

# LEVIS, Diego

(JGC)

## PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

### 1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

LEVIS, Diego, Los videojuegos, un fenómeno de masas. Qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual, 1ª. Edición, Barcelona, Paidós, 1997, 224 páginas

### 2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Hermenéutica

b. Fuentes. Sociología funcionalista, (Economía Política y Semio-lingüística)

c. Comunicología. Estructuración

d. Macro-objeto. Medios de difusión

e. Objeto específico. Videojuegos

## SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

### 3. Ubicación campal de la obra.

a. Clasificación campal. Dentro-dentro

b. Época. Los noventa. Fundación del espacio conceptual.

c. Región. Europa

### 4. Contenido de la obra.

a. Género. Estudio

b. Índice de la obra.

Presentación. J. M. Pérez Tornero	13	
Al lector	17	
Agradecimientos	19	
Introducción	21	
Primera parte. Hacia el Entretenimiento informático		
Entre la informática y la industria audiovisual. Una aproximación	25	
Punto de encuentro de la informática y la televisión	27	
La informática: factor de transformación social	27	
La industria del entretenimiento	29	
Un cambio en el uso del televisor	30	
El primer multimedia interactivo		33
Redes telemáticas: ¿una utopía para el fin del milenio?	35	
La interactividad del ordenador	36	
¿Un nuevo lenguaje cinemática?	38	
Orígenes del videojuego	41	

4. Tipos de soporte	47
4.1 La consola doméstica: su relevancia	50
5. Nacimiento, auge y caída de un nuevo mercado. Atari, el nombre de los videojuegos	51
5.1 Del salón recreativo a la sala de estar	53
5.2 Un fugaz apogeo	55
5.3 La microinformática entra en escena	58
5.4 Del éxito al fracaso en un suspiro	59
5.5 Motivos del desastre	60
6. Nintendo, el intruso japonés	61
6.1 El microordenador: ¿una alternativa a la videoconsola?	63
6.2 La renovación oriental	64
6.3 La fuerza de la constancia	65
7. La construcción de un universo propio	69
7.1 Super Mario BROS	71
7.2 Política comercial	72
7.3 La estrategia “Nintendo”	73
7.4 En el ojo del huracán	75
8. Nuevo fenómeno de masas	79
8.1 La aparición de Sega	81
8.2 La respuesta de Nintendo	83
8.3 Las consolas portátiles	85
8.4 Hacia otros mercados	87
9. Mayoría de edad	89
9.1 Nuevos gigantes de la industria audiovisual	91
9.2 Resonancias del pasado	91
9.3 Un período de transición	94

## Segunda parte. Nuevo lenguaje mediático y modelo de desarrollo industrial

10. Viejos y nuevos medios audiovisuales	99
10.1 Diferencias y semejanzas	101
10.1.1 Televisión	101
10.1.2 Cine	102
10.1.3 Algunas opiniones	103
10.2 Incorporación en el sistema mediático	103
10.2.1 Un subgénero cinematográfico	108
10.2.2 ¿Un adversario para el cine?	109
11. La era de la telemática de consumo	111
11.1 Nintendo en la red	113
11.2 El canal Sega	114
11.3 Juegos y televisión interactiva	115
11.4 Nubes sobre la autopista	116
11.5 ¿Qué sucede dentro del ciberespacio?	117

12. El multimedia interactivo	121
12.1 Un concepto mutante	123
12.2 La caída del muro	124
12.3 El “ludo-educativo”	125
12.4 ¿Un nuevo tipo de producto cultural?	127
12.5 Un falso dilema	128
13. ¿Transición o evolución?	131
13.1 Sistemas híbridos	133
13.2 Un futuro amenazado	134
13.3 La nueva generación de consolas	135
13.4 Marcados por la confusión	138
13.5 Estrategias diferentes	139
14. Salones recreativos	141
14.1 Más allá del estereotipo	143
14.2 Parques de entretenimiento familiar	144
15. El ocio del futuro	147
15.1 La realidad virtual: nociones básicas	149
15.2 Pseudorrealidad virtual	150
15.2.1 Primeros accesorios “virtuales”	151
15.3 Una nueva atracción de feria	152

Tercera parte. Tipos de juegos, jugadores y otros asuntos

16. La preocupación por los efectos	159
16.1 Objeto de polémica	161
16.2 Estudios sobre los efectos	162
16.2.1 Investigaciones iniciales	162
16.2.2 Una fuente de virtudes	162
16.3 A propósito de los contenidos	163
17. Géneros y tipos de juegos	165
17.1 ¿Qué secretos esconden?	167
17.2 Los juegos: una propuesta de clasificación	167
17.2.1 Juegos de lucha	168
17.2.2 Beat´em up (golpéalos a todos) o juegos de combate	169
17.2.3 Shoot´em up (dispáralos a todos) o juegos de disparo	170
17.2.4 Plataforma	171
17.2.5 Simuladores	172
17.2.6 Juegos de deporte	173
17.2.7 Estrategia	173
17.2.8 Juegos de sociedad	174
17.2.9 Ludo-educativo (edutainment)	174
17.2.10 Porno-erótico	175

18. ¿Quiénes juegan y por qué les gusta?	177
18.1 Las niñas también juegan	179
18.2 ¿Y los adultos?	179
18.3 El tiempo, factor de controversia	181
18.4 ¿Qué los hace atractivos?	181
19. ¿Qué imaginario? ¿Para qué mundo?	
183	
19.1 Una justificación imposible	185
19.2 Violencia y agresividad	188
19.3 Pautas de análisis	189
19.4 Una cierta visión del mundo	190
20. Factores subyacentes	193
20.1 Transmisión de valores	195
20.2 El sexismo de los videojuegos	198
20.3 La cuestión del asilamiento	199
20.4 La regulación de los contenidos	
Conclusiones	
21. Nuevas tecnologías y cambio social	207
22. Entre el negocio y la diversión	213
Referencias bibliográficas	217
Bibliografía básica sobre el tema	221
Para ampliar	223

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

El libro se divide en tres partes. En la primera desarrolla un marco histórico del fenómeno del videojuego en el mundo, poniendo énfasis en las empresas que los han comercializado, teniendo como tesis la asociación entre la televisión y la informática. En este sentido es una presentación del fenómeno desde lo macro social, desde la Economía, desde el proveedor de la tecnología dura y blanda. La segunda parte es un ensayo de interpretación del fenómeno desde una perspectiva que combina elementos de Sociología, Antropología, Psicología social y Semiótica, todos ellos integrados en una visión mediológica donde la industria y la cultura tejen una nueva red de composición y organización social. Aquí el referente es la organización del fenómeno como vida socio-cultural, que trama un horizonte nuevo de producción industrial en general y del entretenimiento en particular. La tercera parte es una descripción del fenómeno desde la situación misma del juego, el jugador y sus marcos sociales de realización, es la parte más cercana al fenómeno como vida cotidiana, la más antropológica, la más sociológica. El texto termina con una reflexión sobre el mundo contemporáneo y el mundo por venir.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Para el discurso mediológico las tres partes que componen la obra tienen elementos de interés. La primera, la histórica es la menos interesante, pero es un contexto necesario. La segunda es muy interesante, es la parte central de la obra, la apuesta por el cambio que implica el videojuego para lo que hasta hoy seguimos entendiendo por medios de difusión masiva, desde un punto de vista industrial y cultural. La tercera es la vida social del videojuego, y le faltó desarrollo. La segunda parte es la más importante del texto.

## **TERCERA PARTE: COMENTARIO**

### **5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.**

El autor mismo hace una buena defensa de la importancia del libro tanto para el mundo académico de la comunicación, como para el mundo en general. Hay fenómenos que son subvalorados por prejuicios impertinentes a una mirada crítica y atenta, antes fueron los comics o las telenovelas, hoy son los videojuegos. Al ser descalificados como entretenimiento superficial no se alcanza a visualizar lo que implican como cambio en una gama múltiple de reconfiguración del mundo. En este texto queda claro que los videojuegos no son un asunto menor, permiten entender el desarrollo de una nueva cultura y una nueva forma industrial, son un anuncio de la vida contemporánea, de la vida por venir, y de la vida puede y no puede ser para todos. Por otra parte es un libro que abre el espacio conceptual, inaugura una línea de investigación, eso sería suficiente para garantizarle un lugar en agenda programática de la investigación de la comunicación.

### **6. Importancia social (fama, presencia en el campo).**

El libro tiene ya cinco años, es tiempo de que se sienta su presencia en el campo, pero no es así. El tema todavía no aparece en la agenda de lo importante. Una señal más de la calidad de la mirada analítica del campo académico de la comunicación y de su capacidad de percepción del mundo contemporáneo.

### **7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.**

Diego Levis es investigador en comunicación social en el Gabinete de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona, es licenciado en estudios cinematográficos y audiovisuales por la Universidad de París VIII. Colaborador de la revista Telos, su tesis doctoral se centró en los aspectos socioeconómicos y culturales derivados de la realidad virtual. Esta es su obra principal hasta la fecha, la que ha tenido mayor difusión. Miembro de la generación de los nacidos en los años cincuenta.