exactamente esa impresión: la de **un dandy desplazado en el tiempo**, que se niega a procesar los juegos como tecnología o como entretenimiento, y elige verlos como obra literaria: mundos e historias a explorar.

Del artículo de Wizardry se desprende otro detalle interesante. **Softline no es solamente la revista hermana de Softalk, sino un emprendimiento con un único "socio comercial": Ken Williams, CEO de On-Line Systems**. Como apunté antes, este tipo de conflicto de interés no era algo raro en la prensa gamer de la época. Pero en este caso el timing no cierra del todo.

El artículo de Adams se publicó en marzo de 1982. Time Zone solamente había salido a la venta en febrero de ese mismo año. Es difícil creer que Adams compró el juego, lo terminó, informó a On-Line de su logro, y finalmente fue contratado para escribir un artículo sobre Wizardry, que salió publicado en el número del mes siguiente. El prodigio que resolvió el juego en una semana era redactor de una revista que pertenecía al mismo dueño del estudio.



Softline Staff

Administration

Publisher	Al Tommervik
Associate Publisher	Ken Williams
General Manager	Mary Sue Rennells
Office Manager	Jo Hilliard

Ken Williams era el "associate publisher" de Softline, y casi toda la revista consiste de avisos de On-Line Systems.

Ken Williams era el "associate publisher" de Softline, y casi toda la revista consiste de avisos de On-Line Systems.

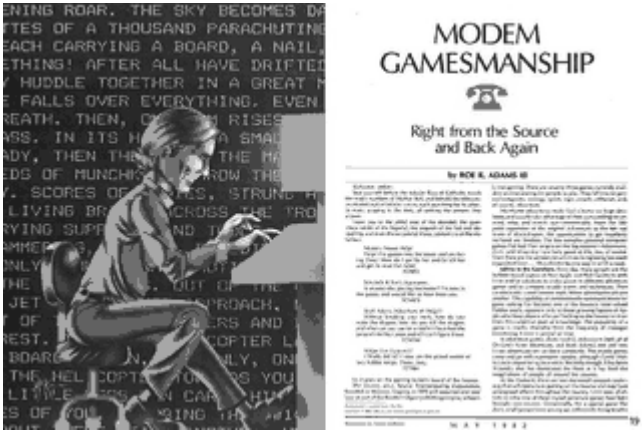
El incansable historiador del gaming **Jimmy Maher**, conocido como **The Digital Antiquarian**, se tomó el trabajo de intentar terminar[8] Time Zone por su cuenta, declarándolo imposible de resolver sin una solución o meses de prueba y error. **Maher sugiere que Adams hackeó el juego para hacer trampa**, y aunque es claramente posible (en especial para un graduado de matemáticas de Brown), también está la posibilidad de que Adams haya terminado el juego en circunstancias controladas. Un ardid publicitario que serviría de contrapunto al peligroso marketing del "juego imposible de terminar".

Pero hay una tercera opción, quizás más amable que esas dos.

En su segundo artículo en Softline, de mayo de 1982, Adams escribe sobre **The Source**, un servicio en línea que ofrecía foros y chat, casi como una proto-Internet. En la nota, cuenta cómo los jugadores de aventuras intercambian consejos a través de los "bulletin boards" del servicio. En particular la **Vault of Ages** (Bóveda de los Tiempos), dedicada a resolver un solo juego: Time Zone.

Lo que Adams, una vez más, no aclara, es que él era el administrador de la Vault of Ages. Y un empleado, al menos de forma indirecta, de On-Line, difuminando una vez más las ya ínfimas barreras entre el marketing, el periodismo y la divulgación.

¿Es posible que la aventura de resolver la aventura haya nacido en esta BBS? No hay registros de la actividad de The Source, por supuesto, pero no parece raro que la relación del escritor con Softalk y los Williams haya empezado en un espacio virtual en el que Roe Adams era, básicamente, un **rockstar**.



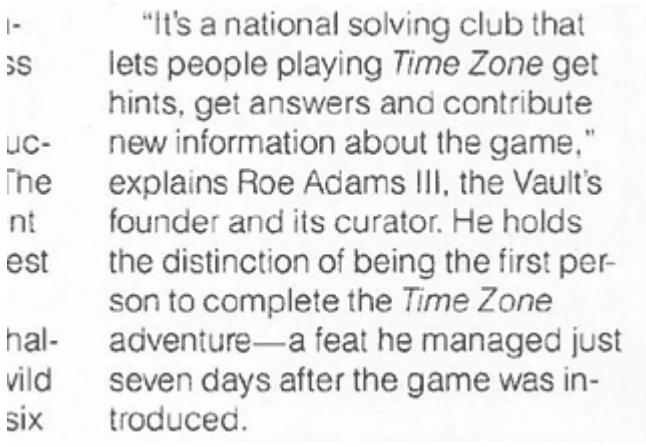
The Source no solamente tenía foros, sino juegos de rol en línea. La suscripción al servicio costaba 100 dólares, y cada hora de uso 3 dólares más.

The Source no solamente tenía foros, sino juegos de rol en línea. La suscripción al servicio costaba 100 dólares, y cada hora de uso 3 dólares más.

En septiembre del mismo año, el **New York Times** habla del servicio[9] y menciona a Adams como una especie de ángel guardián de aventureros perdidos, que usaba en los foros el nombre "**Hawkwind**". El mismo que daba a su personaje de Wizardry, y que puede estar inspirado en la banda británica de rock progresivo de los '70.

The Source se fundó en 1979, y para principios del '82 Adams era el sensei de la sección de gaming. Maestro de las aventuras, que siempre estaba dispuesto a dar una mano al que lo necesitaba.

A lo largo de la historia de Roe, queda claro que Hawkwind es más que un seudónimo. **Es un alter ego**. Los colegas de esa época lo describen como un tipo callado y tímido en persona, que nada tiene que ver con el showman verborrágico que se percibe en sus artículos.



"It's a national solving club that lets people playing *Time Zone* get hints, get answers and contribute new information about the game," explains Roe Adams III, the Vault's founder and its curator. He holds the distinction of being the first person to complete the *Time Zone* adventure—a feat he managed just seven days after the game was introduced.

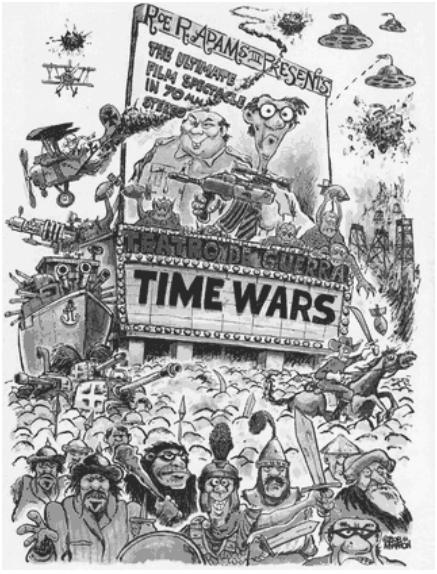
En una entrevista a la revista Enter de finales de 1983, Adams, que amaba formar parte de clubes, cuenta que todavía estaba administrando la "Vault of Ages"

En una entrevista a la revista Enter de finales de 1983, Adams, que amaba formar parte de clubes, cuenta que todavía estaba administrando la "Vault of Ages"

Quizás por eso Adams elige dedicar varios párrafos de aquella nota de 1982 a hablar de sus propias aventuras en el juego, y del equipo liderado por su personaje principal, el ninja elfo Hawkwind, "*residente permanente de la Taberna de Gilgamesh*".

Además de la estructura New Yorker y el tono radial, hay otro punto de vista que se puede percibir en los artículos visionarios de Adams de 1982 a 1985: la perspectiva de un diseñador. Su narrativa es la del Dungeon Master de los juegos de rol de mesa, su estructura está llena de desvíos y sorpresas para el lector atento, y las palabras crepitan de entusiasmo por las posibilidades del medio.

Por eso el más ambicioso de sus textos se siente como un videojuego.



En 1982 era común comisionar ilustraciones de página completa para las notas más importantes de cada número de una revista. El nombre de Roe ilustra la marquesina como si fuera el de David O. Selznick.

En 1982 era común comisionar ilustraciones de página completa para las notas más importantes de cada número de una revista. El nombre de Roe ilustra la marquesina como si fuera el de David O. Selznick.

En el número de mayo-junio[10] de Softline se publica **Time Wars** (“Guerras del Tiempo”), un pantallazo de lanzamientos recientes estructurado como un cuento de ciencia ficción. Un viaje bradburyano a “**la mente de un wargamer**” en el que imagina la computadora como máquina del tiempo, y presenta a dos rivales (Barrington y Weng Chow) que compiten a lo largo de la historia en distintos videojuegos que Adams narra con el suspenso de batallas reales. La Guerra Civil, la Segunda Guerra Mundial, las guerras espaciales del futuro lejano. **El escapismo como épica**.

En el último párrafo Adams invita a los lectores a identificar los juegos de los que habla en la nota. El primero que los nombre a todos se llevará un premio (que, seguramente, saldría de su propio bolsillo). La nota es un poco periodismo, un poco cuento, pero más videojuego que otra cosa.

Entre 1982 y 1985 Adams no paró de escribir. En Softalk se dio el gusto de entrevistar a **Jim Henson**, y poco después del cierre de esa revista, en 1984, pasó a formar parte del staff permanente de **Computer Gaming World** como editor del área de aventuras. En 1985 **Electronic Games**, fundada en 1981 como la primera revista dedicada 100% a los videojuegos, hizo un recorte de personal en el que perdieron su trabajo los fundadores (y leyendas de la prensa gamer) **Bill Kunkel**, **Joyce Worley** y **Arnie Katz**. El director de la revista, **Doug Garr**, rebautizó la revista **Computer Entertainment** y eligió a Roe Adams para ocupar el cargo de editor nacional. Su primer artículo importante en el cargo es una doble entrevista a su admirado **Douglas Adams** (Guía del Autoestopista Galáctico) y a **Steve Meretzky**, de Infocom.

En 1985 había pocos periodistas más prominentes en la prensa de videojuegos que Roe Adams III.

Pero para ese entonces ya se había aburrido de la profesión.

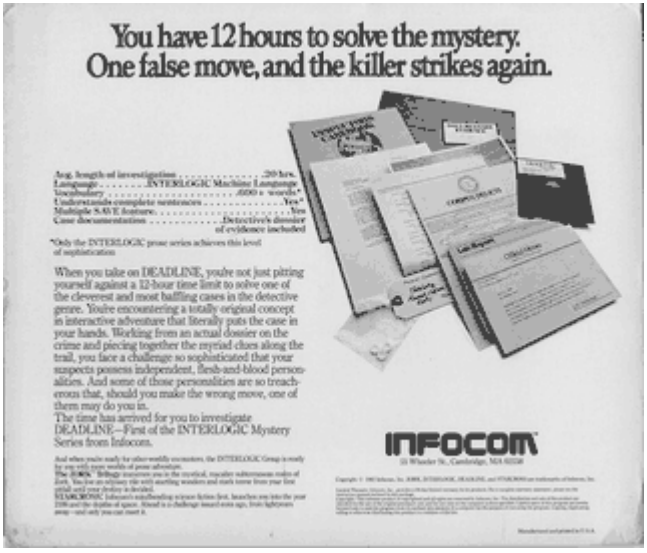
Porque en 1985 Adams se estaba dedicando de lleno al diseño de videojuegos. Y no de juegos cualquiera, sino de tres de los RPGs más importantes de todos los tiempos.

2. Deadline

Si la resolución de Time Zone es una anécdota para tomar con pinzas, hay otra leyenda, con testigos y todo, que habla de la capacidad de Adams de resolver un puzzle en tiempo record.

Deadline (1982), una aventura de detectives avanzada para la época, es el tercer juego de **Infocom** y el primero que se aleja de la parodia tolkieniana de los **Zork**. Un misterio intrincado en el que un elenco de personajes circula a través una mansión de forma independiente a las acciones del jugador. **Resolver el misterio requiere**

leer las pistas, interrogar a los implicados, y deducir el asesino. Cómo Time Zone, era un juego diseñado para tomar horas de prueba y error.



La contratapa de Deadline prometía 20 horas de investigación.

La contratapa de Deadline prometía 20 horas de investigación.

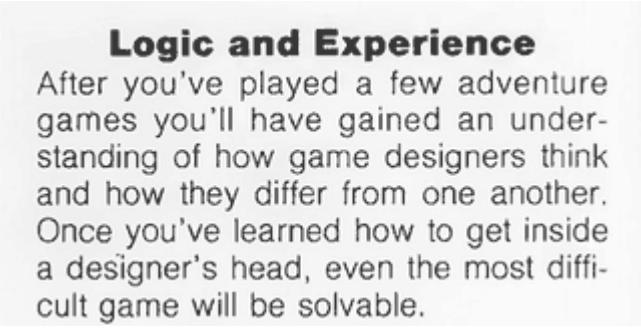
Roe Adams lo terminó en veinte minutos, frente a los propios diseñadores.

A finales de 1981, antes de que existiera el concepto del "betatester", Infocom contrató a conocidos para probar Deadline en sus oficinas. Adams, quizás por su actividad en los foros de Infocom de The Source, fue uno de ellos. Pero cuando se sentó a jugar decidió no seguir los pasos que los diseñadores esperaban, sino valerse de sus conocimientos de diseño de aventuras de texto y la literatura a lo Agatha Christie.

Al empezar a jugar, Adams reconoció que Deadline era un **"misterio de habitación cerrada"**: un estilo de ficción detectivesta que gira alrededor de un crimen aparentemente imposible y una víctima sola en

un cuarto con llave. Adams vió que los personajes se desplazaban por el juego siguiendo un plan definido, sin reaccionar a las acciones del jugador, así que simplemente se quedó esperando en la escena del crimen a que el sospechoso regrese a destruir la evidencia. Sin siquiera saber sus motivos, lo identificó como el culpable. **Game over.**

Adams, el aventurero insaciable, terminó pensando como diseñador a fuerza de resolver puzzles. En un artículo de 1983 en el libro **Digital Deli** (republicado con ligeros cambios en la revista **Games**[11]) da una serie de consejos para llegar al final de cualquier aventura, en un texto que se podría leer como un manual de diseño. La lucidez de Adams para desentrañar un misterio y a la vez describir su proceso lógico no pasó desapercibida. En pocos años se volvió un recluta valioso para la joven industria.


Logic and Experience

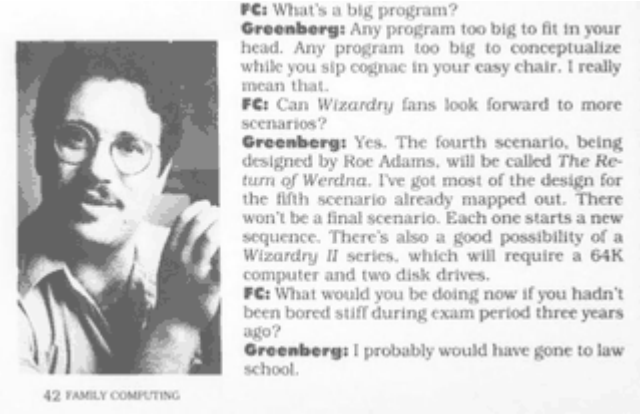
After you've played a few adventure games you'll have gained an understanding of how game designers think and how they differ from one another. Once you've learned how to get inside a designer's head, even the most difficult game will be solvable.

El mejor consejo para el que quiera resolver aventuras de la época es este: hay que pensar como un diseñador.

El mejor consejo para el que quiera resolver aventuras de la época es este: hay que pensar como un diseñador.

En 1982, Adams ganó otro de esos concursos de aventuras. En este caso de **Star Maze**, el juego más reciente del estudio **Sir-Tech**, responsable de su amado **Wizardry**. Fue el principio del contacto directo con una empresa con la que haría el único juego "propio" que se le reconoce cuando Robert Woodhead (programador de todos los juegos de Sir-Tech junto a **Andrew Greenberg**) lo invitó a colaborar en el diseño del cuarto Wizardry.

En 1983 Greenberg daría una entrevista[12] a **Family Computing** en la que nombra a Adams como único diseñador de Wizardry IV. Y predice que el juego saldría a finales del '84. No apareció hasta mayo del '87.



FC: What's a big program?
Greenberg: Any program too big to fit in your head. Any program too big to conceptualize while you sip cognac in your easy chair. I really mean that.
FC: Can *Wizardry* fans look forward to more scenarios?
Greenberg: Yes. The fourth scenario, being designed by Roe Adams, will be called *The Return of Werdna*. I've got most of the design for the fifth scenario already mapped out. There won't be a final scenario. Each one starts a new sequence. There's also a good possibility of a *Wizardry II* series, which will require a 64K computer and two disk drives.
FC: What would you be doing now if you hadn't been bored stiff during exam period three years ago?
Greenberg: I probably would have gone to law school.

42 FAMILY COMPUTING

En la entrevista, Greenberg habla del desarrollo paralelo de Wizardry V. Pero el diseñador renunciaría antes de que eso ocurra, y el trabajo pasaría a David Bradley. Es más, el quinto casi sale antes que el cuarto.

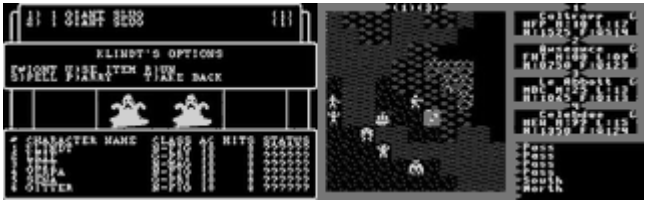
En la entrevista, Greenberg habla del desarrollo paralelo de Wizardry V. Pero el diseñador renunciaría antes de que eso ocurra, y el trabajo pasaría a David Bradley. Es más, el quinto casi sale antes que el cuarto.

Pero antes saldrían otros dos títulos con el nombre de Roe en los créditos.

Si Wizardry, con su foco en el combate, era el equivalente a Dragon Quest del RPG primitivo, Ultima era su Final Fantasy, orientado a la exploración de un mundo abierto. Wizardry tomaba lugar en calabozos lineales representados en un 3D simple, diseñados para resolverse de una sola forma, mientras que los espacios abiertos de Ultima, mapas vistos de arriba como el "overworld" de un RPG moderno, premiaban la improvisación.

Había una diferencia de personalidad, también. Los diseñadores de Wizardry, Woodhead y Greenberg, venían del mundo de la programación y la matemática. Sus "dungeons" estaban perfectamente

balanceados (Wizardry tuvo una especie de "beta abierta" en universidades que duró más de un año). Su diseño no admitía sorpresas.



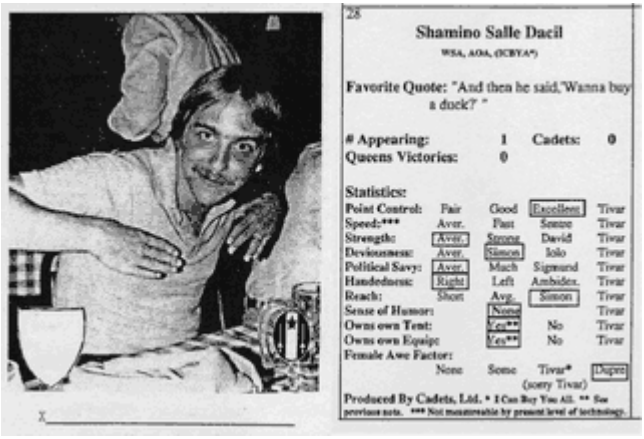
Wizardry (izq) fue la primera serie en distribuir su información en ventanas (algo que Dragon Quest tomaría directamente). Ultima (der) estaba más interesado en enormes mundos a explorar.

Wizardry (izq) fue la primera serie en distribuir su información en ventanas (algo que Dragon Quest tomaría directamente). Ultima (der) estaba más interesado en enormes mundos a explorar.

Richard Garriott, creador de la saga Ultima, tenía 19 años cuando el éxito de su primer RPG **Akalabeth** (de 1979, llamado "Ultima 0" por los entusiastas) le llegó de golpe. Años después admitiría que en los primeros tres juegos de la serie se estaba enseñando a sí mismo a programar y lo demás había quedado en segundo plano. Lo que era un problema porque Exodus, la tercera parte de la saga, tenía que ser una historia épica, pero se sentía inconexa, infantil. **Casi la parodia de un mundo de fantasía.**

Inaceptable, porque para Garriott la fantasía era cosa seria. Durante el desarrollo de las primeras entregas de Ultima quería evitar que la gente supiese quién era, así que decidió usar el alias de "**Lord British**", también un personaje de su propio juego. Mientras estudiaba en la **Universidad de Texas** descubrió la Sociedad para el Anacronismo Creativo y se enamoró de inmediato de su estética medieval.

Fue a través de contactos en esta sociedad se encontró con Adams, otro anacrónico que cargaba un alter ego. Un alma gemela.

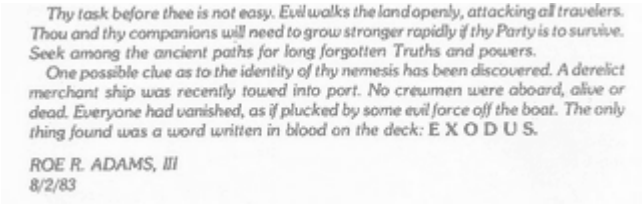


La SCA de Austin imprimió sus propias "cartas de personaje" a principios de los '80. La de Garriott usaba el nombre de Shamino, uno de los personajes de Ultima.

La SCA de Austin imprimió sus propias "cartas de personaje" a principios de los '80. La de Garriott usaba el nombre de Shamino, uno de los personajes de Ultima.

Pero había una enorme diferencia: En 1984, Adams estaba rondando los 40. Tenía quince años más que Garriott. Y diez más que Woodhead. Era más viejo que la mayoría de diseñadores y CEOs de la naciente industria de los videojuegos. Su aire de sabiduría y cultura lo convertía en una especie de Gandalf, que venía de una dimensión culturalmente superior a los aventureros del software, con ansias de dotar los juegos de un aura mágica. **Uno de sus hechizos.**

En 1983 Garriott invitó a Roe a colaborar con el manual de Ultima III, y el resultado fue exactamente lo que quería. Una introducción al mundo de juego que dejaba lo técnico de lado y comunicaba las reglas al jugador a través de un híbrido de libro de RPG de mesa y el Silmarillion de J.R.R. Tolkien, con bestiario y todo.**Adams hasta se permitió cerrar el manual con una carta firmada con su propio nombre.**



Thy task before thee is not easy. Evil walks the land openly, attacking all travelers. Thou and thy companions will need to grow stronger rapidly if thy Party is to survive. Seek among the ancient paths for long forgotten Truths and powers.

One possible clue as to the identity of thy nemesis has been discovered. A derelict merchant ship was recently towed into port. No crewmen were aboard, alive or dead. Everyone had vanished, as if plucked by some evil force off the boat. The only thing found was a word written in blood on the deck: E X O D U S.

ROE R. ADAMS, III
8/2/83

El final del manual de Ultima III, en el inglés antiguo que ama la SCA.

El final del manual de Ultima III, en el inglés antiguo que ama la SCA.

Para 1983 Richard Garriott ya era un veterano en temas de desarrollo, y después de una mala experiencia con Sierra On-Line se había desencantado de los grandes distribuidores. Ese año decidió abandonar la universidad y dedicarse de lleno a la saga Ultima, convirtiendo su estudio Origin en una casa publicadora. Su slogan: "We Create Worlds" (creamos mundos).

Lord British estaba trazando los límites de su imperio, y su ambición era dar un paso adelante en términos de diseño. **Estaba harto de historias que se podían resumir en "matar al hechicero y recuperar el orbe místico"** e, impresionado con el manual, decidió incorporar a Roe al desarrollo del cuarto juego de la serie Ultima, que en ese momento no era más que un concepto.

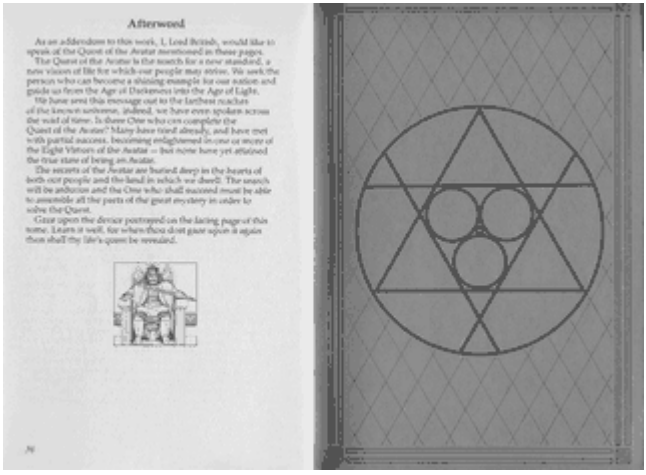
Para 1984 la industria del gaming se estaba convirtiendo en el blanco favorito del periodismo sensacionalista. **La idea de que los videojuegos eran un medio violento que (de paso) engendraba más violencia irritaba a Garriott**, quien decidió que con Ultima IV debería hacer todo lo contrario. Hablar de valores y ponerlos en el centro de la historia. **El juego como fábula moral.**

Garriott propuso a Adams un dilema: **¿Cómo se puede hacer un videojuego en el que el objetivo del jugador sea convertirse en un santo?**

3. Ultima IV

Adams no disfrutaba los juegos de la serie Ultima tanto como los Wizardry porque los sentía **caóticos y desordenados.** Como cualquier juego primitivo de mundo abierto, ofrecían enormes mapas vacíos, pueblos calcados, y una resolución a la que se llegaba casi por accidente. Para Adams, entonces, el problema no era cómo convertir al jugador en santo. La motivación no era más que una excusa. **La verdadera pregunta era ¿cómo hacer que el jugador necesite recorrer cada esquina del mundo?**

La solución que encontró fue tan elegante que se volvió una piedra fundacional en el género.



El símbolo de la derecha es un enorme puzzle que el jugador buscará resolver a lo largo de toda la aventura.

El símbolo de la derecha es un enorme puzzle que el jugador buscará resolver a lo largo de toda la aventura.

Garriott había visto un documental sobre los **Manuscritos del Mar Muerto**, textos religiosos que definen una especie de reglas del cristianismo primitvo. Según dice **Kenneth Kully** (editor del sitio de referencia **Ultima Codex**) en una entrevista[13] a Wired, Adams tomó la

idea de Garriott, y la conectó con una obra literaria mucho más simple: el **Mago de Oz** y la "quest" de sus personajes por **verdad** (Espantapájaros), **amor** (Hombre de Hojalata) y **valor** (León).

Garriott y Adams terminaron diseñando un sistema de ocho "virtudes": **valor, honor, espiritualidad, humildad, honestidad, abnegación, compasión y justicia**.

El **valor**, por ejemplo, se refiere al combate. La **honestidad** tiene que ver con no robar objetos que tienen un dueño. La **justicia** puede subir si el jugador deja escapar a un enemigo que no sea intrínsecamente maligno. El juego vigila de forma constante las acciones del jugador, y **registra su respeto a las virtudes de forma invisible.**

¿Pero cómo resuelve el dilema de la exploración este concepto de 8 virtudes? **Cada virtud está representada por una ciudad en un punto distinto del mapa.** Para explorar cada virtud en toda su dimensión, el jugador debe viajar a cada una de estas ciudades y enfrentar una serie de misiones, puzzles y conversaciones temáticas que permiten al jugador demostrar que entiende cómo aplicar la virtud al mundo de juego. De un plumazo, Adams resuelve el problema del mapa y aplica la idea del peregrinaje del profeta que se puede encontrar en cualquier religión.



Cada ciudad representa una virtud. Britain es Compasión, Jhelom es Valor.

Cada ciudad representa una virtud. Britain es Compasión, Jhelom es Valor.

Otro factor que humaniza el juego y lo hace casi místico es la forma indirecta de comunicar la información al jugador. El nivel de cada virtud del avatar no se mide en una pantalla de estadísticas o en un menú. Para saber cuán cerca está el personaje de alcanzar esa santidad que fascinaba a Garriott, el jugador debe ir a un costadito del castillo de Lord British y visitar a un vidente. ¿Su nombre? **Hawkwind**, claro.



La elegancia del diseño de Ultima IV está en la forma en la que Adams conecta las virtudes con cada aspecto del juego, empezando por la creación del personaje.

Cada una de las ocho virtudes se corresponde con ocho profesiones distintas que el jugador puede tener. **Pero el juego no permite elegirlas, sino que las otorga.** La primera secuencia está ambientada en el mundo real, en una de esas ferias renacentistas típicas de la SCA donde una adivina hace una serie de preguntas, pequeños dilemas morales que se ilustran con cartas de Tarot. **No hay respuestas correctas o incorrectas**, sino la asignación de una profesión que se adapta a la personalidad del jugador. Los textos son puro Adams.

No es una exageración decir que la influencia de estas decisiones de diseño se siente a lo largo de **toda la historia del CRPG.**

Por un lado, están las decisiones éticas de resultado ambiguo alrededor de la que juegos como **Dragon Age** y **The Witcher** construyen su narrativa. Por el otro, un mundo abierto atado a la estructura del juego parece ser el principio de la idea del "**diseño narrativo**". Y eso se extiende a las innovaciones en el desarrollo de misiones, que históricamente se han acreditado a Garriott.

En RPGs anteriores había puzzles primitivos del tipo "**matar al dragón para recoger la llave**". Ultima IV es el primer juego en incluir un formato moderno de misiones, en el que cada pequeña quest es una pieza de un rompecabezas, que se combina con otras para crear una estructura más compleja.

El jugador encuentra objetos, aprende hechizos y descubre detalles sobre el mundo (el efecto de la luna sobre la magia, por ejemplo) que puede combinar para avanzar en la historia. No era nada nuevo para las aventuras de texto que Adams jugaba, claro, pero Ultima IV fue el primero en incorporarlo al mapa de un RPG, haciendo que el jugador se sienta como un verdadero aventurero y no como el único delivery de una nación medieval.



La reseña de Ultima IV en Computer Gaming World concluye con que "va a ser un clásico". Y sí, Roe R. Adams III era editor de la sección en ese momento. Eran otros tiempos.

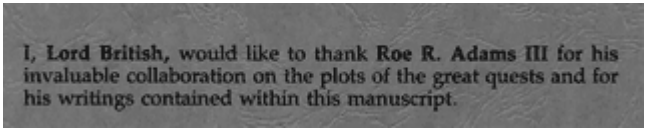
La reseña de Ultima IV en Computer Gaming World concluye con que "va a ser un clásico". Y sí, Roe R. Adams III era editor de la sección en ese momento. Eran otros tiempos.

Ultima IV salió en noviembre de 1985. Las críticas fueron positivas. Las ventas iniciales, las mejores de la historia de la saga. El salto en calidad con respecto a los anteriores y a la competencia era enorme. 35 años después se sigue reconociendo como una piedra fundacional del género, pero por alguna razón no se habla del rol de Roe R. Adams III en esos logros. **Como si cada una de sus innovaciones naciera de la creatividad de Garriott.**

"Lord British" no nombra a Adams en entrevistas, no volvió a colaborar con él y los historiadores reducen su participación a una nota al pie o ni siquiera lo nombran. Sin embargo, hay señales de que el trabajo de Roe fue mucho más profundo que lo que Garriott concede.

Para empezar, el juego incluye dos manuales. Una guía de juego simple y un segundo libro llamado "**Historia de Britania, contada por Kyle el Joven**". Este segundo tomo, escrito en su totalidad por Adams, reescribe por completo la narrativa primitiva de los juegos anteriores (que incluían robots y supercomputadoras) y la convierte en una metáfora de la eterna lucha entre el bien y el mal, que encaja a la perfección con la temática de Ultima IV. La "Historia de Britania" está repleta de pistas y referencias a las misiones en sí, tanto que parece imposible que no las haya escrito la misma persona.

Es más, el libro termina con un agradecimiento al parecer sincero del alter ego del presidente de Origin: "*Yo, Lord British, quisiera agradecer a Roe R. Adams III por su invaluable colaboración en los argumentos de las misiones y por el texto que contiene este manuscrito.*" **¿Es posible codiseñar la historia sin formar parte del diseño del juego, en el caso de un juego que es pura historia?**


I, Lord British, would like to thank Roe R. Adams III for his invaluable collaboration on the plots of the great quests and for his writings contained within this manuscript.

El agradecimiento de Garriott en la contratapa de "La Historia de Britannia"

El agradecimiento de Garriott en la contratapa de "La Historia de Britannia"

Adams, por su parte, siempre sostuvo que su rol estaba más cerca del de **co-autor**. En una entrevista a Computer Entertainment de agosto de 1985[14], Garriott dice "*Roe es un tipo de ideas. La verdad, leyó mucho más que yo. Yo no leo mucho. Cada vez que proponía un concepto abstracto como 'verdad' él tenía todo este material de referencia en la punta de los dedos. Además, él jugó todos los juegos, y cada vez que no encontraba el final de una misión él tenía docenas de sugerancias.*" La nota no tiene firma, y salió en una revista de la que Roe era editor, pero es difícil que Garriott no haya aprobado su contenido. Al menos en ese momento.

Hiromasa Iwasaki, diseñador japonés que colaboraría con Adams años después, escribió en 2016 una serie de 6 entradas[15] en su blog en los que recuerda sus conversaciones sobre diseño a principios de los '90. La conclusión a la que llega Iwasaki es que, a pesar de que no haya un crédito oficial, el diseño narrativo de Ultima IV es puro Adams. La lógica es simple: **nadie que no lo hubiese diseñado podría explicar el proceso detrás de cada decisión creativa.**

Ultima V (1988) podría ser otra pista. El último juego de Garriott como único diseñador y escritor acreditado mejora cada aspecto de la interacción, exploración y combate, pero carece de la elegancia estructural del juego anterior, y sus misiones vuelven a la estructura

simple de los anteriores. Por algo sería el último que Garriott desarrolle prácticamente en solitario, convocando a **Warren Spector** para **Ultima VI (1990)**.

La sensación que queda es que el rol de Roe R. Adams en el desarrollo de Ultima IV se fue **minimizando** con los años. En 1990 se publica el **"Libro Oficial de Ultima[16]"**, que habla del desarrollo de cada uno de los juegos sin siquiera nombrar a Adams (a pesar de que el autor del libro, **Shay Addams**, había trabajado con él en la revista Computer Entertaiment). El libro es una larga entrevista a Garriott que cae una y otra vez en una exaltación de sus virtudes y su (siendo honestos, **enorme**) capacidad creativa. No hay forma de tomar esta hagiografía como una fuente seria.

La narrativa del genio olvidado puede ser seductora. Más allá de las historias que se vislumbran entre líneas y de la habilidad de Garriott (¡y Adams!) para el autobombo, hay que tener en cuenta los métodos de trabajo de la industria en 1985. Adams no era Roberta Williams, sino un simple empleado freelance en una época en la que no había roles definidos en un proyecto ni existía el "puesto" de **game designer** o **narrative designer**. Con el detalle adicional de que su jefe no solo era el creador de la franquicia, sino su programador y el CEO de la empresa.

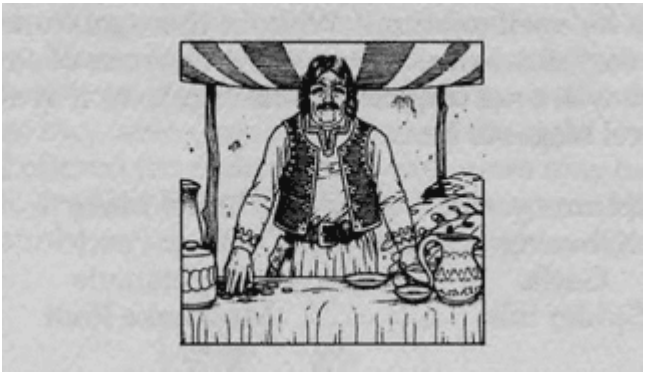
Aún así, la actitud amistosa de Garriott hacia Adams desaparece después del lanzamiento de Ultima IV. La impresión que deja es que no hubo un quiebre limpio entre Roe y la gente de Origin. Y que puede tener que ver con la multitud de trabajos paralelos con los que Adams hacía malabares en 1985.

Además de su puesto de editor de Electronic Games/Computer Entertainment y editor de aventuras en Computer Gaming World, el escritor había fundado una empresa de desarrollo independiente (**Troubador**, nunca editó nada), seguía colaborando con el lento desarrollo de Wizardry IV y había aceptado la propuesta de **Electronic Arts** de asesorar a **Brian Fargo**, fundador de un nuevo estudio de nombre Interplay, con su RPG **The Bard's Tale.**



Una de las estrategias de los estudios para luchar contra la piratería era ofrecer sus juegos con un packaging digno de la edición especial de un disco.

Una de las estrategias de los estudios para luchar contra la piratería era ofrecer sus juegos con un packaging digno de la edición especial de un disco.



The Bard's Tale salió a la venta un mes después de Ultima IV. A pesar de no tener el mismo impacto histórico del juego de Garriott, fue un éxito de ventas gracias a una campaña agresiva de marketing de EA (que, irónicamente, años después compraría y cerraría Origin).

Contra todo pronóstico, The Bard's Tale fue el RPG más vendido de la década, con 400.000 unidades que superaron a cualquier Ultima o Wizardry.

De la noche a la mañana Interplay se convirtió en un peso pesado de la industria. Al mismo tiempo, Garriott y Fargo descubrieron que Adams usaba sus ideas indiscriminadamente para los tres juegos en los que estaba colaborando.

Fargo contó hace unos años que sólo se enteró[17] cuando vio que la ciudad en la que toma lugar su juego comparte nombre con una de Ultima IV: **Skara Brae**. **David Watson**, colaborador de Garriott, sugiere[18] que Adams no se tomaba tan en serio como debía la competencia entre esos juegos y que los directivos de las empresas no veían con buenos ojos que un colaborador salte de estudio en estudio. **Y por supuesto, The Bard's Tale también tenía un Hawkwind.**

Pero lo que parecía un sacrilegio para los desarrolladores de Ultima y The Bard's Tale no causó problemas en Wizardry IV.

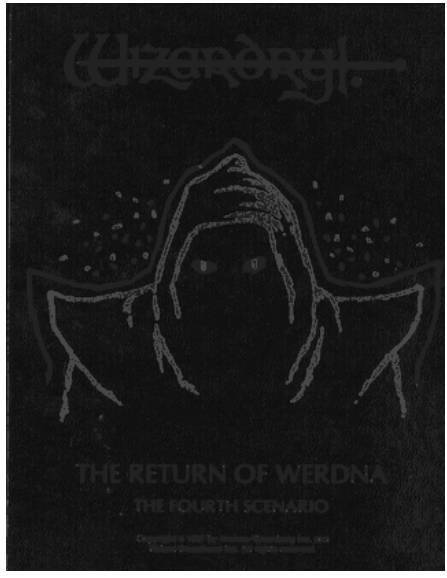
Si Garriott había encontrado en Adams **un alma gemela** y en Fargo **un colaborador** que le sacaba a EA de encima por un rato, Woodhead fue más allá y convirtió al escritor en **su socio comercial** en un proyecto que nada tenía que ver con el gaming.

4. Wizardry IV

Para 1985, año en el que Ultima IV y The Bard's Tale redefinieron el género, el fenómeno Wizardry se había **enfriado**.

Los primeros tres juegos de la serie habían generado millones para la empresa Sir-Tech. Los ejecutivos querían secuelas, pero sus creadores ya no tenían interés en continuar la saga ni en trabajar juntos. Woodhead y Greenberg empezaron a trabajar por separado en Wizardry IV y V respectivamente, hasta que Greenberg renunció para trabajar en su RPG espacial **Star Saga: One** (del que Adams fue betatester). Robert Woodhead, más programador que diseñador, se había quedado en Sir-Tech pero estaba más interesado en desafíos técnicos. **Wizardry lo aburría, sin importar la plata que hiciera.** Por eso la entrada de Roe Adams como diseñador fue una panacea.

Gracias al desinterés de Woodhead, Adams tuvo campo libre para experimentar sin que nadie que lo apure. El diseño y programación de Wizardry IV tomó cuatro años, una enormidad para una época en la que los juegos más grandes se terminaban en cuestión de meses. **Cuando terminó saliendo, a finales de 1987, estuvo a punto de matar la saga, hundir la empresa, y terminar con la incipiente carrera de diseñador de Adams.**



Hasta la portada de Wizardry IV parecía salida de otra época.

Hasta la portada de Wizardry IV parecía salida de otra época.

Desde el principio de su sociedad, Adams y Woodhead decidieron que Wizardry IV sería un juego "**para expertos**". Un plato gourmet. Un regalo para puristas. Un desafío en la línea de Time Zone, que iba a requerir paciencia, tiempo, y **cierto grado de telepatía entre jugador y diseñador.**

El producto final es uno de los juegos más difíciles de todos los tiempos, y aunque fue criticado por los entusiastas del momento debido a su **poca innovación técnica** y su **inaccesibilidad**, los expertos a los que Woodhead apuntaba lo consideran una obra maestra absoluta. Aún hoy.

El concepto inicial de Wizardry IV es tan original como el día en el que Adams lo propuso. El jugador no crea un personaje sino que juega como **Werdna**, el antagonista del primer Wizardry, que resucita en el último piso de una estructura subterránea. El objetivo del debilitado Werdna es recuperar sus poderes y llegar a la cima, derrotando en el camino a los héroes que el personaje llama despectivamente "**bienhechores**": clásicos aventureros de RPG dispuestos a asesinar al hechicero.

Werdna tiene tan pocos puntos de vida que no puede resistir un solo golpe. El "grind" no es una solución, ya que tampoco acumula experiencia sino que para subir de nivel debe encontrar pentagramas en distintos puntos del mapa que permiten recuperar energía, juntar nuevos hechizos e invocar demonios para que peleen por él. **Demonios que no siempre se dejan controlar.**

Pero el peor enemigo es el "dungeon" en sí, un laberinto de 10 pisos que está construido **como un cubo Rubik**, lleno de trampas, puzles y teletransportadores que obligan al jugador a mantener un mapa ultra detallado de cada recoveco. Para peor, Wizardry IV asume que el jugador **conoce de memoria** los tres juegos anteriores de la serie, y los acertijos están llenos de referencias indirectas a sucesos del resto de la saga.

(las imágenes de esta sección pertenecen a un Let's Play[19] de un jugador solo identificado como "CrookedB". Es una gran forma de recorrer el juego para el que no esté dispuesto a pasar años jugando Wizardry)

Pensar la dificultad como elemento primordial de un juego estaba en contra de todos los dogmas de diseño de 1987, pero en esencia es la misma filosofía que hoy rescatan estudios como **FromSoftware** y **Team Ninja**. En varias entrevistas los diseñadores de **Dark Souls** y sus antecesores espirituales **King's Field** han nombrado a la saga Wizardry

como una inspiración primordial[20], y se pueden ver ecos del cuarto juego en **Bloodborne**, en particular. En la forma en que el mapa del juego en sí es un enorme enigma a resolver.

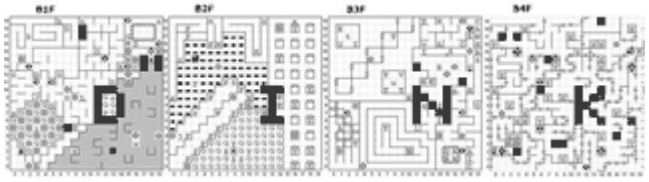


Wizardry IV tuvo una portada mucho más linda en su edición japonesa, país donde la influencia de la serie era mucho mayor.

Wizardry IV tuvo una portada mucho más linda en su edición japonesa, país donde la influencia de la serie era mucho mayor.

En los ‘80s no existía el concepto de un “automapa”, y Wizardry IV es imposible de resolver si el jugador no busca papel cuadriculado y dibuja la estructura completa a mano, cuadro por cuadro. **Uno de los puzles más notorios del juego implica un enemigo imposible de derrotar cerca de la salida del laberinto.** La solución es volver a descender hasta el nivel más bajo, invocar a un monstruo de nivel 1 llamado “Dink”, y llevarlo indemne (esquivando los ataques de 9 pisos de enemigos) al primer piso una vez más.

¿Cómo adivina esto el jugador? Solo si nota en sus niveles meticulosamente mapeados a mano la palabra “**DINK**” escondida en la distribución de ciertas paredes en los niveles 1 al 4.



Este mapa es del jugador japonés "metal-the-ninja", que posteó un elaborado walkthrough a su sitio personal.

Este mapa es del jugador japonés "metal-the-ninja", que posteó un elaborado walkthrough a su sitio personal.

Es el mejor ejemplo de la filosofía de diseño de Adams. No hay crueldad en esta pista, sino una versión retorcida de la generosidad. Roe ama descifrar puzzles, valora los desafíos únicos, y estaba seguro que jamás un RPG había intentado algo así. Dink no es tortura, es un regalo.

En sus artículos sobre aventuras el autor habla de esos momentos "**eureka**", del placer de encontrar una solución que está escondida a simple vista, quizás fuera de los lugares en los que el jugador está "autorizado a mirar". Un recurso que casi rompe la cuarta pared, digno de **Hideo Kojima** o (una vez más) **FromSoftware**.

Además de sus puzzles impenetrables, Wizardry IV está repleto de ideas más simples pero igual de originales, de las que se hicieron eco diseñadores de todo el mundo. Los bienhechores, por ejemplo, son personajes basados en partidas salvadas de jugadores de los primeros tres Wizardry.



Abajo, un grupo de "do-gooders" en uno de los primeros niveles. Arriba, el grupo del jugador (1 orco, 3 sacerdotes, 3 nubes de gas y WERDNA)

Abajo, un grupo de "do-gooders" en uno de los primeros niveles. Arriba, el grupo del jugador (1 orco, 3 sacerdotes, 3 nubes de gas y WERDNA)

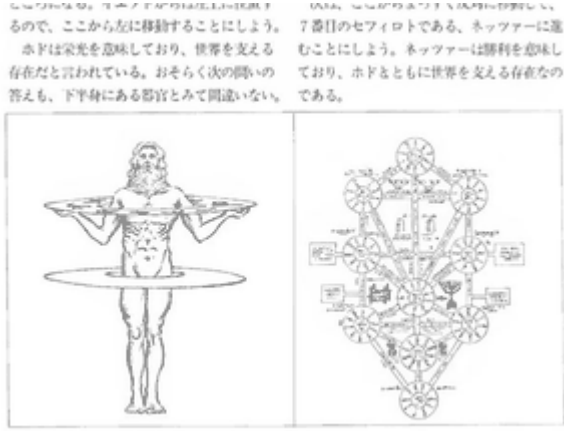
Durante años Woodhead invitó a los que terminaron los primeros juegos a enviar a Sir-Tech diskettes con equipos ganadores que quedarían inmortalizados como rivales de Werdna. También fue uno de los primeros juegos en ofrecer un final malo, un final bueno, y un "**true ending**" disponible solo para el que descubra cada secreto. Hasta hay un enemigo dinámico ("**Trebor**", el alter ego de Woodhead) que puede aparecer en cualquier momento del juego, como el **Nemesis** de **Resident Evil 3**.



El fantasma de Trebor siempre repite la misma secuencia de mensajes. El jugador debe huir lo más pronto posible, porque después de este es Game Over inmediato.

El fantasma de Trebor siempre repite la misma secuencia de mensajes. El jugador debe huir lo más pronto posible, porque después de este es Game Over inmediato.

En uno de los pasajes más ingeniosos de Adams, **Ultima IV vuelve a asomar la cabeza**. Parte del camino al final perfecto toma lugar en una sección inspirada por las "**Sefirot**" o "emanaciones", 10 aspectos espirituales relacionados con la escuela de pensamiento esotérico judía conocida como "**Cábala**". Bondad, sabiduría, conocimiento... valores muy similares a los que se ven en el juego de Garriott. Cada emanación tiene un puzzle que el jugador sólo puede resolver si entiende qué representa ese valor.



En la guía japonesa "Wizardry IV: El Camino a la Superficie" se usan los diseños de la Cábala para explicar los puzzles del final, y es imposible no relacionarlos con el diseño de las "virtudes" de Ultima. Sí, el Árbol de la Vida es el mismo de Evangelion.

En la guía japonesa "Wizardry IV: El Camino a la Superficie" se usan los diseños de la Cábala para explicar los puzzles del final, y es imposible no relacionarlos con el diseño de las "virtudes" de Ultima. Sí, el Árbol de la Vida es el mismo de Evangelion.

Wizardry IV estaba en desarrollo desde 1983. Imposible saber qué idea vino antes y qué idea después.

Pero lo más extraño que pasa en Wizardry tiene poco que ver con el diseño y mucho con la propia vida y la carrera de Roe. Quizás una de las cosas más **bellas** (y **narcisistas**) a las que un diseñador de un juego comercial se haya atrevido.

En la salida del laberinto Werdna se encuentra con sus mayores enemigos: el grupo "**canónico**" que ganó Wizardry I. Por supuesto, antes de Wizardry IV no existía un canon narrativo, ya que en las primeras tres entregas de la saga el jugador crea a sus propios personajes. Adams, un fanático acérrimo de la saga, también creó a los suyos antes de pensar en dedicarse al diseño, y no iba a perder esta oportunidad.

El grupo de aventureros se llama "**Softalk All Stars**", e incluye a sus compañeros de la revista del mismo nombre, que para ese momento ya había dejado de publicarse. Al derrotarlos, Werdna se enfrenta a su líder, que en esta historia retroactiva no es otro que… **Hawkwind, el ninja elfo**.



"No pasarás, ni hoy ni nunca."

"No pasarás, ni hoy ni nunca."

El Roe diseñador se conecta con el pasado del Roe jugador. El Roe de un lado de la industria le da la mano al Roe periodista. Y el nombre que aparece en los créditos iniciales es un espejo del alter ego que el jugador encuentra en el momento final.

Es un viaje imposible a través del tiempo y el espacio. **Un acto de hechicería a través del cual Roe R. Adams III se inserta en la historia oficial de su juego favorito.**

Wizardry IV era exactamente el juego que Roe quería hacer. Las críticas fueron mayormente positivas. **En términos de ventas, en cambio, fue un desastre sin precedentes.**

La evolución tecnológica año a año de los '80 era mucho más veloz que la actual, y lanzar en 1987 un juego que parecía de 1983 fue un suicidio comercial. La dificultad, el precio y la necesidad de haber

terminado los tres juegos anteriores lo hizo aún menos vendible, y Wizardry IV no sólo fue un fracaso sino que las malas ventas se tradujeron a la fama de "**juego maldito**". La prensa norteamericana es triunfalista, y considera sagradas las decisiones del mercado. Si un juego no se vendió, es porque ese juego es malo. No hay mucho más que discutir.

Hoy, a juzgar por sitios especializados como **RPG Codex**[21] y libros como el **CRPG Book**[22], se lo considera uno de los mejores RPG de todos los tiempos - lo que no lo hace más accesible, claro.

Así terminó la carrera como diseñador de CRPGs de Roe Adams.

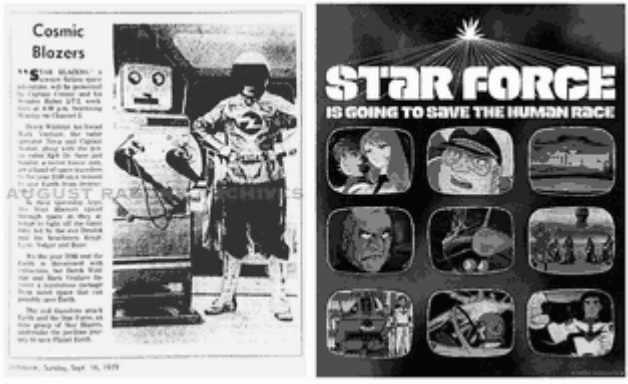
Con el juego más **influyente** del género (Ultima IV), el juego más **vendido** de la década (The Bard's Tale), y Wizardry IV, un **fracaso** comercial que puso su nombre en una virtual lista negra.

Pero a Adams no le importaba. Porque para ese momento, estaba subtitulando animé.

En los últimos meses de desarrollo de Wizardry IV, Adams se instaló en las oficinas de Woodhead en la ciudad de Ithaca, cerca de New York. Según cuenta[23] Woodhead:

> *"Mientras Robert descansaba de simular que programaba el juego probó un nuevo juguete para Macintosh, una placa de video Colorspace II que permitía superponer texto a cintas de video. Roe, entonces, se tomó un descanso de simular que diseñaba el juego para ver qué estaba pasando."*

Adams sabía exactamente para qué quería usar esa placa mágica.



La versión norteamericana de Yamato no era mala, a pesar de cambiar referencias específicas a la historia y cultura japonesa (imagen del archivo de August Ragone)

La versión norteamericana de Yamato no era mala, a pesar de cambiar referencias específicas a la historia y cultura japonesa (imagen del archivo de August Ragone)

En 1979, el mismo año en el que se enamoró de Adventure, Adams había descubierto el animé con **Star Blazers**, la adaptación al inglés de **Space Battleship Yamato**. El artículo con el que empieza este ensayo es de 1985, pero para el '87 Adams había viajado varias veces a Japón, cautivado por la cultura del país. En Estados Unidos, mientras tanto, el fanatismo por la animación japonesa crecía en cada convención de ciencia ficción y videojuegos, a la vez que productos híbridos como **Robotech** alteraban las pocas obras maestras que salían del Imperio del Sol Naciente.

En una entrevista[24] de 1992, Adams habla de su insatisfacción con el fandom desorganizado del animé de los '80s. Cuenta que invitó a unos amigos japoneses a una convención de ciencia ficción (entre ellos el productor de Macross **Minoru Takanashi**) y se quiso **morir de vergüenza** con la calidad del animé que se proyectaba en esos eventos: títulos que tenían cinco o diez años, copias de copias de VHS, subtituladas a las apuradas. Tenía que haber una mejor forma de hacer llegar a un público masivo un medio que él consideraba excelso.

Al instalarse en Ithaca, Adams empezó a visitar el microcine del **club de animación de la Universidad Cornell** (**CJAS**), donde Woodhead había estudiado. Allí conoció a **Masaki Takai**, presidente de la organización y encargado del rol más importante del club: sentarse en las proyecciones y traducir en voz alta los diálogos de videos que, claro, no tenían subtítulos.

Rogando que Sir-Tech no se entere de lo que pasaba, Woodhead y Adams empezaron a jugar con la placa de video y las copias en LaserDisc de animé que tenían a mano. Después de semanas de experimentos, tenían en la mano el primer "fansub comercial": un capítulo de la serie directo a video **Vampire Princess Miyu**.

En 1990, tiempo después de la edición de Wizardry IV, renunciaron a Sir-Tech, editaron su primer video oficial (**Madox-01**) bajo el sello "Animeigo" y se mudaron a Japón, con la impracticable idea de manejar la empresa a distancia.

(Además, Woodhead se había enamorado de su traductora).

5. Tokyo Dungeon

La influencia de Animeigo en el (entonces) mercado de nicho del animé es incalculable. La obsesión de Roe y Woodhead con el detalle se notaba en sus subtítulos, famosos por tener **hasta cuatro líneas en pantalla a la vez**, con la traducción localizada de cada chiste y comentarios aclarando las referencias o juegos de palabras (Takai traducía, Roe editaba). Cada video venía con un panfleto incluido que daba contexto a la historia. Los cassettes estaban desbordados de todo el material extra que pudieran encontrar. Eran ediciones para **connoisseurs**, la Criterion Collection del animé.



No era barato ser otaku en 1991.

No era barato ser otaku en 1991.

Es difícil seguir el rastro de Adams en Japón, tanto como medir el éxito real de Animeigo. Las ganancias de Woodhead por Wizardry lo habían convertido en millonario, y quizás por eso la empresa siempre se sintió como un hobby de puristas, que iba en contra de las tendencias del mercado. **Tardaron años en editar versiones dobladas, por ejemplo**, y aunque fueron de las primeras en apostar por el DVD como formato, su capacidad de producción nunca pudo competir contra editoras más grandes o subsidiarias de estudios japoneses.

Originalmente Animeigo iba a ser el negocio paralelo de Woodhead y Adams, quienes también habían conseguido la financiación para desarrollar un ambicioso RPG multijugador. **Un proyecto que se desinfló a los meses de llegar a Japón, debido al estallido de la burbuja económica del país a principios de los '90.** Con sus responsables ya instalados en Tokio, Animeigo cobró mayor importancia, fue creciendo y tuvo su primer gran éxito a finales de 1991 con la edición del anime cyberpunk **Bubblegum Crisis**.

Pero Adams, siempre inquieto, ya estaba mirando en otra dirección.



La discusión más seria del género del JRPG pasaba por la revista Warlock japonesa.

La discusión más seria del género del JRPG pasaba por la revista Warlock japonesa.

En sus viajes a Japón el escritor había forjado lazos con la comunidad local de desarrollo de JRPGs. En especial con **Yukata Tama**, un periodista notable que, como él, se repartía entre el game design, los juegos de mesa, y su fanatismo por la historia mundial. Tama fundó en 1986 **Warlock**, versión de la revista británica dedicada a los RPG y la popular serie de libros "**Fighting Fantasy**". La edición japonesa de Warlock, atesorada por los entusiastas locales del género, duró varios años más que la británica. Sus artículos eran casi todos originales.

Tama (fallecido trágicamente en 1997) también escribió libros de historia y los guiones de sus propios videojuegos. En 1990 colaboró directamente con Adams para la traducción de Wizardry IV y juntos empezaron a dar forma a una idea original que nada tendría que ver

con Robert Woodhead. Tama, entusiasmado, sumó al equipo a su amigo **Hiromasa Iwasaki**, un talentoso programador de Hudson Soft, especialista en PC Engine (Turbografx). El mismo que años después escribiría sobre Ultima IV.

Después de instalarse en Japón, Adams siguió escribiendo ocasionalmente para Computer Gaming World. Los artículos de esa época son una especie de crónica de sus primeros meses en Asia. **Una polaroid de un período de la industria de la que casi no hay información en inglés.**



Westward Ho!
(Toward Japan, That Is)
An Overview of the Evolution of CRPGs on Dedicated Game Machines
Special Bonus Section
Cartridge Game
Nintendo Coverage

En 1990 había un profundo rechazo a las consolas por parte del jugador de PC. El subtítulo se refiere a ellas como "máquinas dedicadas a juegos".

En 1990 había un profundo rechazo a las consolas por parte del jugador de PC. El subtítulo se refiere a ellas como "máquinas dedicadas a juegos".

En noviembre de 1990 Adams escribe una review[25] de **Phantasy Star II**, indignado porque Sega de Estados Unidos ha decidido incluir con el juego un mapa que revela todos los secretos y las locaciones. En el mismo número publica una guía de introducción a los JRPG en la que habla de su descubrimiento de **Ziria** (de Hudson). En diciembre del mismo año escribe una reseña[26] de **Ys I & II** para Turbografx, elogiando el trabajo de Iwasaki, junto a un análisis del primer **Final Fantasy**. Debe ser lo más completo que se había escrito sobre JRPGs en inglés hasta el momento.

En esa misma entrevista[27] de agosto de 1992, Adams habla del futuro de Animeigo y de la edición en inglés de **Urusei Yatsura**. Roe mantiene los mismos intereses que tenía diez años antes. Habla de su obsesión con la realidad virtual (tema del que venía escribiendo desde los '80), del RPG multijugador que venía desarrollando con Woodhead, del guión de un juego de mechas (**Xardion**, publicado en ese mismo año) y de libros y columnas que planeaba publicar a través de una asociación personal que había forjado con la editorial **Kadokawa**.



Adams era un admirador de Loom de LucasArts / Brian Moriarty. Otro juego que terminó en cuestión de minutos en una GDC.

Adams era un admirador de Loom de LucasArts / Brian Moriarty. Otro juego que terminó en cuestión de minutos en una GDC.

Adams también habla de un segundo RPG, que está desarrollando con un equipo (grande para la época) de 28 personas. Tan enorme, que podía llegar a ocupar 2 CDs. Pensé que, como todos los demás proyectos, nunca se había hecho realidad. Al fin y al cabo, sería casi imposible que exista un JRPG diseñado por un estadounidense y que nadie sepa que existe.

Pero Tokyo Dungeon es real.

A pesar de no haber dejado casi rastros en la industria japonesa, a pesar de no tener traducción al inglés (ni siquiera amateur), y a pesar de que ni siquiera tiene un artículo en Wikipedia o una entrada en el recién publicado libro de los JRPG de Bitmap Books... es real.



Anticipo de Tokyo Dungeon en Marukatsu PC Engine, rescatado por el PC Engine Club de Japón.

Anticipo de Tokyo Dungeon en Marukatsu PC Engine, rescatado por el PC Engine Club de Japón.

Las primeras menciones oficiales al juego se pueden encontrar en la revista **Marukatsu PC Engine** (de Kadokawa, claro). Entre mayo y diciembre de 1992 Adams y Tama publican (con la colaboración de un tal **David L. Arson**, que parece ser un seudónimo) una novela serializada de nombre **Tokyo Dungeon: Dark Vision**, ilustrada por **Yoshimiru Hoshi** (que acababa de publicar su épica aventura **Metal Slader Glory**). No existen versiones escaneadas para leer, pero parece ser una historia cyberpunk ligera, en el tono de Bubblegum Crisis.

El estudio que Adams formó tendría el nombre de **Cybelle** (un juego de palabras entre Cyber y Belle), y como había pasado con Wizardry IV, el desarrollo del juego se estiraría durante años.

A lo largo del camino, el estudio cambió de plataformas (de PC-Engine CD a PlayStation 1) y sumó miembros de renombre al equipo: **Yasuomi Umetsu** (Kite, Robot Carnival) en los diseños de personaje, **Shohei Kokara** (que adaptó los juguetes originales de Transformers a

sus versiones animadas) en diseños mecánicos, el prodigioso tecladista **Yoshitaka Azuma** en la música y varios actores de voz de primera línea como **Yumi Touma** y **Ryōtarō Okiayu**.



Portadas de dos entregas de la novela de Tokyo Dungeon publicada en Marukatsu PC Engine, con ilustraciones de Yoshimiru Hoshi.

Portadas de dos entregas de la novela de Tokyo Dungeon publicada en Marukatsu PC Engine, con ilustraciones de Yoshimiru Hoshi.

El nombre que más sorprende está en la dirección, colaborando directamente con Adams. **Kazutoshi Ueda** es una leyenda del gaming japonés, que no solo diseñó **Mr. Do!** sino que participó del desarrollo de **Mighty Bomb Jack**, **Solomon's Key**, y los primeros **Megami Tensei**.

Las grandes ausencias de los créditos son Iwasaki y Tama. En 1992 hubo un quiebre en Kadokawa y una parte importante de su staff renunció para fundar el conglomerado Media Works. Tama e Iwasaki se fueron con ellos. **Adams se quedó en Kadokawa, que no solo financiaba Tokyo Dungeon sino que planeaba extender la historia del RPG en spin offs de manga y animé**.

Iwasaki considera que el juego era personal para Roe: "*Tokyo Dungeon combinaba dos de las cosas favoritas de Roe: el cyberpunk, y las historias de detectives que amaba*", pero a la vez era casi imposible de implementar en PC Engine, una consola que a duras penas arañaba los

16 bit: "*Roe quería hacer un juego de perspectiva en primera persona, que era algo muy avanzado para el momento. Le dije que no íbamos a poder hacerlo en PC Engine sin cambiarlo.*"



Adams, junto a Iwasaki y Tama en las oficinas de Kadokawa.

Adams, junto a Iwasaki y Tama en las oficinas de Kadokawa.

Pasaron los años y Kadokawa se resignó a dejar atrás PC Engine. El nuevo plan era aprovechar el éxito de PlayStation y atacar el mercado de los RPG en la consola de Sony antes de que los estudios más grandes entren a la plataforma.

Por retrasos, por calidad, por falta de marketing, no funcionó. Tokyo Dungeon finalmente salió a finales de 1995, dos semanas antes que dos juegos que pasaron a la historia y hasta tuvieron localización oficial: el genial **Suikoden** de Konami y el mediocre (pero publicado por Sony) **Beyond The Beyond**.



El arte de portada de Tokyo Dungeon no decía mucho.

El arte de portada de Tokyo Dungeon no decía mucho.

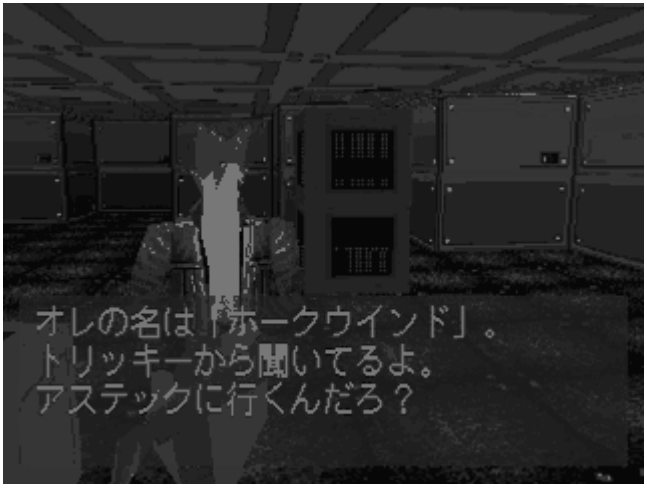
A pesar de su nombre y la prominencia de la Torre de Tokio en su portada, **en Tokyo Dungeon casi no se visita la ciudad del título.** Es la historia de un detective que investiga un crimen relacionado con una misteriosa aseguradora llamada **Aztec**. La única forma de descubrir sus secretos es a través de un clásico de los juegos de la época: entrando al ciberespacio a través de un casco de realidad virtual.

Adams era un entusiasta del tema. Entre los pocos registros que hay de esos años en Japón, pude encontrar su nombre en un par de conferencias relacionadas con esa tecnología y en los agradecimientos del libro **The Metaphysics of Virtual Reality** del filósofo **Michael Heim**. En un intercambio por Twitter, Iwasaki me contó que el combate de Tokyo Dungeon, basado en timing similar al de un juego de golf, nació de un prototipo de VR que Roe había probado en los '80 y que incluía primitivos efectos hápticos que hacían sentir que la raqueta había golpeado realmente una pelota.

Las secuencias animadas son bastante estáticas, pero los diseños de Yasuomi Umetsu lo hacen sentir un juego de alta calidad.

El juego parece un recorrido por la carrera de Adams. Empieza con ese animé entre futurista y noir que tanto le gustaba a Animeigo, pero suma un toque del sentido del humor ligero de Douglas Adams y su visión de la tecnología. Como en su amado Time Zone, cada locación que se explora está inspirada en un período histórico real (la aseguradora **Aztec**, por ejemplo, está representada por el **imperio azteca**).

Como en Ultima IV, la exploración se entrelaza directamente con las misiones, sugiriendo "quests" grandes que se resuelven de una pieza a la vez. Como en Wizardry IV, cada nivel es en sí un enorme puzzle, que hay que explorar palmo a palmo en busca de cada pista (por suerte esta vez sí hay automapa). ¡Y hasta está **Hawkwind**! Aunque esta vez es un hacker, claro.



ホークウインド es “Hawkwind” en alfabeto katakana.

ホークウインド es “Hawkwind” en alfabeto katakana.

Tokyo Dungeon está lejos de ser un juego perfecto. El 3D está más cerca de **Wolfenstein** que de cualquier juego de PlayStation de la época, y los personajes (fuera del animé) están construidos con unos catorce polígonos cada uno. El combate es tan simple como frustrante, una barrita que sube a toda velocidad y que requiere que el jugador presione un botón en el momento exacto, una y otra vez. La dificultad es altísima y la frecuencia de los encuentros tan irritante como en cualquier Wizardry.

No es un gran juego. Pero tampoco es un desastre. O no lo suficiente como para justificar su ausencia casi total de cualquier base de datos.

El combate frustra porque presionar el botón en el momento justo no siempre garantiza acertar el golpe.

No hay reediciones, traducciones, o fanpages de Tokyo Dungeon. No existe registro de ventas ni reimpresiones de los puntajes que recibió en revistas del ramo. No hay scans del manual o la campaña publicitaria. No hay página en **Wikipedia** ni en **Mobygames**. Hay algunos videos largos de gameplay[28] en YouTube Japón y (por alguna

razón) un par de reviews[29] en revistas francesas del '96. **Tokyo Dungeon no fue el éxito que Kadokawa esperaba, ni la reivindicación de Adams.** Según Iwasaki, "*si le preguntás a Roe si el juego le gusta, te va a decir que sí. Pero desafortunadamente creo que el producto final está lejos de su ideal.*"

A finales de 1995, después de seis años de aventura en Japón (y ya casado con la traductora de la que se había enamorado) **Robert Woodhead decidió regresar a Estados Unidos.** Animeigo ya era mucho más que un hobby, y no tenía sentido quedarse cuando su red de distribución estaba a miles de kilómetros.

Adams decidió quedarse en Japón para perseguir nuevos proyectos.

Y después, desapareció.

6.

Los rastros de Roe R. Adams III se difuminan después de 1995. Sus viejos colaboradores Garriott y Woodhead no vuelven a nombrarlo, y ni siquiera Fargo pudo[30] encontrarlo. Las pocas migajas que dejó en el camino demuestran que nunca dejó del todo el gaming. En los créditos de **Shinsetsu Samurai Spirits: Bushidōretsuden** (Samurai Shodown RPG, 1997) aparece como consultor, al igual que en un CD-ROM "interactivo" de la banda **Queensryche** del mismo año.



En 1994, Adams aparece en el catálogo de The Hacker Conference.

En 1994, Adams aparece en el catálogo de The Hacker Conference.

(en esa época Roe suele agregar al final de su nombre un "KTJ", que en el momento interpreté como "Kadokawa Tokyo Japan" pero parece tener que ver con la manifestación moderna de los Caballeros Templarios: KTJ es "Knight Templar of Jerusalem")

El espíritu generoso del Hawkwind de The Source también seguía vivo, pero se había mudado a la naciente web. En un número de 1996 de Computer Gaming World, Scorpia le agradece[31] un consejo para el recién lanzado RPG **Stonekeep**, y en el archivo de un foro[32] de 1998 da un par de tips sobre el olvidado RPG de acción de Bethesda **Battlespire**. Roe siguió participando religiosamente de la **Hacker Conference**, pero ninguna de sus participaciones está registrada en redes sociales modernas.

De ahí, nada. El artículo apasionado de Iwasaki salió en 2016 y, quizás porque no tuvo traducción, no tuvo repercusión en Estados Unidos (aunque permitió al diseñador reencontrarse con Adams). Cuando alguien pregunta por Roe en Twitter, las respuestas de sus antiguos colaboradores son crípticas. **La sensación es que Adams no es una persona que la comunidad esté dispuesta a rescatar del olvido.**

¿Qué pensó Roe R. Adams III en los últimos 25 años? ¿Por qué no contó sus historias en un blog o en un libro? ¿Por qué, en medio de una lluvia de **kickstarters**, no financió un nuevo proyecto como hicieron Fargo, Garriott, y Woodhead?



Richard Garriott, quien pagó 30 millones de dólares para viajar al espacio trece años antes que Jeff Bezos, hizo un Kickstarter para financiar Shroud of the Avatar

Richard Garriott, quien pagó 30 millones de dólares para viajar al espacio trece años antes que Jeff Bezos, hizo un Kickstarter para financiar Shroud of the Avatar

Mi sensación es que Roe nunca fue un emprendedor. Como el Hawkwind de Ultima IV, prefería ser el sabio, el consejero, el que es parte de un grupo más grande y no el que tiene que tomar directamente

las decisiones. The Source, la SCA, la comunidad de animé, RPGs y ciencia ficción son grupos cálidos que valoran al distinto y dan la bienvenida al excéntrico. **No es raro que Adams se haya sentido más cómodo trabajando en el ambiente de baja presión que ofrecía Woodhead y no en empresas que pronto valdrían millones como Origin e Interplay.**

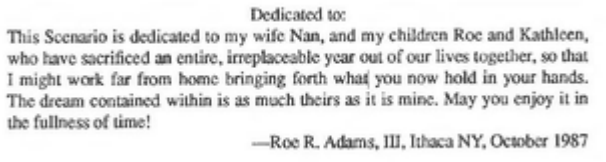
Pero todo son teorías, claro. La historia de los videojuegos es un poco como los "dungeons" de Roe. **Un mapa artesanal dibujado a mano, lleno de callejones sin salida y pozos sin fondo.** El periodismo especializado funciona mejor como cápsula del tiempo que como registro fiel de la época. Las empresas no guardan archivos de su actividad y la industria es tan celosa de sus secretos que hasta los diseñadores jubilados se cuidan de decir siempre lo correcto, en especial en Japón.

Los que sí hablan son **fanfarrones adorables** como Garriott, Woodhead y Fargo, que sobrevivieron el colapso de sus empresas y resistieron la década pasada a fuerza de crowdfunding. Cualquier investigación se vuelve frustrante frente a estos cultos de la personalidad, y uno lucha como puede contra el instinto de limar los bordes ásperos por el bien de la narrativa.

No es algo exclusivo de los videojuegos. Cada evento improbable que descubrí sobre la vida de Roe me llevó por un camino parecido al de **Mank**, la película de **David Fincher** que quiso demostrar que **Herman Mankiewicz** fue el genio detrás de **Citizen Kane**. El guión está basado en "**Raising Kane**" (1971), de la crítica Pauline Kael. Un ensayo apasionado, divertidísimo, pero lleno de errores y omisiones factuales. **Y es que a los escritores nos encanta la historia del hombre tímido pero brillante, del genio detrás del "genio".**

Pienso también en **Posesión** (1990) de **A.S. Byatt**, la historia de dos académicos cuya identidad se funde y se pierde en las figuras históricas que investigan. Byatt entiende el atractivo de la pesquisa, el hechizo del viaje en el tiempo, los peligros de la empatía… **¿sería sincero si no admitiera en esta nota el obvio afecto que siento por Roe?** Después de meses de rumiar documentos, me parece hasta gracioso que el nombre original del artículo fuese "*Roe R. Adams III, una investigación*".

Como si hubiese querido dotarlo de la misma distancia clínica artificial a la que (muy a su pesar) parece estar condenada la prensa de videojuegos post-Gamergate.


Dedicated to:
This Scenario is dedicated to my wife Nan, and my children Roe and Kathleen, who have sacrificed an entire, irreplaceable year out of our lives together, so that I might work far from home bringing forth what you now hold in your hands. The dream contained within is as much theirs as it is mine. May you enjoy it in the fullness of time!
—Roe R. Adams, III, Ithaca NY, October 1987

El manual de Wizardry IV incluye una sentida dedicatoria a su familia, que luego lo acompañaría en la mudanza a Japón.

El manual de Wizardry IV incluye una sentida dedicatoria a su familia, que luego lo acompañaría en la mudanza a Japón.

Los hechos sobre la mesa, entonces.

Roe R. Adams III se desempeñó como editor de Softalk/Softline, Computer Gaming World y Electronic Games/Computer Entertainment, en la era en la que estas revistas definieron el lenguaje de la prensa de videojuegos. Trabajó en Ultima, Wizardry y The Bard's Tale, las tres sagas de juegos de rol más importantes de los '80, que cada año demuestran ser más influyentes en la industria general del gaming. Fue el cofundador de Animeigo, la empresa que demostró la validez comercial del animé subtitulado. Y finalmente, con Tokyo Dungeon, fue uno de los pocos occidentales en dirigir un JRPG. Todo esto, en solo 13 años de carrera.

Pero un currículum no es una vida. Esa lista de logros no habla de la forma en la que su prosa inspiradora, atemporal y visionaria peleó por comunicar las posibilidades para él infinitas de un medio que aún hoy sufre de inexplicable baja autoestima. Falta su filosofía de diseño, la creación artesanal del puzzle como una figura a tallar, de la dificultad como regalo y no como tortura. Queda afuera lo que para mí es más importante: su generosidad como jugador y como profesional. **Un anfitrión perfecto para nuevas generaciones, un mago dispuesto a revelar sus trucos.**

El crédito de Roe como director en la secuencia de apertura de Tokyo Dungeon

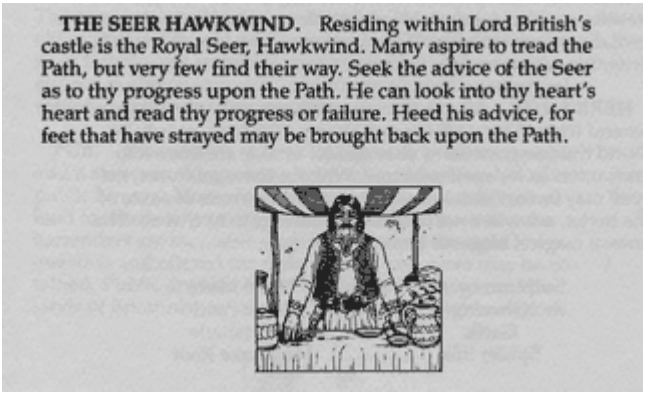
Las cuestiones de autoría que flotan sobre los videojuegos están atadas a intereses que tienen poco que ver con el proceso creativo. **Durante décadas se quiso forzar en el gaming la teoría de autor del cine, buscando un único responsable de cada obra maestra y cada fracaso.** La versión moderna de esta mirada busca democratizar la creación y otorgar la autoría no a un individuo sino a un estudio… algo que, **en una época de concentración corporativa, significa que un juego es un producto creado por una marca.** Una idea distópica que no hace otra cosa que exacerbar la futbolización del periodismo y despersonalizar a los trabajadores. El **Blizzard** que hoy acusan de abuso laboral no es necesariamente el Blizzard de hace diez años, o el que será mañana, así que podemos jugar una partidita de **Overwatch** sin pensar en el impacto destructivo de la industria en los seres humanos que la componen.

No hay un modelo fácil, cómodo y elegante para hablar de autoría en el gaming. Los juegos los hacen personas, y nunca vamos a saber qué hace exactamente cada una. Los registros de la vida de Roe están llenos de contradicciones, datos dudosos, y mentiras tan simpáticas como descaradas. Si era así en la época en la que un equipo de desarrollo se podía contar con los dedos de una mano, hoy es mil veces más complejo. No queda otra que evitar las generalidades. **Aceptar el misterio.** Abrazar el caos.

Cerca del final de la redacción de este artículo, **Iwasaki me escribe un par de veces más, con recuerdos personales de Tokyo Dungeon y anécdotas de los años de Japón.** Sus historias terminan de ordenar la historia de Roe en mi mente, y me siento listo para cerrar el texto. Pero no puedo. Paso días dando vueltas, reescribiendo párrafos, capturando fotos, buscando referencias. Sumo todos los datos que puedo, borro páginas enteras. No me decido a desinstalar sus juegos ni borrar los PDF de sus artículos de mi tablet.

La presencia fantasmal de Roe todavía flota en mi oficina, y su talento sobrenatural para la procrastinación me distrae de apretar el botón de "publish". **La investigación está completa, supongo, pero uno no decide cuando una invocación termina.**

Reviso una vez más las fuentes y vuelvo a la nota del **New York Times** de 1982 sobre el servicio The Source. La pereza de medianoche me hace sacar su frase de contexto. "*Hay gente con la que hablo hace años, sin saber dónde viven o sus nombres reales.*", dice Adams hablando de su alter ego **Hawkwind**, "*pero son una presencia en mi vida tan tangible como si estuvieran aquí, en persona.*"



CRONOTRIPPER (22 DE OCTUBRE DE 2026)

La década estática (2007-2017)

Preso de una esquizofrenia provocada por leer cientos de sus propias notas en veloz sucesión, el autor explica por qué esos 10 años de la historia de los videojuegos constituyen una cima irrepetible.



¿Cómo te das cuenta cuando una era de oro se acabó?

En los últimos seis meses estuve trabajando en un archivo de los miles de artículos que escribí para medios de gaming, cine y series entre, más o menos, 2007 y 2025. Mi idea original era separar la paja del trigo para filtrar lo que tuviera sentido leer en el presente. Un pack curado, compacto, de reviews, entrevistas y editoriales que te ayude a invertir tus devaluados pesitos en la próxima subasta de Steam o, siendo realistas, que al menos alimente a tu LLM favorito para que haga lo propio sin tener que perder tanto tiempo leyendo.

Pero este trabajo, que en mi mente iba a tomar un fin de semana, se estiró a meses. En vez de convertir docs a htmls me quedaba colgado leyendo notas, para mí, mucho más interesantes que mis opiniones sobre Vanquish o Binary Domain. Lo que llamó mi atención fue la cobertura de conferencias olvidadas, rumores sobre consolas fantasmas (¡Te amo, Xbox 720!), previews esperanzadas de obras maestras del gaming como Resident Evil 6, columnas de opinión sobre la polémica de la semana.



Una de mil fotos liminales de E3 2013

Una de mil fotos liminales de E3 2013

Repartiendo ese par de millares de artículos escritos a toda velocidad sobre el piso se fue dibujando un patrón. Uno de esos que sólo es posible notar con cierta distancia, como las líneas de Nazca desde una avioneta o una telaraña en una baulera, justo antes de ponértela de bigote.

El dibujo que se formó era una línea irregular pero inconfundible. El ascenso y caída de una era milagrosa bendecida por una circunstancia dudosa: **el congelamiento de la tecnología, el mercado y el diseño por aproximadamente 10 años**. Una década estática, en la que la estabilidad de la industria logró, por fin, definir un lenguaje unificado

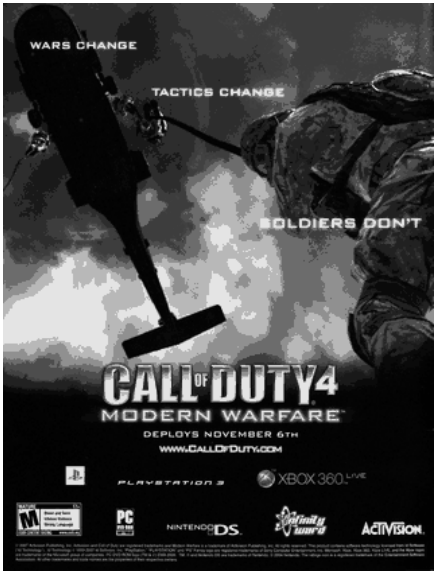
del videojuego, con géneros definidos, consumo estructurado y medios de comunicación establecidos. La única época en la que se puede decir, con sinceridad, que el gaming ocupó un lugar de relevancia en el mainstream cultural.

Y se terminó antes de que nos diéramos cuenta.

Esbozos de una cronología altamente científica

2007 fue un año en el que salieron grandes juegos. Chocolate por la noticia. Lo podemos decir tanto de 2007 como de 1998, de 1985, o de "años malditos" como 2014 o 1982. Todos los años salen grandes juegos, y si arbitrariamente lo voy a elegir como un punto de partida para esta elaborada teoría, no me queda otra que explicar por qué me parece que en 2007 hay un quiebre entre lo que vino antes y lo que sigue después.

Para ser irritantemente específico, ese antes y después es el **5 de noviembre de 2007.** El día en el que salió el juego que, como mínimo, ordenó los hábitos de consumo de la incipiente comunidad gamer que hoy conocemos, amamos y tememos por igual: **Call of Duty 4: Modern Warfare**.



No, no la versión de DS.

No, no la versión de DS.

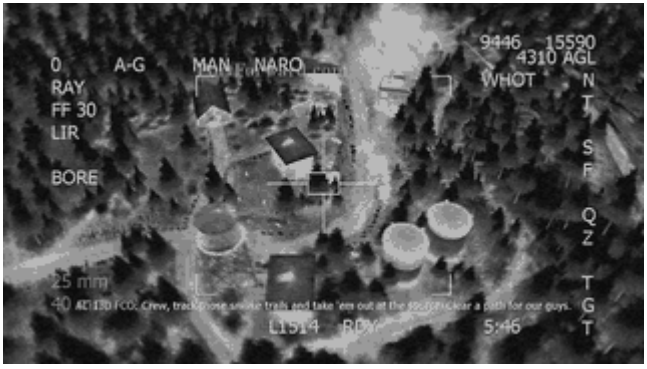
El logro calculado de este FPS de Infinity Ward está en bajar a tierra varias ideas que flotaban en el zeitgeist en un paquete completo y generoso, diseñado para convertirse en adicción. La genialidad, por supuesto, es el metajuego, que toma del RPG la idea de que cada batalla individual, ganemos o perdamos, suma puntos de experiencia a nuestra cuenta con los que eventualmente subiremos nuestro "level" y ganaremos mejoras para nuestro arsenal. Un loop fentanílico que genera respuestas pavlovianas, porque llueva o truene, la recompensa siempre llega. Para un público masivo, jugar mal ya no es desperdiciar el tiempo sino "entrenar" de una forma mensurable. Perder es ganar.

Esos puntitos mágicos son los que convierten al producto en un servicio, porque te atan a una cuenta y a un juego. No jugás por la diversión del momento sino por el castillo de arena que estás construyendo, ya que dejar de jugar un rato o cambiarte a otro shooter

es abandonar tu progreso. Gracias a Modern Warfare es que hoy todos tenemos en el celu un búho que nos llora para que volvamos a estudiar swahili.

Pero ese loop de gameplay refinado no alcanza para explicar el impacto cultural de CoD4. La temática de guerra moderna tiene mucho que ver. Sí, Counter-strike ya era un fenómeno hasta en nuestros cibercafés y el sobrio y realista Battlefield 2 se había adelantado al combate moderno haciendo referencia directa a la reciente invasión a Irak post-11 de septiembre. Hoy las campañas de Call of Duty son una nota al pie del todopoderoso multiplayer, pero en 2007 la marca de calidad del estudio era su estilo cinematográfico. Modern Warfare alternaba patriotismo triunfal a lo Michael Bay con una estética despojada y "realista" inspirada en "La Caída del Halcón Negro" de Ridley Scott que llega a su pico en el nivel "**Shock and Awe**", en que el personaje que controlamos muere de forma inevitable por los efectos de la radiación nuclear. ¿Manipulador? Claro que sí. Pero efectivo. Y, para la época, revolucionario. Casi experimental.

El mérito de Modern Warfare fue cristalizar las ideas que estaban en el ambiente en una experiencia adictiva, polémica, incuestionable en su (por vulgar que fuera) relevancia. "Shock and Awe" era el titular, pero **la misión realmente jugosa era "Death From Above"**, en la que controlamos un ataque de drones impersonal y distante a través de una pantalla dentro de nuestra pantalla. La imagen está en blanco y negro. Ni siquiera vemos el rostro del operador. Y como en la vida real, es imposible perder.



Tres años después los WikiLeaks de Julian Assange revelarían video real muy similar al de esta misión. Hasta en el diálogo.

Tres años después los WikiLeaks de Julian Assange revelarían video real muy similar al de esta misión. Hasta en el diálogo.

Gracias a este tipo de provocaciones rorschach que se podían leer como crítica a la guerra-como-videojuego o celebración de la maquinaria tecno-militar, Modern Warfare era el juego del que hablaban no sólo los medios especializados sino la prensa tradicional. Como el New York Times[1], en una de las contadas instancias en las que, para bien o para mal, un videojuego retrataba el presente con mayor inmediatez que el cine o la televisión: "*es a la vez la escena más realista y la que más se siente como un videojuego, pero sólo porque para un soldado moderno la guerra se termina pareciendo a un videojuego.*"

No sólo es Call of Duty. 2007 es el año en el que el gaming toma una posición central en una cultura masiva, que hasta ese punto los había condenado a un limbo de consumos para niños o, como mucho, adolescentes, junto a cómics, fanfics y boy bands. **Polémicas como las de Night Trap, Mortal Kombat y Grand Theft Auto: San Andreas nacían de la percepción de los videojuegos como corruptores de la infancia**, que contrastan con el intento fallido del canal conservador Fox News de generar controversia alrededor de las (pacatas) escenas de sexo de otro gran éxito de 2007: Mass Effect.



Esta vez los ojos de muerto de Geoff tienen razón de ser.

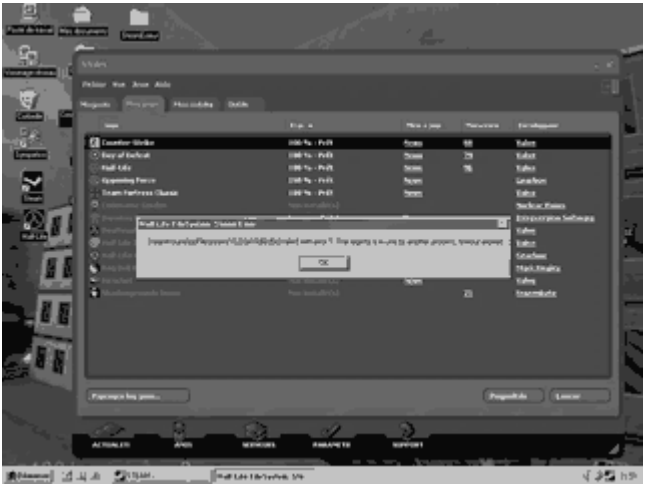
Esta vez los ojos de muerto de Geoff tienen razón de ser.

Aquel juego de rol espacial de Bioware es otro hito, junto a BioShock, Assassin's Creed y (de nuevo) Modern Warfare, que marca el colapso de la gran brecha del gaming de las tres décadas previas: PC vs. consolas. La arquitectura de Xbox 360 y hasta de la caprichosa PS3 permitían una traducción más directa y veloz de los juegos de moda, y aunque todavía teníamos grandes exclusivos (Halo 3 en Xbox, Uncharted en PS3, el catastrófico Crysis en PC) en esta incipiente generación por primera vez todos podíamos hablar de todo, porque **todos jugábamos lo mismo**.

Nos quedan nueve años de década así que cerremos 2007 con un picadito de esta irrupción del gaming en la cultura masiva: **Halo 3** sale en septiembre y se convierte en el lanzamiento de cualquier forma de entretenimiento (no solo videojuegos) más taquillero de la historia, superando a las pelis más vistas del año (Spider-man 3 y Harry Potter 7) con 170 millones de dólares recaudados en su primer día a la venta. El fenómeno **Rock Band** invita a millones de no-gamers a comprar consolas en las que enchufar guitarritas de plástico. **Super Mario Galaxy** demuestra que Wii tiene algo más para ofrecer que el "gimmick" del control por movimiento, **God of War II** cierra con

broche de oro la era PS2, y hasta desastres como el rotísimo primer **Witcher** marcan el inicio de algo grande, ambicioso, distinto a lo que habíamos visto hasta entonces.

¡Y eso que ninguno de estos es el mejor juego de 2007! Ese es **Portal**, obra cumbre de Valve que sale como parte de la "Orange Box", un pack que también incluye el episodio (hasta ahora) final de Half-Life 2 y el impecable multiplayer Team Fortress 2, y que hoy podemos ver como un caballo de Troya diseñado para (una vez más, adios brecha) invadir consolas y llevar una nueva "killer app" a la sufrida tienda digital de Valve. 2007 es el año en que Steam pasa de ser el DRM más odiado por el gamer de PC a ser... si no amada, al menos, tolerada. Es el año en el que Valve abre la puerta a estudios como Capcom, id Software y THQ para aumentar la oferta de terceros, abriendo la comunidad y sumando logros.



El Steam de 2004 era bastante parecido al de 2026.

El Steam de 2004 era bastante parecido al de 2026.

Y si no alcanzan los juegos excelentes y la caída de barreras tecnológicas para explicar la importancia de 2007 en la historia del gaming, vale la pena abrir el plano, alejarnos de la distopía IA del presente y entender el optimismo con el que veíamos la tecnología hace

20 años. 2007 es, claro, el año en el que se presenta el iPhone en sociedad. Netflix estrena su servicio de streaming. Google anuncia Android. Amazon lanza el primer Kindle. Facebook abre su SDK para permitir el desarrollo de aplicaciones dentro de la plataforma. O sea, juegos.

Y ese es un detalle importante. **Farmville**, el monstruo del juego casual/social, sale recién en 2009. La App Store de iPhone nace en 2008 y no es hasta 2009 que las "in-app purchases" abren la puerta al hoy dominante modelo económico del gaming mobile. **En plena utopía tech, el gaming AAA era el único gaming: una monocultura que giraba alrededor de PC, consolas, y una comunidad en constante crecimiento.**

Está bueno ser rey. Es cómodo. Envainás la espada, agarrás la pala y, por ahí, apuntalás los cimientos del castillo. Desde el verdadero nacimiento del mercado de gaming hogareño en 1977 (Atari 2600, Apple II) la industria del videojuego pasó 30 años corriendo. Reinventándose con cada moda, cada consola, cada salto tecnológico. 8 a 16 bit, 2D a 3D, arcades a consolas, juegos infantiles vs. público adolescente, licencias vs. originales, pads vs. análogos... en 2007 esas conversaciones ya no existían. Los géneros sobre los que se innovaría en los siguientes 10 años estaban definidos: Open world, FPS+TPS, aventura de acción, juegos que se controlaban parecido, con sólidas narrativas lineales y plataformas entre las que se programaba casi igual.

La década es estática pero no porque esté quieta. Refinar fórmulas no es descansar en los laureles. Y claro, la monocultura es el caldo de cultivo perfecto para que florezcan subculturas, verdaderas protagonistas de estos 10 años.

Nosotros y los medios

En esta parte me encantaría linkear a mis artículos sobre clásicos de 2007 como Portal, BioShock o Sonic and the Secret Rings, pero no puedo. En ese año no escribía sobre videojuegos sino (por razones en las que no viene al caso profundizar) documentales sobre estrellas de la

tecnocumbia ecuatoriana. Ni siquiera tenía una consola, solo una destartalada notebook de producción local marca Olivetti que mis compañeros de trabajo habían bautizado, con amor, "Ugly Betty".



No, la tecnocumbia no es una figura retórica.

No, la tecnocumbia no es una figura retórica.

Y sin embargo estaba más al tanto del tema que nunca. El periodismo de videojuegos siempre me interesó tanto como la industria en sí. Más, honestamente, y en especial en 2007, ya que este medio estaba viviendo una revolución silenciosa.

Las grandes revistas todavía se seguían publicando, y los sitios más importantes (IGN, GameSpot, MeriStation) replicaban el tono entusiasta y marketinero de la prensa escrita. En foros y blogs, sin embargo, la conversación era más sincera, personal… ¿un poco pretenciosa, quizás? Pero más estimulante que las interminables descripciones de gameplay de 3DJuegos.

En 2004 **Kieron Gillen**, freelancer británico de revistas como Edge y PC Gamer UK, escribe un manifiesto (sí, así de pomposos éramos) sobre el "**New Games Journalism**", una referencia a la influyente antología de Tom Wolfe de 1973, biblia de todo estudiante de comunicación social (de la época). Este "Nuevo periodismo de videojuegos" - tan centrado en la subjetividad como en la figura del jugador por sobre el juego - es una bandera bajo la cual, en los años subsiguientes, se agrupa una comunidad informal de críticos, diseñadores, bloggers y ensayistas que experimenta en sitios como **Kotaku**, **Joystiq** y **Rock Paper Shotgun**, co-fundado por el propio Gillen.



Jim Rossignol, Kieron Gillen y Alec Meer, tres de los fundadores de Rock Paper Shotgun. Solo falta John Walker (que irónicamente es el único que sigue en el periodismo).

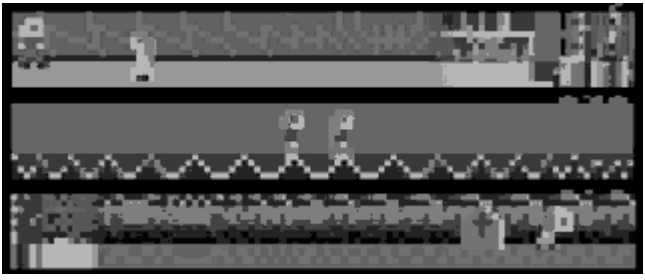
Jim Rossignol, Kieron Gillen y Alec Meer, tres de los fundadores de Rock Paper Shotgun. Solo falta John Walker (que irónicamente es el único que sigue en el periodismo).

Estos nuevos sitios, en especial en sus primeros años, mezclaban esa experimentación formal con un tono mordaz heredado de las revistas británicas de los '90 y filtrado a través del cinismo de la red de blogs de **Gawker**, **Something Awful** y la salvaje crueldad del sitio de críticas de rock **Pitchfork**. Para una generación acostumbrada a leer las gacetillas de prensa reescritas por Hobby Consolas con entusiasmo de cachorrito era un verdadero sacudón pasar a estos editoriales sarcásticos, reviews destructivas, titulares de doble sentido. Y a pesar de vivir el inicio de una era de oro del AAA, estos nuevos sitios no se limitaban a las novedades. Cubrían juegos retro, cultura multiplayer,

rumores corporativos, el hoy extinto mercado "AA" de Europa y un concepto que todavía no había llegado a los grandes medios: **el gaming independiente.**

Como el New Games Journalism, el término "independent game" (abreviado como "**indie**") había nacido de discusiones en foros de los '90 que culminaron en la creación de una subdivisión de la **GDC** (Convención de Desarrolladores de Videojuegos) dedicada al gaming amateur. De a poco la palabrita dejó de limitarse simplemente a la escala de producción del juego y pasó a definir un carácter distintivo de juegos experimentales, innovadores, "artísticos" que apuntaban a nichos que la industria dejaba de lado en esta celebración AAA de fines de los 2000.

En 2007 la conversación de esta comunidad giraba alrededor de juegos originales, rabiosamente personales, que hoy con solo una mirada definiríamos como indie: **Passage** (Jason Rohrer), **The Marriage** (Rod Humble) y **Aquaria** (Derek Yu y Alec Holowka). Juegos que no vamos a ver en ningún top 10 de ese año pero que generaron mil posts en estos blogs de nuevos periodistas y, como Modern Warfare, llamaron la atención de medios masivos, recibiendo cobertura en (de nuevo) el New York Times[2], el Wall Street Journal[3], New Yorker[4], Slate[5], etc.



Tres imágenes de Passage (2007). Hoy no se habla mucho de Jason Rohrer, pero su influencia en la vibra del gaming indie es incalculable.

Tres imágenes de Passage (2007). Hoy no se habla mucho de Jason Rohrer, pero su influencia en la vibra del gaming indie es incalculable.

La explosión de estos nuevos medios y el gaming indie demuestra la buena salud con la que nació la década estática. Kotaku y Rock Paper Shotgun dedicaban cientos de notas a estos juegos tapados, pero a fin de mes las cuentas las pagaban los estudios medianos que aún dependían de los sitios especializados para atraer clientes a los nuevos ecosistemas digitales. Todavía no existían los algoritmos de adquisición de redes sociales y Steam era solo una tienda más entre docenas de marketplaces de dudosa seguridad.

Estos nuevos medios no sólo nacían en Estados Unidos e Inglaterra. En Argentina la venerable revista Loaded lanzaba su sitio web loaded.vg[6] y buscaba nuevos redactores que cobren poco y acepten facturar. Mi paso por el periodismo, breve y caótico, había consistido en colaboraciones para el fanzine de anime **Ran** y la biblia nerd **Nuke** (publicada, casualmente, por la misma editorial de Loaded), y aunque mi carrera me había llevado a escribir para televisión, en ese momento el gaming parecía tener un futuro mucho más interesante que mis biografías no autorizadas. Busqué el contacto, mandé el mail, y en cuestión de días Ugly Betty y yo fuimos inducidos al flamante plantel.



En la Wayback Machine sobrevive una de estas notas, escasos segundos antes de la campana de largada de esta década estática.

En la Wayback Machine sobrevive una de estas notas, escasos segundos antes de la campana de largada de esta década estática.

No duré ni dos semanas. Hoy releo esos torpes intentos de emular el estilo Pitchfork y me resulta, al menos, simpático, pero mi editor no pensaba lo mismo. Después de 20 ítems noticiosos y la escueta revisión de uno de los peores juegos de la generación PS3, di (o me dieron) el portazo y abandoné el sueño de New Games Journalist para volver a Ecuador y escribir novelas musicales inspiradas en Pasión de Gavilanes. Habría otras oportunidades de ser parte de la revolución.

Welcome to the winner generation

No importa cuánto nos nuble la vista la nostalgia: hasta los mejores juegos de 1997 eran injugables en 2007. No para el gamer experimentado, claro, que había vivido en carne propia la accidentada evolución de los controles-tanque de Resident Evil o había caído mil veces al vacío ajustando milimétricamente los saltos de Lara Croft. **Pero un adolescente de la era PS3 vería con justificado horror esos polígonos pinchudos, interfaces incomprensibles, cámaras incontrolables y configuraciones de botones diseñadas para despertar la artrosis.**

En 2017, en cambio, jugar un juego de 2007 era cuestión de agarrar el control y arrancar. Desde la primera impresión (estructura de menús, control de cámaras, que los botones hagan lo que uno asume que harán) hasta las convenciones de diseño y narrativa: el tutorial, la progresión, los puntos de navegación en el mini mapa, la historia contada a través de secuencias cinemáticas, un buen codex de lore en el menú. Predecible, pero con suficiente espacio como para encontrar variantes. Estático.

2007-2017 es una década de iteración, de repetir procesos buscando refinar el lenguaje del videojuego 3D, ya establecido en una seguidilla de convenios tácitos del game design. En esta década las mecánicas innovadoras se clonan de inmediato, con cada juego agregando un elemento sobre el que el siguiente sumaría una vuelta más. La **progresión** de Modern Warfare, el **sistema de puesta a cubierto** de Gears of War, los **mapas llenos de íconos** de Assassin's Creed II, el "**modo detective**" y el **combate** de Batman: Arkham Asylum.

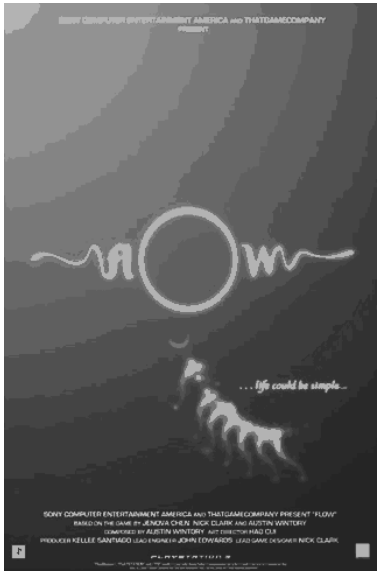


En realidad, el nombre original es “Detective Vision”, y aún hoy es parte de la gramática de cualquier aventura de acción y sigilo.

En realidad, el nombre original es “Detective Vision”, y aún hoy es parte de la gramática de cualquier aventura de acción y sigilo.

La estandarización no se limitaba a los juegos en sí, sino que se extendía al marketing, a los servicios digitales, a la cadena de distribución. Explotaron las tiendas especializadas del gaming tanto como el lugar de estos aparatos en las bateas de locales de tecnología, y la forma de comprar y consumir juegos se globalizó de una forma que no habíamos visto antes. Gabe Newell dice que *“la piratería no es un problema de precio, sino de servicio*” y es difícil no darle la razón cuando en países como Argentina (que hasta esa época consumía casi un 100% de software pirata) PlayStation 3 sería la plataforma más vendida de la región aún después de vulnerarse la seguridad de Xbox 360. Era más importante jugar en “la play” que jugar gratis.

Si los juegos AAA se vuelven un poco parecidos en esta década, la repetición se compensa con la llegada del indie como categoría comercial, fenómeno que sólo se hizo posible gracias a las tiendas digitales en consola y la sorprendente (hasta para el viejo Gabe) popularidad de Steam. PlayStation empieza a lanzar objetos extraños y fascinantes en su store a finales de 2007, con **Flow** y **Everyday Shooter**. En 2008, Xbox Live estrena el aclamado **Braid** en su promoción “**Summer of Arcade**” mientras que el mismo año Nintendo logra un gran éxito comercial y de crítica con **World of Goo** en su tienda WiiWare.



FlOw, de Jenova Chen (Journey) es uno de los primeros indies comerciales y a la vez un heredero de la era más experiental de PlayStation Japón de los '90.

FlOw, de Jenova Chen (Journey) es uno de los primeros indies comerciales y a la vez un heredero de la era más experiental de PlayStation Japón de los '90.

Esta primera generación de consolas conectadas a Internet hace que el espectro del gaming sea perceptible ni bien apretamos el botón de "power": **AAA, indies, retro, lo nuevo y lo viejo, todo a la vista en el mismo menú**. Porque al hablar de historia de videojuegos, es tentador compartimentalizar para ordenar el discurso, y hablar de PC, consolas y arcade como mundos separados. Pero estructurar la historia en generaciones, en 8 y 16 bit, en los grandes polos industriales de Estados Unidos y Japón condena lo inclasificable a la oscuridad. Nos perdemos la demoscene de Europa del Este, se nos pasan los MUDs, nos queda afuera la comunidad de ficción interactiva y entonces sus descendientes (CD Projekt RED, World of Warcraft, Her Story) parecen salir de la nada.

En la década estática la miopía era imposible. La conversación, por primera vez, se da en un mismo espacio. Los juegos de PC y de consolas son los mismos. Las tiendas digitales abren sus puertas a estudios más chicos. **La distribución se democratiza tanto como las herramientas de desarrollo amateur (Twine, Game Maker, Construct) y profesionales (Unreal, Unity).** El indie convive en bateas virtuales con el AAA.

La palabra que voy a repetir hasta el hartazgo en esta nota es "**conversación**". La idea de que un juego no es un estallido en el vacío, sino que todo habla con todo. El indie, por ejemplo, recupera las ideas y géneros que el AAA había abandonado por poco redituables, y logra resucitar el Metroidvania, la aventura gráfica, el roguelike. A su vez, la experimentación estética y mecánica de esa primera ola (Braid, **Fez**, **Hotline Miami**) inspira la audacia de los directores de los juegos más importantes de la década: **Neil Druckmann**, **Ken Levine**, **Patrice Desilets**.



También hay influencias colectivas que trascienden el gaming, como la obra de teatro inmersivo "Sleep No More", que obsesionaba a Levine y otros veteranos de Irrational Games.

También hay influencias colectivas que trascienden el gaming, como la obra de teatro inmersivo "Sleep No More", que obsesionaba a Levine y otros veteranos de Irrational Games.

En el periodismo pasa lo mismo. Los medios que crecen durante la década estática son los que no tienen miedo a sumarse a esa conversación, buscando conexiones entre este gaming cambiante y un

universo cultural más amplio. El AAA se vuelve más cinematográfico, el indie abreva en lo literario, y más que nunca el videojuego parece dispuesto a relacionarse con el mundo real.

En 2010 vuelvo a escribir para Loaded. El tono bloguero ya no es un problema sino exactamente lo que la revista estaba buscando para su sitio web y (¡en especial!) sus primeras incursiones en contenido en video. El mismo editor al que le había renunciado tres años antes se vuelve la estrella indiscutida de los sketches absurdos que escribo para el "**Resumen Loaded**[7]", inspirados tanto en Mega64 como en Chespirito. Y acá es donde veo la sed de información en primera persona. En tres años pasamos de escribir una revista de 64 páginas (de las que el 60% eran fotos) todos los meses a escribir casi la misma cantidad de caracteres todos los días, entre videos, una web de 10 actualizaciones diarias y cuatro horas semanales de radio en uno de los primeros programas de streaming de la plataforma **Vorterix**.

En 2013 decidimos relanzar Loaded como "**Malditos Nerds**", un medio principalmente digital que habla de juegos, cine, series y cultura pop en general. La sensación del momento era que el gaming ya no era una subcultura sino parte de la conversación general, que había desaparecido el estigma de los "jueguitos", que la accesibilidad ya no era un problema y que cualquiera podía disfrutar del juego del año tanto como de la peli o la serie del año.

Escribir sobre todo no significaba escribir menos ni escribir más fácil. Entre 2010 y 2014 el equipo de Loaded/Malditos Nerds se triplicó. Sumamos redactores especializados en cada tema, que no sólo escribían para la web, la revista y la radio sino que continuaban esa charla en redes, podcasts, streams. #**Generar #contenido era el mandato**, pero vivíamos el vértigo de otra manera, buscando formas de contrabandear el tipo de periodismo que nos gustaba en los formatos que el incipiente SEO exigía, fueran rankings, reviews o editoriales apresurados.



No sé si era necesario un segundo Geoff en esta nota.

No sé si era necesario un segundo Geoff en esta nota.

Revisando las nominaciones a los premios VGX (antecesores de los Game Awards) de ese 2013 todavía hoy llama la atención la riqueza temática además de la obvia importancia histórica de esos juegos. Más allá de los gustos, todos hablamos ese año de la filosofía de **BioShock Infinite**, los dilemas morales de **The Last of Us**, la sátira social de **Grand Theft Auto V**. Ni hablar de los indies, porque corrieron ríos de tinta sobre **Gone Home**, **The Stanley Parable**, **Kentucky Route Zero**, **Papers Please**... en contraste, por dar un ejemplo, con las grandes películas de los Oscar de ese mismo año, que se sienten prehistóricas: la solemnidad forzada de 12 Años de Esclavitud, el espectaculo chato de Gravedad, el festival de la sobreactuación de Dallas Buyers Club.



Juro que busqué una excusa para hablar de Ouya y no la encontré.

Juro que busqué una excusa para hablar de Ouya y no la encontré.

Al menos eso era lo que me pasaba por la mente en junio de ese año en un break de la cobertura de mi primera (y única) exposición E3, parado con los bracitos en jarra cual conquistador arriba de la estrellita de Shrek en el Hollywood Boulevard, rodeado de publicidades de juegos. "**Ganamos**", pensaba, "**por fin ganamos**". E3 (RIP) tomaba lugar en pleno centro de Los Ángeles, y ese año, en especial, el futuro parecía infinito. Las nuevas consolas estaban a punto de salir, y los juegos parecían todavía mejores: Titanfall, Destiny, The Witcher 3, Metal Gear Solid V... ¿qué podía salir mal?

Mi año de ética y oscurantismo

Hay un librito precioso de **Leigh Alexander** que se puede leer en un par de horas: se llama **Clipping Through: One Mad Week in Video Games**[8] y es un diario de la GDC de marzo de 2014. No es un compilado de entrevistas y análisis de la industria. Si los primeros "new game journalists" se inspiraban en Tom Wolfe y Lester Bangs, una segunda camada de cronistas estaba más cómoda con el estilo íntimo y confesional de **Joan Didion**.

Alexander empieza corriendo al aeropuerto con una resaca galopante, y toda la crónica de su viaje tiene el tono febril y acelerado que el título sugiere. Pero también está el vértigo, el entusiasmo, la sensación de estar en el centro de lo NUEVO, hablando con la gente correcta de una forma de hacer arte que está cambiando el mundo, una expresión cultural que con cada año se enriquece y permite entrar a nuevas voces. Por eso la presencia de la docente y diseñadora trans **Anna Anthropy** en el libro es tan importante como la de **Jason West** de Call of Duty o **Richard Lemarchand**, diseñador del primer Uncharted. Transmite la sensación de que este es un espacio en el que hay lugar para todos, y que cualquier evolución del videojuego como forma iba a nacer de mantener esa charla activa entre comunidad, prensa y creativos.



Anna Anthropy presenta en 2013 una "microtalk" de la GDC.

Anna Anthropy presenta en 2013 una "microtalk" de la GDC.

El libro se publicó unos meses después, en agosto de 2014. Ese mismo mes, un programador frustrado publicó un extenso posteo en su blog en el que detallaba el final de su relación amorosa con la diseñadora **Zoe Quinn**, acusándola indirectamente de intercambiar favores sexuales por una crítica positiva de su juego Depression Quest en Kotaku. Las acusaciones eran irrisorias, completamente falsas, pero el "**Zoe post**" encendió una mecha en lo profundo de 4chan, donde una comunidad de ultraderecha aprovechó esta supuesta falta de ética del medio más influyente del momento para desatar su misoginia y atacar por igual a periodistas y desarrolladoras de la industria.

La furia de esta comunidad (que bautizó al falso escándalo "**GamerGate**") tuvo su respuesta inmediata en forma de varios artículos en sitios de videojuegos. El editorial[9] de Leigh Alexander en el sitio orientado a desarrolladores Gamasutra es una piedra angular de la bronca, una carta a la industria que deja claro que **si el gaming quiere atraer a una audiencia masiva y ocupar el lugar que pretende en la cultura no puede seguir complaciendo a la identidad "gamer" tóxica, discriminatoria y dispuesta a destruir el avance de los últimos años para proteger sus juguetes.**

Quizás Alexander sobreestimó a la industria. La respuesta del grupo que había tomado el nombre de GamerGate como bandera fue tan brutal como sorprendentemente bien organizada, apuntando no a editores ni a lectores sino a los anunciantes de Gamasutra. Intel dio de baja sus anuncios en el sitio, dando una victoria implícita a este grupo mientras el resto de la prensa (incluyendo Kotaku, su blanco principal) reescribía sus políticas internas para responder a este pedido de "ética" sin entender que eran **la primera batalla de una guerra cultural** que hoy infecta tanto las redes sociales como la democracia de Occidente.



Leigh Alexander, en la GDC de 2015.

Leigh Alexander, en la GDC de 2015.

Es imposible exagerar el impacto de GamerGate sobre la comunidad de desarrolladores y periodistas de videojuegos. Los ataques a Quinn, Alexander y otras personalidades del ambiente como **Anita Sarkeesian** y **Jenn Frank** se extendieron a cualquier mujer que trabajase en videojuegos o escribiese sobre el tema, sin importar si hablaban o no de esta ola de abusos, doxxing y amenazas. Intel restauró su relación comercial con Gamasutra casi de inmediato, pero la industria ni mencionó el tema hasta meses después, cuando Mike Morhaime de Blizzard abrió la Blizzcon de diciembre de 2014 expresando[10], tarde pero con contundencia, su desprecio a esa campaña de odio.

El daño ya estaba hecho. La brecha entre el periodismo (que, por supuesto, siempre estuvo del lado de las víctimas) y la facción más extremista de la comunidad autodenominada "gamer" nunca se iba a zanjar. Alexander renunció a Gamasutra para abrir un sitio especializado llamado **Offworld**[11] que duró unos meses, y finalmente se retiró del periodismo para trabajar como desarrolladora, con un perfil más bajo. Decenas de ensayistas prominentes como Frank y **Cara Ellison** dejaron el periodismo, y los medios relacionados con la resistencia al movimiento quedaron en pie de guerra constante, un modo de interacción agotador que hacía imposible volver a la primera persona visceral del New Game Journalism o de Clipping Through.

La retórica de GamerGate se esparció por el mundo. De Estados Unidos bajó a Brasil, España, Argentina. Ninguna de las periodistas que escribió en Malditos Nerds estuvo a salvo de este tipo de comentarios y el editor del sitio en ese momento consideraba que cubrir el tema era tirar más leña al fuego (mis reflexiones al respecto salieron igual, en un Wordpress[12] que me abrí para eso). Pero la campaña nunca paró. El objetivo de la comunidad que la inició fue trazar una línea en la arena: el gaming es nuestro y nunca va a ser de ustedes. Si en 2013 soñábamos con una forma de arte que se discuta en los mismos términos que el cine y la tele, en 2014 nos despertamos de un **sacudón**.

Ni el tiro del final

La década estática no termina en drama y decadencia del "crash" comercial de 1982 y los cartuchos enterrados en el desierto. Todo lo contrario. Estos 10 años (y unos meses) dorados culminan el 3 de marzo de 2017 en una llamarada de gloria, encendida por el lanzamiento de otro candidato firme a mejor juego de todos los tiempos: **The Legend of Zelda: Breath of the Wild.**



Parece mentira que el juego que uno más relaciona con Switch haya sido originalmente diseñado para la sufrida Wii U.

Parece mentira que el juego que uno más relaciona con Switch haya sido originalmente diseñado para la sufrida Wii U.

La narrativa inesperada que corre por lo bajo de esa década es la del renacimiento del gaming japonés. Con la excepción de los "**soulslike**" de From Software, la generación de PlayStation 3 no fue particularmente benévola con los estudios que habían redefinido la industria en años anteriores y no lograban adaptarse a la exigencia de los juegos en alta definición. La recién fusionada **Square Enix** no daba pie con bola con sus RPGs fuera de su país de origen, las grandes sagas de terror como **Resident Evil** y **Silent Hill** iban de un papelón tras otro y hasta el titán **Hideo Kojima** se había quedado sin trabajo luego del polémico **Metal Gear Solid V**. Aún así, nadie estaba peor que Nintendo, que luego de la sequía de los últimos años de Wii tuvo su peor fracaso con la sucesora Wii U, tanto que el CEO **Satoru Iwata** no había tenido más opción que abrir sus marcas al mercado de juegos para celulares.

Zelda cambió todo. O mejor dicho, Switch cambió todo. La consola híbrida de Nintendo resultó exactamente lo que quería la audiencia en ese momento. En teŕminos de capacidad de proceso estaba a la sombra

de las aún recientes PlayStation 4 y Xbox One, pero no había forma de competir con el precio, ni con un catálogo que incluía un nuevo (magistral) juego de Mario, conversiones perfectas de lo mejor de Wii U y, claro, Breath of the Wild: una obra cumbre que combina la majestuosidad cinematográfica de la saga con un mundo abierto que parecía infinito. La mezcla perfecta de Skyrim con la belleza melancólica del cine de Hayao Miyazaki, coronada por el inconfundible "**toque Nintendo**".

Es difícil dimensionar cuánto cambió la percepción del gaming japonés en el resto del mundo en cuestión de cuatro meses de 2017. En enero **Resident Evil** resucita con su brillante séptima entrega. **Yakuza 0** (Sega) y **Nioh** (Koei Tecmo) restauran dos estudios legendarios que habían quedado opacados en la década anterior. Días después de Breath of the Wild sale **Nier: Automata**, un éxito de culto que se volvería un fenómeno masivo. Y un mes después llega **Persona 5**, responsable de presentar al JRPG a una generación que lo había dejado de lado.

El fenómeno "triple I" es imposible de separar de juegos de Annapurna Interactive como What Remains of Edith Finch.

Occidente no se queda atrás. En abril, el sello indie Annapurna Interactive lanza **What Remains of Edith Finch**, uno de los primeros "triple I", juegos independientes con el presupuesto que diez años antes hubiese tenido un shooter mainstream. **Night in the Woods**, **Cuphead** y **Gorogoa** demuestran que la experimentación sigue viva, y la influencia de este gaming innovador se siente en maravillas como **Prey**, **Hellblade** y **Divinity: Original Sin II**. Aún juegos menores de este año (**Horizon: Zero Dawn**, **Wolfenstein: The New Colossus**, **Assassin's Creed: Origins**) son éxitos comerciales y de crítica que en cualquier otro año hubiesen recibido sus estatuitas en el sagrado escenario de Geoff Keighley.

2017 es un candidato fuerte al mejor año de la historia de los videojuegos.

¿Cómo puede ser, entonces, el final de una era de oro?

Porque los juegos tardan mucho en hacerse. Y en la década estática los tiempos y costos de desarrollo se estiraron hasta el infinito, debido a la presión por competir con apuestas cada vez más ambiciosas sin el apuro de los saltos generacionales del pasado. La industria de las primeras tres décadas del videojuego ajustaba los tiempos para permitir secuelas inmediatas y reacciones veloces a las nuevas modas. **Los titanes de 2017 respondían a las tendencias de 2015, 2014, 2013. Y por lo bajo, el consumidor estaba eligiendo juegos de hoy que hablaban de hoy.**

El fenómeno Minecraft, por ejemplo, es el otro ruido de fondo de esta crónica. Un juego indie estilo retro, lanzado sin mucha fanfarria en 2009, que apelaba a la creatividad de su comunidad y a la poderosa viralización en las nacientes redes sociales de estructuras imposibles que lo hacían infinito, una cultura en sí mismo. No sólo era el juego más popular entre el público juvenil. Era, básicamente, el único que jugaban.

En esos diez años los esports (en particular **League of Legends**) pasaron de un nicho a un espacio de consumo masivo, tan independiente del gaming tradicional como Breaking Bad de Boca-Aldosivi. Lo mismo pasó con los (al principio) ninguneados juegos de celular, que para 2017 ya conformaban el 50% del mercado de gaming, absorbiendo jugadores que no tenían acceso a consolas o PC. Entre los éxitos de 2017 destaca el recién salido **Fate/Grand Order,** que definió el modelo "gacha" que hoy domina el gaming chino de mayores ingresos de celular... y también de PC y consolas.

A la luz de todo esto, el juego que mejor representa 2017 salió en Steam Early Access unos 20 días después del lanzamiento de Breath of The Wild. **PlayerUnknown's Battlegrounds** es, a simple vista, un producto de la cultura gamer de PC más clásica: un shooter con sistemas RPG de evolución de personaje similar, en muchos sentidos, a Call of Duty: Modern Warfare que, como League of Legends en su momento, era la cara comercial de un proyecto surgido de la comunidad de "modders" del sofisticado juego de acción militar ArmA.



Otra cosa que tienen en común estos juegos: bajos requerimientos técnicos y poco énfasis en la calidad visual.

Otra cosa que tienen en común estos juegos: bajos requerimientos técnicos y poco énfasis en la calidad visual.

La diferencia es que Bluehole (hoy Krafton), el estudio coreano detrás del juego, desarrolló PUBG desde el minuto uno como un juego "eterno", refinando la fórmula de LoL para retener a una audiencia que, desde el vamos, no jugase otra cosa. PUBG incorporaba pases de batalla, persistencia, partidas veloces, items cosméticos de distintas rarezas (o sea, todas las innovaciones con las que **Destiny**, **Dota2** y World of Warcraft habían hecho viable el "juego como servicio") y las combinaba con el "battle royale", el primer género de shooter en sentirse realmente nuevo en años.

PUBG fue (y sigue siendo) un fenómeno y un éxito de ventas que supera a casi todos los otros juegos de 2017. Y ni siquiera está primero en esa lista, porque unos meses después **Fortnite**, un fallido clon de Minecraft, lo clonaría a la perfección con una estética cartoon que lo hacía potable para todo público. Y fue el gran éxito de 2017. Y de 2018. Y en 2026, seguía siendo el juego más jugado de PlayStation Network.

En menor escala pasa algo parecido con el gaming independiente y el llamado "**indiepocalypse**". Hasta 2012 Steam curaba individualmente cada juego que aparecía en la plataforma, y las tiendas de consola eran aún más celosas. En ese año Valve lanza un programa democrático llamado "**Steam Greenlight**", que abre la puerta a

desarrolladores y estudios más pequeños. En 2017 las puertas se abren de una patada con Steam Direct: cualquiera puede subir sus juegos llenando un formulario y pagando 100 dólares. La saturación de títulos resultante causa el mismo problema que los enormes juegos-como-servicio: la pérdida de visibilidad. En especial para estudios que no tienen presupuesto para marketing o una cohorte de seguidores en redes sociales.



Greenlight ponía la curación de Steam en manos de la comunidad. Hoy, por suerte, tenemos al sagrado algoritmo que nunca jamás comete errores.

Greenlight ponía la curación de Steam en manos de la comunidad. Hoy, por suerte, tenemos al sagrado algoritmo que nunca jamás comete errores.

Claro que esta es la narrativa que uno recién percibe cuando pone las cosas en perspectiva. Ninguno de los que estábamos escribiendo sobre videojuegos en ese momento vimos venir este cambio. De lo que sí nos dábamos cuenta era de que para estos nuevos nichos era imposible escribir.

El público de esports no quería leer sobre otros juegos que no fueran los que jugaba, y no confiaba en nadie que no fuera parte de la comunidad. Los juegos como servicio tenían sus propias herramientas de comunicación que hacían redundante el periodismo. Y quizás había una forma de escribir sobre juegos de mobile, pero el rechazo de los lectores de gaming tradicional a contenido relacionado con estos juegos era suficiente como para dejar de intentarlo después de un par de quijotadas.



Malditos Nerds, sin embargo, sobrevivía (¡y aún en 2026, sobrevive!)

Malditos Nerds, sin embargo, sobrevivía (¡y aún en 2026, sobrevive!)

Post GamerGate, el periodismo de videojuegos se había vuelto a la vez más combativo y más temeroso. Al menos en Malditos Nerds, la conexión con los lectores se enfrió luego de algunas polémicas ridículas, al punto en que tomamos la decisión de desactivar los comentarios en los artículos en vez de seguir siendo policías de nuestra propia audiencia. Siguiendo ciegamente las tendencias empezamos a poner énfasis en contenido en video, tratando de no ver cómo los grandes medios extranjeros que hacían lo mismo colapsaban alrededor nuestro.

Porque por mucho que nos haya golpeado, GamerGate no fue lo que mató al periodismo de videojuegos. Hay candidatos más firmes como la decisión de las redes sociales de dejar de generar tráfico a sitios externos, el corte de la inversión de empresas de videojuegos que hoy prefieren comunicar directamente a sus usuarios con iniciativas tipo **Nintendo Direct** y la propia obsesión con los algoritmos SEO de Google de los dueños de los medios. **Rankings, reviews y rumores reemplazaron la cobertura más editorial.** Éramos una máquina aceitada, con fecha de vencimiento.

Y lo mismo se puede decir de las malas decisiones que hoy la industria está pagando. 2017 también es el año en el que Xbox anuncia Game Pass, “el Netflix de los videojuegos”, gastando miles de millones

en adquirir estudios para llenar de contenido un catálogo que nunca sería de interés para una audiencia que quiere jugar el mismo juego todo el tiempo.



¿Qué puede malir sal?

¿Qué puede malir sal?

Sony, por su lado, apostaría por los juegos como servicio en una pulseada que un par de años después le costaría su puesto a **Shuhei Yoshida**, arquitecto principal de esta década estática. Tampoco tendría mucho sentido: Sony anunciaría 12 juegos como servicio en 2022, lanzaría 2 (Concord y Marathon, carísimos fracasos), cancelaría 8 y cerraría 4 estudios sin que lleguen a terminar un solo título.

Porque claro, la tercera subtrama de la década estática es que en estos diez años el proceso de hacer un videojuego se volvió económicamente insostenible. El gasto eternamente creciente de producir el triple A, el indie, los estudios europeos de RPGs y hasta los shoot 'em ups de waifus japoneses partía de la promesa de una eterna providencia: una comunidad cuyos hábitos de consumo nunca iban a cambiar y, aparte, nunca iban a dejar de crecer.

No estábamos listos para la fragmentación de la audiencia, los tiempos cada vez más extensos de desarrollo, y ni hablar del COVID. Y ni hablar de la recesión post-COVID. Y ni hablar de la burbuja AI, revolución tecnológica que menos de 10 años después iba a llevarse puesta nuestra industria y mil más.

La plaquita al pie del monumento

Para mí 2017 no es el mejor año de la historia de los videojuegos. Si me preguntás un candidato al año en el que salieron los mejores juegos (juegos que, aún hoy, no han sido superados) elijo 2019.

No hay tantos clásicos como en 2017, 2013 o 2007, pero los que hay siguen definiendo la cima de lo que se puede hacer como un videojuego. La aclamada (con justicia) densidad novelística de **Disco Elysium** no debería opacar el ingenio con el que entrelaza sistemas y la narrativa o su relectura de las mecánicas del CRPG. Las dos décadas de genialidades fallidas de Remedy se redimen con el majestuoso **Control**, y algo parecido pasa con **Death Stranding**, a mi entender un juego (y un mundo) más interesante que cualquiera de los Metal Gear de Hideo Kojima. El gaming indie no tiene grandes éxitos comerciales, pero aún en pleno "indiepocalypse" brillan **Baba is You**, **Sunless Skies**, **Telling Lies**, **Hypnospace Outlaw** y varios más. Hasta conecto con la propuesta de juegos brillantes que no disfruté particularmente, como **Sekiro** y **Outer Wilds**.



Todavía tengo pesadillas con este bicho de Outer Wilds.

Todavía tengo pesadillas con este bicho de Outer Wilds.

Y por ahí Outer Wilds es el mejor punto de entrada a la sensación difícil de explicar que me provoca esta lista de juegos. Es un juego de exploración en primera persona, una colección de puzzles deslumbrantes, anidados como una mamushka en un mundo cargado

de secretos, que retoma la sensación de descubrimiento de las aventuras de CD-ROM de los '90 (Myst, The 7th Guest) sin su torpe arbitrariedad. Es una obra de relojería. **Y un juego absolutamente inaccesible para un gamer sin experiencia.**

De cierta forma, la evolución de cualquier arte implica ofrecer experiencias cada vez más sofisticadas y complejas, que requieran atención y un conocimiento profundo del vocabulario expresivo del medio. Cuando empezó el desarrollo de Outer Wilds, en 2012, tenía sentido pensar que esa era la dirección en la que iba la industria, que **ese público no iba a parar de crecer y que iba a estar dispuesto a enfrentar experiencias cada vez más exigentes**. Y a pesar de que el juego fue un relativo éxito de ventas y recibió el reconocimiento de prensa y crítica, la conversación cultural más amplia ya había perdido el interés por el gaming.

Es que es difícil captar durante mucho tiempo la atención de esa audiencia curiosa pero inquieta. El mainstream cultural, digamos, que ve las películas del **Oscar**, a veces las de **Cannes**, lee el ganador del **Premio Planeta** y mira la miniserie aquella de la que todos hablan. Esa audiencia que puede ser ligeramente snob pero que funciona como un puente efectivo para encontrar públicos nuevos, lejos de la intencionalmente insular comunidad gamer.

Releyendo, me doy cuenta de que hice varias referencias a ese **mainstream cultural** sin explicar por qué debería ser importante para nosotros, adictos irredimibles, ser parte de esa conversación más grande… ¿por qué nos interesa esa audiencia que desprecia nuestros totems? ¿Por qué se merecen nuestros tesoros si no se molestan en aprender los rudimentos de su vocabulario? **¿Por qué nos importa lo que piense el snob?**



A lo largo de estos 20 años, pude intimar con luminarias del gaming.

A lo largo de estos 20 años, pude intimar con luminarias del gaming.

A mí, personalmente, me importa porque me gusta rodearme de gente inteligente, sensible y de buen gusto. Y creo que es una aspiración bastante común. Es difícil, al menos para mí, amar algo con la fuerza que amamos el gaming y tener que callarlo porque me agota tener qué explicar sus problemas eternos de **representación**, su comunidad **tóxica**, su obsesión con la **violencia** militarista.

Quizás el snob soy yo, pero también hay un factor más calculado, y es que quiero que gente con un toque de onda quiera ser parte de esta industria maldita. Y hay muchísima gente dispuesta, porque en mis 20 años como periodista tuve la oportunidad de conocer verdaderos genios en la industria del videojuego. Diseñadores, artistas, ensayistas… todos tenían algo en común: **podrían haber sido lo que hubiesen querido ser.**

Esos 10 años en los que el mundo del videojuego resultó un espacio interesante (artística, cultural, económicamente) no hicieron más que atraer, lógicamente, gente interesante. **El genio es un ser social, no un monje estoico o un samurái que piensa solo en afilar su técnica.** Es una persona fascinante que quiere rodearse de personas fascinantes. Ese ambiente hay que cultivarlo.

Por alguna razón, el ambiente del gaming se resiste a divos y rockstars. Esa comunidad GamerGate confunde con pretensión cualquier curiosidad estética, artística o política mientras que el periodismo más progresista desconfía de la teoría de autor porque siente (con algo de razón) que invisibiliza a los cientos de trabajadores que hacen posible un videojuego. En 2021 escribí un editorial[13] en el que intentaba defender la figura del autor, porque sin "creador", por reductivo que sea, un juego no es producto de personas sino de una empresa, lo que representa a mi entender un destino mil veces más injusto. **Y en una época en la que las compañías de inteligencia artificial intentan demostrar lo fácil que es reemplazarnos, es primordial remarcar que los juegos los hacen personas.**

Desde el periodismo hubo intentos de cruzar ese puente cultural, aunque quizás tomó demasiado tiempo convencer a los dueños de los medios tradicionales de que valía la pena explorar la vertical gaming. Rolling Stone armó un lindo proyecto llamado **Glixel** que a duras penas llegó a cumplir un año. La ambiciosa vertical de gaming del New York Times, ni eso. Acá lo quisimos hacer desde **Filo News**, pero el único que realmente pegó fue **Waypoint**, un subsitio de Vice que finalmente colapsó (junto con el resto del medio) en 2023. El último de los grandes sitios de opinión del gaming.



Austin Walker, Natalie Watson y Danielle Reindeau de Waypoint en 2017.

Austin Walker, Natalie Watson y Danielle Reindeau de Waypoint en 2017.

Malditos Nerds se sostuvo, y aún hoy sigue en pie como parte de Infobae, hablando de medios masivos. Pero para 2019 la dirección editorial de la ex-Loaded apuntaba a un universo de influencers y youtubers que poco tenía que ver con lo que yo, con 40 recién cumplidos, podía aportar. En septiembre de ese año viajé a un **Tokyo Game Show** dominado por una Nintendo renaciente y los primeros "gachas" chinos que pasarían a reinar sobre una nueva generación de gamers. Escapando de las luces del Makuhari Messe a los pasillos oscuros de los locales de usados de Akihabara, decidí que lo masivo ya no era para mí, y que si iba a seguir haciendo periodismo iba a ser desde mi experiencia personal, o al menos desde los patrones que sólo yo podía dibujar.

Siete años después, al armar este infinito archivo de notas, me doy cuenta que mi última review fue de la entrega entonces más reciente de una serie sobre la que había escrito 12 años antes en mi primer artículo para la web: Mario & Sonic at the Olympic Games (en este caso, la cancelada edición de Tokio de 2020).



Tokyo Game Show 2019

Tokyo Game Show 2019

¿Cómo te das cuenta, entonces, que una era de oro se acabó? En el momento es difícil verlo, pero la sensación de vacío va creciendo con los años. Juegos buenos salen siempre, pero ya no están las conexiones que revelaban una conversación contínua, las escuelas, las escenas, los espacios, las movidas. Obras maestras (**Baldur's Gate 3**, **Elden Ring**, **Astrobot**) que se sienten como la expresión refinada de una búsqueda individual, no el avance colectivo de un medio entero.

La nostalgia juega un rol, claro. La resistencia al cambio hace que veas con malos ojos todo lo que rompe un órden establecido, y los primeros años pensé que mi desencanto con la industria tenía que ver con la edad, con el duelo por el cierre de los medios que me habían impulsado a escribir, con mi propia dificultad para adaptarme a ser freelancer de nuevo. **Pero en 2021 empezaron los cierres de estudios, los despidos, y el sangrado de empresas que parecían intocables cinco o seis años antes.** La crisis no era una ilusión.

El paso del tiempo pone en perspectiva las tangentes que parecían confusas, y también ayuda este juego de convertir la memoria en datos, la percepción en un número. Uno de los grandes debates de la década estática tenía que ver con esto de poner un puntaje a una review, algo que para mí siempre fue lo contrario: una ayuda. El numerito te obliga a tomar partido, a decir dónde estás parado, a evitar la ambigüedad y admitir que sí, cada juego que jugás entra a formar parte de una conversación con todos los que guardás adentro tuyo. **Calificarlo no es pesarlo como una bolsa de papas: es admitirlo a tu club personal.**



Tomando aire en E3 2013, terminando el primer día después de 30 horas sin dormir.

Tomando aire en E3 2013, terminando el primer día después de 30 horas sin dormir.

Estos meses de catalogar notas, de decidir qué va y qué no, se sienten un poco como el proceso de evaluar un juego. Lo que está en la balanza es una década de gaming, y las dos que duró mi carrera como periodista. **Grandes momentos que no coalescen en una experiencia concreta. 7.5/10.** Los easter eggs están muy bien.

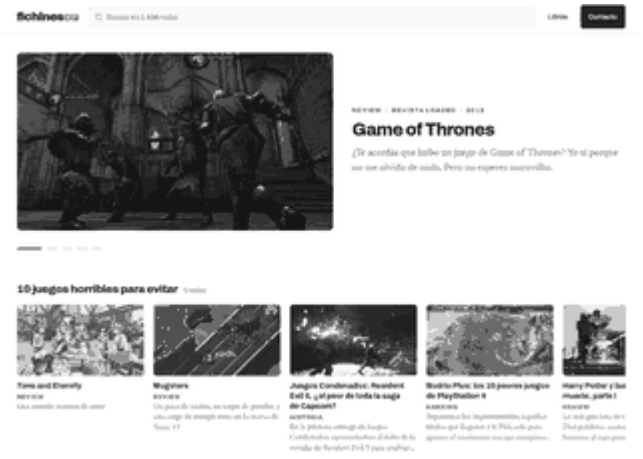
En el balance personal de este archivo me sorprende la consistencia de mi propio trabajo en constante carrera contra fechas de entrega… pero creo que disfruto aún más el shock eléctrico de encontrarme una frase imposiblemente pretenciosa, una opinión lamentablemente desgastada, una predicción inevitablemente fallida. Por eso estiré el proceso tanto como estoy estirando este editorial. No quería que se acabe esta crónica de la década estática.

Nunca jugué, ni jugaré, tantos jueguitos como los que jugué en esa década.

Sé que nunca voy a volver a tener un trabajo que me exija jugar un JRPG durante 20 horas seguidas de un martes cualquiera, así que no me sorprende no jugar tanto, pero sí me encuentro con que leo tanto sobre videojuegos como leía en esos diez años. El final de los grandes sitios no fue el final del periodismo que temía, y en los últimos años los blogs renacieron con una estructura comercial más sólida gracias a las plataformas de la "creator economy" (Patreon, Cafecito, Substack, las editoriales boutique) que volvieron viable un modelo que desde nuestros intentos de medios masivos despreciábamos como "teatro a la gorra".

Hay 1.500 notas en este archivo. Más allá del innegable narcisismo, me parece que puede ser divertido recorrer esta forma amateur, improvisada, frenética de hacer periodismo. En especial porque ese maximalismo verborrágico que deja entrever un amor que todo lo consume es el único periodismo que me sale. Y si es como hobby o como catarsis ya no me divierte hacerlo.

Igual sospecho que esto no va a ser lo último que escriba sobre gaming, así que convirtamos esta elegía en puente. Que este osario de una era de oro funcione como preludio a otra, que sospecho que se viene y que quisiera que dure hasta el fin del mundo.



12 Years a Slave PELÍCULA
1982: Héroes del Atlántico JUEGO
80 Days JUEGO
Adams, Douglas PERSONA
Addams, Shay PERSONA ,
Adkins, John Gabriel PERSONA
Adventure JUEGO
Air JUEGO
Akai, Takami PERSONA
Akalabeth JUEGO
Akalabeth: World of Doom JUEGO
Alexander, Leigh PERSONA , ,
Alice Underground PELÍCULA
Alley Cat JUEGO ,
Alone in the Dark JUEGO
Alpha Waves JUEGO
Ancestors: The Humankind Odyssey JUEGO
Ancient Land of Ys JUEGO
Anderson, Paul Thomas PERSONA
Angelique JUEGO
Anguita, Eduardo PERSONA
Anno, Hideaki PERSONA
Anthropy, Anna PERSONA
Apocalipstick JUEGO
Apple Galaxian JUEGO
Aquaria JUEGO
Arneson, Dave PERSONA
Arnhold, Stefano PERSONA
Arson, David L. PERSONA
Artillery JUEGO
Assassin's Creed SAGA ,
Assassin's Creed II JUEGO
Astro Bot JUEGO
Azuma, Yoshitaka PERSONA
Baba Is You JUEGO
Baby Doll PELÍCULA
Bad Day on the Midway JUEGO
Badía, Juan Alberto PERSONA
Balance of Power JUEGO
Baldur's Gate III JUEGO ,
Bandit Kings of Ancient China JUEGO
Barlog, Cory PERSONA
Barnett, Darren PERSONA
Barroz, Yaël PERSONA
Barton, Matt PERSONA
Batman: Arkham Asylum JUEGO
Battlefield 2 JUEGO ,
Battlespire JUEGO
Bay, Michael PERSONA
Beat It! JUEGO
Beck PERSONA
Beecroft, Vanessa PERSONA
Berkoff, Steven PERSONA
Bethell, John PERSONA
Beyond the Beyond JUEGO
Beyond the Wall JUEGO

Bezos, Jeff PERSONA

Binary Domain JUEGO

BioShock JUEGO

BioShock SAGA

BioShock Infinite JUEGO

Birkin, Jane PERSONA

Black Hawk Down PELÍCULA

Black Mirror SERIE

Black Mirror: Bandersnatch PELÍCULA

Blake, Jeremy PERSONA

Blitz JUEGO

Bloodborne JUEGO

Bluestar JUEGO

Bomb Buenos Aires JUEGO

Bonnell, Bruno PERSONA

Boolauck, Dany PERSONA

Bossom, Ralph PERSONA

Boulton, Greg PERSONA

Boxell, Tim PERSONA

Bozo's Night Out JUEGO

Braben, David PERSONA

Bradley, David PERSONA

Braid JUEGO

Brambilla, Marco PERSONA

Breakers JUEGO

Brice, Mattie PERSONA

Brocard, Bertrand PERSONA

Brooker, Charlie PERSONA

Brooks, Evan PERSONA

Brown, Geoff PERSONA

Burn, Tam Dean PERSONA

Butterfly Soup JUEGO

Byatt, A. S. PERSONA

Cage, David PERSONA

Call of Duty SAGA

Call of Duty 4: Modern Warfare JUEGO

Call of Duty: Ghosts JUEGO

Canty, Brendan PERSONA

Caper in the Castro JUEGO

Caraher, Lee McEnany PERSONA

Card, Orson Scott PERSONA

Carlston, Doug PERSONA

Carlston, Gary PERSONA

Cart Life JUEGO

Cash, Johnny PERSONA

Cassell, Justine PERSONA

Castlevania SAGA

Castlevania: Rondo of Blood (1993) JUEGO

Castlevania: Symphony of the Night JUEGO

Cecchini, Daniel PERSONA

Chahi, Eric PERSONA

Chan, Brian PERSONA

Chandler, Raymond PERSONA

Chanfray, Didier PERSONA

Chang, Elizabeth PERSONA

Chardot, Hubert PERSONA

Chen, Jenova PERSONA

Chop Suey (1995) JUEGO

Christie, Agatha PERSONA
Chrono Trigger JUEGO
Cifaldi, Frank PERSONA
Citizen Kane (1941) PELÍCULA
City Bomber JUEGO
Civilization SAGA
Claim Jumper JUEGO
Clayderman, Richard PERSONA
Cobra Mission: Panic in Cobra City JUEGO
Coe, Kate PERSONA
Colossal Cave Adventure JUEGO ,
Concord JUEGO
Connolly, John PERSONA
Contatto, Andrea PERSONA
Control JUEGO
Cook, Amelia PERSONA
Coppola, Francis Ford PERSONA
Corbet, Brady PERSONA
Cosmic Soldier JUEGO
Counter-Strike SAGA
Counter-Strike: Malvinas JUEGO
Crandon, Mina PERSONA
Crane, David PERSONA
Crawford, Chris PERSONA , ,
Crimmins, Brian PERSONA
Cronenberg, David PERSONA
Crosby, Harry PERSONA
Croucher, Mel PERSONA
Crowther, Will PERSONA
Cruise, Tom PERSONA
Cryer, Bob PERSONA
Crysis JUEGO
Cuphead JUEGO
Curse of Babylon JUEGO
Cyberpunk 2077 JUEGO ,
D., Alice PERSONA
Dallas Buyers Club PELÍCULA
Dalloul, Basel PERSONA
Dangelmaier, Heidi PERSONA
Dark Souls SAGA ,
Daybreaker JUEGO
Deadline JUEGO
Death Stranding JUEGO , ,
Debord, Matthew PERSONA
Demolition Man (1993) PELÍCULA
Demon's Souls JUEGO
Depression Quest JUEGO
Désilets, Patrice PERSONA ,
Destiny JUEGO
Deus Ex JUEGO
Deus Ex SAGA
Deus Ex Machina JUEGO
Deus Ex: Invisible War JUEGO
Didion, Joan PERSONA
Disco Elysium JUEGO ,
Divinity: Original Sin II JUEGO
Dōkyūsei (1992) JUEGO
Donkey Kong JUEGO
Donovan, Tristan PERSONA
Doom JUEGO ,

Dota 2 JUEGO
Dragon Age SAGA
Dragon Knight III JUEGO
Dragon Quest SAGA ,
Dragon Slayer II: Xanadu JUEGO
Dragon Warrior JUEGO
Drakkhen JUEGO
Dream Daddy JUEGO
Drowned God JUEGO
Druckmann, Neil PERSONA ,
Duncan, Mary PERSONA
Duncan, Theresa PERSONA
Dungeon JUEGO
Dungeons & Dragons SAGA
Dyack, Denis PERSONA
E.T. the Extra-Terrestrial JUEGO
Eastern Front 1941 JUEGO
Ed JUEGO
Egerton, Taron PERSONA
Einstein, Albert PERSONA
El largo adiós PELÍCULA
Elden Ring JUEGO
Elite JUEGO ,
Ellison, Cara PERSONA ,
Embriagado de amor PELÍCULA
Erikawa, Keiko PERSONA ,
Erikawa, Mei PERSONA
Erikawa, Yoichi PERSONA
Esains, Víctor Raúl PERSONA
Espenschied, Dragan PERSONA
Essex JUEGO
Eternam JUEGO
Eterno resplandor de una mente sin recuerdos PELÍCULA
Everyday Shooter JUEGO
Everyone's a Wally JUEGO
Fable SAGA
Faichnie, Ian PERSONA
Falklands '82 JUEGO
Fallaci, Oriana PERSONA
Falstein, Noah PERSONA
Far Cry 6 JUEGO
Fares, Josef PERSONA ,
Fargo, Brian PERSONA
FarmVille JUEGO
Fate SAGA
Fate/Grand Order JUEGO ,
Fate/stay night JUEGO
Fez JUEGO
FIFA SAGA
Final Fantasy SAGA ,
Final Fantasy IV JUEGO
Final Fantasy VII JUEGO
Final Fight JUEGO
Final Fight SAGA
Fincher, David PERSONA
Firehawk JUEGO
flOw JUEGO
Foot, Michael PERSONA
Ford, Henry PERSONA
Forman, Mike PERSONA
Fortnite JUEGO

Fox, Toby PERSONA
François, Claude PERSONA
Frank, Jenn PERSONA ,
Frankie Goes to Hollywood JUEGO
Frogger JUEGO ,
Frolova, Victoria PERSONA
From Bedrooms to Billions PELÍCULA
Gadget JUEGO
García, Charly PERSONA
Garr, Doug PERSONA
Garriott, Richard PERSONA , ,
Gary, Romain PERSONA
Gears of War JUEGO
Genghis Khan SAGA
Gerstmann, Jeff PERSONA
Gesue, Monica PERSONA
Ghetto Blaster JUEGO
Ghost Recon Wildlands JUEGO
Gibson, Tony PERSONA
Gilbert, Ron PERSONA ,
Gillen, Kieron PERSONA
Girolami, Franck De PERSONA
God of War II JUEGO
Golden Axe JUEGO
Gondry, Michel PERSONA
Gone Home JUEGO
Gorilla JUEGO
Gorogoa JUEGO
Graham, Alastair PERSONA
Grand Theft Auto SAGA , , , ,
Grand Theft Auto V JUEGO
Grant, Ken PERSONA
Gravity PELÍCULA
Greenberg, Andrew PERSONA ,
Grossman, Dave PERSONA
Guest, Christopher PERSONA
Guillemot, Yves PERSONA
Gutiérrez, Jaume Esteve PERSONA ,
Hadlington, Simon PERSONA
Haig, Alexander PERSONA
Half-Life 2: Episode Two JUEGO
Halo 3 JUEGO
Hampstead JUEGO
Harrap, Peter PERSONA
Harrier Attack! JUEGO
Harris, John PERSONA
Hart, Judith PERSONA
Hascoet, Serge PERSONA
Hashimoto, Masaya PERSONA
Hatakeyama, Koichi PERSONA
Heim, Michael PERSONA
Hellblade: Senua's Sacrifice JUEGO
Hellraiser JUEGO
Hendrick, Arnold PERSONA
Henson, Jim PERSONA
Her Story JUEGO
Hero's Quest JUEGO
Herrera, Paco PERSONA
Hi-Res Adventures SAGA
Holden, William PERSONA

Holowka, Alec PERSONA
Horace Goes Skiing JUEGO
Horii, Yuji PERSONA
Horizon Zero Dawn JUEGO
Horne, Richard Henry PERSONA
Horse, Harry PERSONA
Hoshi, Yoshimiru PERSONA
Hotline Miami JUEGO
Hotline Miami 2: Wrong Number JUEGO
Houdini, Harry PERSONA
Houser, Sam PERSONA
Humble, Rod PERSONA
Hydlide JUEGO
Hypnospace Outlaw JUEGO
Ichbiah, Daniel PERSONA
Igarashi, Koji PERSONA
III, Roe R. Adams PERSONA ,
Indiana Jones and the Fate of Atlantis JUEGO
Ingvarsson, Nanna PERSONA
Ireland, Victor PERSONA
Ismail, Rami PERSONA
Iwasaki, Hiromasa PERSONA
Iwata, Satoru PERSONA ,
Iwatani, Toru PERSONA
J.B. Harold's Murder Club JUEGO
Jackson, Gita PERSONA
Jammin' JUEGO
Jayanth, Meghna PERSONA
Jenkins, Henry PERSONA
Jet Set Willy JUEGO
Jobs, Steve PERSONA ,
Johnny Mnemonic PELÍCULA
Jones, Alex PERSONA
Jones, George PERSONA
Jonze, Spike PERSONA
Kael, Pauline PERSONA
Kait, Casey PERSONA
Kanon JUEGO
Katawa Shoujo JUEGO
Kato, Masayuki PERSONA
Katz, Arnie PERSONA
Keenan, Bronwyn PERSONA
Kentucky Route Zero JUEGO ,
Kilimnik, Karen PERSONA
Kill Bill PELÍCULA
Killoran, Ellen PERSONA
Kilman, Lawrence PERSONA
King's Field SAGA
King's Quest SAGA
King, Wilbur PERSONA
Kinney, Abbott PERSONA
Kiya, Yoshio PERSONA
Knights of Xentar JUEGO
Kohler, Chris PERSONA
Kojima, Hideo PERSONA , , ,
Kokara, Shohei PERSONA
Kokura, Masashi PERSONA
Kotick, Bobby PERSONA
Kully, Kenneth PERSONA

Kunkel, Bill PERSONA
Kushner, David PERSONA
La Ley y el Orden SERIE
La última película PELÍCULA
Lacaze, Christophe PERSONA
Laurel, Brenda PERSONA
Lawhead, Nathalie PERSONA
Layden, Shawn PERSONA
Le Voyage dans la Lune PELÍCULA
League of Legends JUEGO
Lean, Tom PERSONA
Lee, Anne PERSONA
Lei, Brianna PERSONA
Leisure Suit Larry SAGA
Lemarchand, Richard PERSONA
Levine, Ken PERSONA
Levy, Ronald PERSONA
Levy, Steven PERSONA
Lewis, Richard PERSONA
Little Big Adventure JUEGO
Liu, Derek PERSONA
Liu, Karen PERSONA
Loach, Ken PERSONA
Lode Runner JUEGO
Longo, Robert PERSONA
Loom JUEGO
Lords of Midnight JUEGO
Loren, Cary PERSONA
Lost in Translation PELÍCULA
Loubet, Denis PERSONA
Love, Courtney PERSONA
Ludtke, Jim PERSONA
Lunar: The Silver Star Story JUEGO
Lynch, David PERSONA
MacDonald, James PERSONA
Macron, Emmanuel PERSONA
Mad Paradox JUEGO
Maher, Jimmy PERSONA
Malvinas 2032 JUEGO
Malvinas 82 JUEGO
Manalo, Lewis PERSONA
Mandel, Josh PERSONA
Manic Miner JUEGO
Mank PELÍCULA
Mankiewicz, Herman PERSONA
Mann, Steve PERSONA
Marathon JUEGO
Mario SAGA
Mario & Sonic at the Olympic Games JUEGO
Mario & Sonic at the Olympic Games Tokyo 2020 JUEGO
Martin, Nancie PERSONA
Mass Effect JUEGO
Mass Effect SAGA
Master Fighter VI JUEGO
Matsuhana, Yoshikazu PERSONA
McCarthy, Patrick PERSONA
McGaw, Anthony PERSONA
McKenna, Marti PERSONA
McLean, Ally PERSONA
Meadows, Shane PERSONA

Mechner, Jordan PERSONA
Medal of Honor SAGA
Megami Tensei SAGA
Meier, Sid PERSONA , ,
Melendez, Miguel PERSONA
Méliès, Georges PERSONA
Men of War JUEGO
Méndez, Nicanor Costa PERSONA
Meretzky, Steve PERSONA
Metal & Lace: The Battle of the Robo Babes JUEGO
Metal Gear SAGA ,
Metal Gear Solid JUEGO
Metal Gear Solid 2: Sons of Liberty JUEGO
Metal Gear Solid V: The Phantom Pain JUEGO ,
Metal Gear Survive JUEGO
Metal Slader Glory JUEGO
Mighty Bomb Jack JUEGO
Mighty Final Fight JUEGO
Mikie JUEGO
Mindwheel JUEGO
Minecraft JUEGO
Minter, Jeff PERSONA ,
Minter, Patrick PERSONA
Missile Command JUEGO
Miyamoto, Shigeru PERSONA ,
Miyazaki, Hayao PERSONA
Molyneux, Peter PERSONA
Monster Hunter SAGA
Monster Prom JUEGO
Monty Mole JUEGO
Moore, Gavin PERSONA
Morales, Frank PERSONA
Morhaime, Mike PERSONA
Moriarty, Brian PERSONA
Morrison, Grant PERSONA
Mortal Kombat SAGA
Moss, Kate PERSONA
Moss, Richard PERSONA
Mottet, Eric PERSONA
Mounes, Facundo PERSONA
Mr. Do! JUEGO
Mulligan, Richard PERSONA
Myst JUEGO ,
Mystery House JUEGO
Nagano, Eiji PERSONA
Nakazawa, Minoru PERSONA
Nancy Drew SAGA
Nash, Michael PERSONA
Nautilus JUEGO
Navarro, Luis García PERSONA
Necromancer JUEGO
Nerd, Nostalgia PERSONA
New World JUEGO
Newell, Gabe PERSONA
Newsinger, John PERSONA
Newton, Isaac PERSONA
Nico PERSONA
NieR SAGA
NieR:Automata JUEGO

Night in the Woods JUEGO ,
Night Life JUEGO ,
Night Trap JUEGO
Nioh JUEGO
Nobunaga's Ambition SAGA
Noé, Gaspar PERSONA
Nooney, Laine PERSONA ,
Not For Broadcast JUEGO
Obliterate! JUEGO
Okiayu, Ryōtarō PERSONA
Orduña, Iñigo PERSONA
Outer Wilds JUEGO
Overwatch JUEGO
Pac-Man JUEGO
Pajitnov, Alexei PERSONA
Paperboy JUEGO
Papers, Please JUEGO ,
Parkhouse, Steve PERSONA
Parkin, Simon PERSONA
Passage JUEGO
Pathologic JUEGO
Pedercini, Paolo PERSONA
Penttinen, Jani PERSONA
Pepe, Felipe PERSONA
Persona SAGA
Persona 3 JUEGO
Persona 4 JUEGO
Persona 5 JUEGO
Phair, Liz PERSONA
Phantasy Star II JUEGO
Piel misteriosa PELÍCULA
Pinsky, Robert PERSONA
Pitfall! JUEGO
Plant, William PERSONA
PlayerUnknown's Battlegrounds JUEGO
Poe, Edgar Allan PERSONA
Pointless Fighter JUEGO
Polanski, Roman PERSONA
Police Quest II: The Vengeance JUEGO
Pong JUEGO
PopCorn (1988) JUEGO
Popful Mail JUEGO
Porpentine PERSONA
Portal JUEGO
Potter, Mike PERSONA
Power Dolls JUEGO
Prey JUEGO
Prince of Persia JUEGO
Princess Maker 2 JUEGO
Prisoner of Ice JUEGO
Project Alpha JUEGO
Psychic War: Future Soldier JUEGO
Puppeteer JUEGO
Pynchon, Thomas PERSONA ,
Quinn, Zoe PERSONA ,
Raid on Bungeling Bay JUEGO
Railroad Tycoon SAGA
Rainbow Warrior (1989) JUEGO
Ramirez, Anthony PERSONA

Ray, Sheri Graner PERSONA
Raynal, Frédérick PERSONA
Red Dead Redemption 2 JUEGO ,
Redon, Joseph PERSONA
Reed, Emilie PERSONA
Relax JUEGO
Resident Evil SAGA ,
Resident Evil 3: Nemesis JUEGO
Resident Evil 6 JUEGO
Ribault, Thomas PERSONA
Ribisi, Marissa PERSONA
Richards, Alexandra PERSONA
Richards, Keith PERSONA
Richards, Theodora PERSONA
Richmond, Justin PERSONA
Ride to Hell: Retribution JUEGO
Rimbaud, Arthur PERSONA
Roberts, Chris PERSONA
Robin, Blake PERSONA
Robinett, Warren PERSONA
RoboCop SAGA
Rock Band JUEGO
Rogers, Henk PERSONA
Rogers, Tim PERSONA
Rohrer, Jason PERSONA
Romance of the Three Kingdoms SAGA
Romanek, Mark PERSONA
Ruiz, Pablo PERSONA
Rule of Rose JUEGO
Sable JUEGO
Sakura Wars SAGA
Sales, Nancy Jo PERSONA
Salinger, J. D. PERSONA
Salmeron, Laurent PERSONA
Salvador, Phil PERSONA
Sant, Gus Van PERSONA
Sarkeesian, Anita PERSONA ,
Schafer, Tim PERSONA
Schick, Lawrence PERSONA
Scorched Earth JUEGO
Scorpia PERSONA
Scott, Ridley PERSONA
Seaside Special JUEGO
Season of the Sakura JUEGO
Seberg, Jean PERSONA
Sedaris, David PERSONA
Sekiro: Shadows Die Twice JUEGO
Selznick, David O. PERSONA
Senneville, Paul de PERSONA
Serafinowicz, Peter PERSONA
SFLIU JUEGO
Shadow of the Comet JUEGO
Shamus JUEGO
Shibusawa, Ko PERSONA
Shinkawa, Yoji PERSONA
Shinsetsu Samurai Spirits: Bushidōretsuden JUEGO
Shoo-Fly Pie JUEGO
Shroud of the Avatar JUEGO
Sid Meier's Pirates! JUEGO
Silent Hill SAGA

Silhouette Mirage JUEGO
Silpheed JUEGO
SimCity JUEGO ,
Sinclair, Clive PERSONA
Singleton, Mike PERSONA
Skool Daze JUEGO
Slot Racers JUEGO
Smarty (1996) JUEGO
Smith, Matt PERSONA
Smith, Rachael PERSONA
Snatcher JUEGO ,
Solomon's Key JUEGO
Somari JUEGO
Sonic and the Secret Rings JUEGO
Sonic the Hedgehog JUEGO
Sorcerian JUEGO
Space Invaders JUEGO
Space Quest SAGA
Space Rogue JUEGO
Spacewar! JUEGO
Spector, Warren PERSONA ,
Spelunker JUEGO
Spiegel, Amy Rose PERSONA
Star Maze JUEGO
Star Raiders JUEGO
Star Saga: One JUEGO
Star Wars SAGA
Stealey, Bill PERSONA
Sterling, Jim PERSONA
Sting PERSONA
Stoltz, Craig PERSONA
Stonekeep JUEGO
Street Fighter SAGA
Street Fighter II JUEGO
Street Fighter II Neo JUEGO
Street Fighter II: Champion Edition JUEGO
Strike Fleet JUEGO
Suda51 PERSONA
Suehiro, Hidetaka PERSONA
Sugar, Alan PERSONA
Suikoden SAGA
Sunless Skies JUEGO ,
Super Mario Galaxy JUEGO
Svenonius, Ian PERSONA
Swartz, Bill PERSONA
Swisher, Kara PERSONA
Szczepaniak, John PERSONA , ,
Takai, Masaki PERSONA
Takanashi, Minoru PERSONA
Tama, Yukata PERSONA
Team Fortress 2 JUEGO
Telling Lies JUEGO
Tetris SAGA
Thatcher, Margaret PERSONA ,
The 7th Guest JUEGO ,
The Bard's Tale JUEGO
The Black Onyx JUEGO
The Dark Crystal PELÍCULA
The Dark Eye JUEGO
The Dark Heart of Uukrul JUEGO

The Elder Scrolls V: Skyrim JUEGO

The Falklands War: 1982 JUEGO

The History of Glamour PELÍCULA

The Last of Us JUEGO

The Legend of Zelda: Breath of the Wild JUEGO

The Marriage JUEGO

The Master PELÍCULA

The Outer Worlds JUEGO

The Secret of Monkey Island , JUEGO

The Sims JUEGO , ,

The Stanley Parable JUEGO

The Thin Man SAGA

The Witcher SAGA

The Witcher (2007) JUEGO

The Witcher 3: Wild Hunt JUEGO

The X-Files SERIE

Thexder JUEGO

This Is England PELÍCULA

This Is Spinal Tap PELÍCULA

Three Sisters' Story JUEGO

Time Zone JUEGO

Titanfall JUEGO

To Heart JUEGO

Tokimeki Memorial JUEGO

Tokimeki Memorial: Girl's Side JUEGO

Tokyo Dungeon JUEGO

Tolkien, J. R. R. PERSONA

Tomb Raider SAGA

Tomb Raider (1996) JUEGO

Tomb Raider (2013) JUEGO

Tonight We Riot JUEGO

Top Gun PELÍCULA

Toriyama, Akira PERSONA

Totilo, Stephen PERSONA

Touhou Luna Nights JUEGO

Touhou Project SAGA

Touma, Yumi PERSONA

Tramiel, Jack PERSONA

Tramiel, Sam PERSONA

Transformers SAGA

Trashman JUEGO

True Love '95 JUEGO

Trump, Donald PERSONA

Trzepacz, Tim PERSONA

Tsumura, Kenji PERSONA

Ueda, Kazutoshi PERSONA

Ultima SAGA ,

Ultima III JUEGO ,

Ultima IV JUEGO

Ultima IV: Quest of the Avatar JUEGO

Ultima Underworld JUEGO

Ultima V JUEGO

Ultima VI JUEGO

Umetsu, Yasuomi PERSONA

Uncharted SAGA

Uncharted JUEGO

Uncharted 3: Drake's Deception JUEGO

Universal Paperclips JUEGO
Vanquish JUEGO
Velasco, Javier PERSONA
Velzen, Bart Van PERSONA
Vitullo, Julieta PERSONA
Vyper JUEGO
Wadsworth, Bill PERSONA
Waiting for Guffman PELÍCULA
Walker, Andy PERSONA
Walker, Austin PERSONA
Walker, John PERSONA
Wallace & Gromit SAGA
Wally Week SAGA
Walsh, Maria Elena PERSONA
Wanted: Monty Mole JUEGO
War 3 JUEGO
Watch Dogs: Legion JUEGO
Watson, David PERSONA
Weil, Elizabeth PERSONA
Weil, Rachel PERSONA
West, Jason PERSONA
Weston, Simon PERSONA
What Remains of Edith Finch , JUEGO
White, Robert PERSONA
Whitehead, Dan PERSONA
Williams, Bill PERSONA
Williams, Ken PERSONA , ,
Williams, Roberta PERSONA , ,
Williams, Robin PERSONA
Williamson, Mandy PERSONA
Wilson, Johnny PERSONA
Wing Commander SAGA
Wizardry JUEGO
Wizardry SAGA ,
Wizardry IV JUEGO
Wizardry V JUEGO
Wizardry: New Age of Llylgamyn JUEGO
Wolfe, Tom PERSONA
Wolfenstein 3D JUEGO ,
Wolfenstein: The New Colossus JUEGO
Wolosenko, Ihor PERSONA ,
Wolosenko, Roxy PERSONA
Woodhead, Robert PERSONA , ,
Woods, Don PERSONA
World of Goo JUEGO
World of Warcraft JUEGO
Worlds of Ultima: Savage Empire JUEGO
Worley, Joyce PERSONA
Worms JUEGO
Wright, Will PERSONA ,
Wu, Kenny PERSONA
Xardion JUEGO
Yakuza 0 JUEGO
Yamaga, Hiroyuki PERSONA
Yatate, Hajime PERSONA
Yoshida, Shuhei PERSONA
Ys I & II JUEGO
Yu, Derek PERSONA

Yura, Kairi PERSONA

Zabel, Gary PERSONA

Zeliard JUEGO

Zero Zero (1997) JUEGO

Ziria JUEGO

Zork JUEGO

ZUN PERSONA

2[illegible]

,