

LUDOMORFOSIS
UNA REFLEXIÓN SOBRE LA DIMENSIÓN LÚDICA DE LOS VIDEOJUEGOS

Gastón Tourn
Universidad de Buenos Aires (Argentina)

El juego se erige en los bordes del aburrimiento:
puede matar el tiempo pero es incapaz de abolir la nada.

McKenzie Wark

Lara Croft, la protagonista del videojuego *Tomb Raider*, un día, dejó de ser una serie de algoritmos digitales para convertirse en la actriz Angelina Jolie. La metamorfosis estuvo lejos de ser un fracaso: hasta el 2010, fue la película basada en la adaptación de un entretenimiento electrónico que obtuvo mayor recaudación (1). Inversamente, hace algunos años Harrison Ford, protagonista del film *Indiana Jones*, se transformó en un código de unos y ceros para la consola *Atari*.

Estos casos emblemáticos son solo algunos ejemplos que dan cuenta de la fluidez presente entre ambas industrias culturales. Los estudios académicos corroboran esta reciprocidad al hacer hincapié en que los pasatiempos digitales se encuentran en el cruce entre la lógica lúdica y la del cine y la TV. Lafrance, incluso, afirma que “en su calidad de dispositivo electrónico y de vector de la industria del espectáculo, los videojuegos están más relacionados con la producción y difusión audiovisual que con la industria del juguete mecánico o el campo del ocio” (1995: 126).

Sin ignorar esta vinculación estrecha entre los entretenimientos virtuales y las tecnologías de la imagen, en este artículo plantearemos, sin embargo, que solo puede lograrse una comprensión cabal de los primeros si se presta atención a su dimensión lúdica. De este modo, sostenemos que si las investigaciones hasta el momento se han detenido profusamente sobre el prefijo “video-”, resulta igualmente insoslayable tener en cuenta que se trata de “-juegos”. No ignoramos la mediación tecnológica; por el contrario, sugerimos que el análisis detenido de los placeres ligados al ocio que convoca esta práctica puede llevar a nuevas indagaciones sobre el componente propiamente electrónico. Asimismo, plantearemos que resulta imprescindible tener en cuenta tanto las rupturas como las continuidades entre los espacios de ocio “tradicionales” (Glanzer, 2000) y los videojuegos. Será justamente este análisis integrador el que nos permitirá establecer un modelo para pensar la evolución de la dimensión lúdica en el entramado cultural.

1. El medio y el mensaje

Las representaciones sociales del juego se han asociado generalmente a la diversión y el entretenimiento. Huizinga define la actividad lúdica como

... una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de “ser de otro modo” que en la vida corriente (1938: 49).

Si el juego suele relacionarse a características positivas vinculadas a la satisfacción y al regocijo, los videojuegos, por el contrario, no han tenido la misma suerte. En los discursos educativos, políticos y mediáticos, los entretenimientos digitales suelen aparecer ligados a conductas adictivas, además de que se argumenta que propician el aislamiento y la naturalización de pautas violentas, sexistas y racistas (2). Las investigaciones específicas sobre este tema (Balaguer, 2002; Creasey y Myers, 1986; Estallo Martí, 1992; Levis, 2002, entre tantos otros) subrayan, sin embargo, que no se ha podido establecer una vinculación sólida entre estos rasgos negativos y la práctica video-lúdica. La mayor parte de los autores destacan que hasta el momento se han pensado los pasatiempos electrónicos como un terreno de descalificaciones más que de oportunidades. Sostenemos, en este sentido, que si bien el dispositivo condiciona determinados usos y hábitos, el empleo efectivo que se haga de ellos depende principalmente de los vínculos que se establezcan en torno a la plataforma. Hacer hincapié en esta mediación no supone adscribir a un enfoque acrítico que subestime la importancia de los videojuegos en el desarrollo afectivo y cognitivo de sus usuarios. Sin embargo, vincular *a priori* los esparcimientos digitales con el desarrollo de ciertos comportamientos implica caer en una variante del determinismo tecnológico. Frente a la premisa McLuhaniana que asevera que *el medio es el mensaje*, las indagaciones teóricas y los estudios empíricos recientes dan cuenta de que es tan importante el dispositivo como los contenidos y las relaciones que se constituyen en torno al mismo.

De este modo, resulta imprescindible investigar los videojuegos en sus múltiples dimensiones con el fin de no limitarse a un reduccionismo que intente explicar el todo desde solo una parte (la mediatización electrónica). Boczkowski subraya que

... los cambios culturales y materiales no se realizan en un vacío histórico, sino que reciben la influencia del legado de procesos que los precedieron. [...]. Por lo tanto, el analista no solo debe observar las transformaciones continuas del aparato que está estudiando, sino también la dinámica relacionada que tuvo lugar antes de que surgiera ese aparato (y en algunos casos mucho tiempo antes) (2006: 28).

Siguiendo esta consideración teórica y metodológica, sostenemos que los entretenimientos digitales ponen en escena una dimensión lúdica previa que es redigerida y refuncionalizada en el nuevo contexto de juego. Si hasta el momento las indagaciones han hecho mayor hincapié en las rupturas que se producen entre los pasatiempos “tradicionales” y los electrónicos, un examen cabal supone también prestarle atención a las continuidades entre unos y otros. Insistimos en que este tipo de investigación no descarta el estudio del dispositivo, sino que busca situarlo en los procesos sociales, psicológicos y motivacionales en los cuales se inserta. De este modo, el análisis busca “identificar procesos de formación mutua de la sociedad y la

tecnología más que explicar la formación social de la tecnología y el desarrollo técnico de la sociedad” (Bijker y Bijsterveld, 2000: 485-486). En síntesis, las reflexiones sobre los videojuegos pueden enriquecerse si se estudia en detalle las diversas dimensiones interrelacionadas que convergen en este fenómeno.

2. De la *mediamorfosis* a la *ludomorfosis*

Focalizándonos en la dimensión lúdica, resaltamos que los entretenimientos electrónicos introducen determinadas rupturas con los pasatiempos tradicionales, pero también despliegan ciertas continuidades. En este sentido, sugerimos tentativamente que en el campo general del juego se produce un proceso de *ludomorfosis* que se asemeja al concepto de *mediamorfosis* que desarrolló Fidler para explicar la historia de los medios de comunicación.

A diferencia de los modelos que conciben la aparición de nuevos dispositivos desde una perspectiva lineal, la *mediamorfosis* intenta comprender la evolución holística del ecosistema mediático. En vez de pensar que el surgimiento de un nuevo medio reemplaza las formas comunicacionales previas, Fidler hace hincapié en que los distintos sistemas coevolucionan y coexisten. De este modo, la invención sucesiva de la radio, la TV o Internet no supuso que los dispositivos anteriores fueran reemplazados, sino que cada nuevo medio emergió a partir de aparatos del pasado. Estos últimos, lejos de desaparecer, reconvirtieron sus funciones y contenidos con el fin de sobrevivir. La historia da cuenta de que efectivamente el proceso de evolución mediático sigue estos patrones. Con la aparición de la TV, por ejemplo, se comenzó a augurar que la radio iba a dejar de existir. Sin embargo, lo que efectivamente ocurrió estuvo lejos de esta profecía: las ondas hertzianas lograron transformarse y empezaron a especializarse en públicos específicos, a partir del desarrollo de las emisoras FM en las décadas del cincuenta y del sesenta (3). Esta reconversión permitió que la radio tuviera picos de audiencia inéditos hasta el momento. Fidler sintetiza que

... la mediamorfosis no es tanto una teoría como un modo de pensar acerca de la evolución tecnológica de los medios de comunicación como un todo. Se trata de un modo de ver a todas las formas de comunicación (y los medios) como integrantes de un sistema interdependiente, y advertir las similitudes y relaciones que existen entre las formas del pasado, del presente y las emergentes. Si miramos al sistema de medios de comunicación como un todo, veremos que los nuevos medios no surgen por generación espontánea ni independientemente. Aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos. Y cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose (1988: 57).

Sostenemos que un proceso similar podría llegar a ocurrir en el campo del juego. En este sentido, los pasatiempos electrónicos no reemplazarían a los “tradicionales”, sino que estos últimos se transformarían y adaptarían al nuevo ecosistema lúdico. De este modo, el movimiento es doble. Por un lado, los esparcimientos digitales nacen a partir de estructuras y sistemas de juego que los anteceden. Por el otro, los modos de ocio “tradicionales” no desaparecen, sino que se reconvierten y coexisten con las prácticas video-lúdicas. En esta

línea, Wark afirma que “las formas de juego evolucionan en una manera casi-darwiniana, no muy diferente al modo en que lo hacen los organismos. Los diseñadores de juegos generan nuevas formas a partir de las formas existentes” (2007: 214).

Esquematizando, podemos establecer cuatro principios fundamentales de la *ludomorfosis* (4):

1. *Coevolución y coexistencia*: Todas las formas de juego coexisten y coevolucionan. La aparición de los entretenimientos electrónicos no supone el reemplazo lineal de los espacios de ocio “tradicionales”, sino que estos últimos se reconvierten y refuncionalizan.
2. *Metamorfosis*: Los nuevos juegos no aparecen espontáneamente; emergen gradualmente de la metamorfosis de entretenimientos más antiguos. Cuando surgen nuevas formas, los pasatiempos anteriores tienden a adaptarse y continúan evolucionando en vez de morir.
3. *Propagación*: Los videojuegos propagan los rasgos dominantes de los objetos lúdicos “tradicionales”.
4. *Multidimensionalidad*: Los nuevos esparcimientos no se adoptan ampliamente solo en mérito a la tecnología. Las formas dominantes de entretenimiento responden a factores culturales, sociales, económicos, políticos, etcétera. En las prácticas video-lúdicas se interrelacionan todas estas dimensiones.

Estos principios son tan solo una manera simplificada de comprender cómo funciona la *ludomorfosis*. En líneas generales, este modo de pensar la evolución lúdica tiende a concebir procesos dinámicos allí donde se suelen percibir sustituciones lineales.

3. Fragmentos de un discurso lúdico

El modelo propuesto de la *ludomorfosis* es tentativo y provisional. Diversas investigaciones específicas podrán puntualizar cuáles casos de la historia de los juegos se adaptan a los patrones delineados y cuáles excepciones notables se encuentran por fuera de los principios esbozados. Resulta imprescindible aclarar, sin embargo, que no intentamos establecer un molde rígido e inmodificable, sino que buscamos proponer un modo dinámico y flexible de entender la evolución de la dimensión lúdica en el entramado cultural.

Asimismo, esta visión integradora y holística puede tener diversas aplicaciones y utilidades. Si se tienen en cuenta los procesos generales de la historia de los juegos, se pueden poner en cuestión, por ejemplo, algunos mitos que se constituyen en torno a los entretenimientos electrónicos. Exponemos aquí cuatro ideas relativamente extendidas con el fin de examinarlas en detalle:

1) *Mientras los juegos tradicionales implican la participación del cuerpo, en los videojuegos la experiencia lúdica es virtual.*

Esta ausencia de la interacción física suele destacarse como una crítica al conjunto de los medios audiovisuales. Sin embargo, en el caso específico de los videojuegos, la participación corporal es una parte central de los entretenimientos electrónicos recientes. La consola *Wii* de *Nintendo* (lanzada al mercado en 2006) incorpora, por ejemplo, un control inalámbrico basado en los movimientos del jugador. La *PlayStation 3* también posee un sistema de mando a través

de sensores físicos que se denomina *PlayStation Move*. *Microsoft* desarrolló en 2010 un controlador llamado *Kinect* para su consola *Xbox 360* que —mediante una interfaz natural de usuario— reconoce gestos, comandos de voz, objetos e imágenes. De este modo, se puede percibir como el desarrollo actual de las plataformas video-lúdicas se focaliza crecientemente en la búsqueda de la incorporación del cuerpo en las experiencias de juego.

Asimismo, no todos los entretenimientos “tradicionales” se basan en la participación física. En gran parte de los juegos de carta o de mesa, por ejemplo, lo corporal aparece relegado frente a lo intelectual. De este modo, la intervención de los movimientos en la dinámica de ocio depende no tanto de si se trata (o no) de un pasatiempo digital, sino más bien de la estructura textual que proponga el esparcimiento específico.

Asimismo, podríamos plantear que todo videojuego —por virtual que sea— implica la interacción física de sus usuarios en tanto ninguna lectura de un texto mediático puede deslindar lo cerebral de lo fisiológico. Littau enfatiza que la crítica sobre la ausencia del cuerpo en los dispositivos electrónicos

... proviene de una actitud mentalista que ha adoptado con excesiva rapidez la inclinación cartesiana por privilegiar la conciencia por encima de la materia. No se tiene en cuenta así que los usuarios experimentan sin duda sensaciones corporales cuando se enfrentan con la tecnología de las computadoras. [...] cada lágrima, cada sobresalto, cada gemido o sensación de vacío en el estómago, son indicios de la medida en que “brega todo el cuerpo” (2008: 99-104).

En síntesis, ni los videojuegos son puramente virtuales, ni todos los pasatiempos “tradicionales” incorporan la participación física: en ambos se establece una dinámica lúdica que puede enfatizar o atenuar la intervención del cuerpo, pero este último nunca está ausente.

2) El juego es socializador; el entretenimiento electrónico, por el contrario, lleva al aislamiento y la reclusión.

La mayor parte de los pasatiempos digitales se inscriben en plataformas multijugadores. Las tres consolas más importantes en la actualidad (*Xbox 360*, *PlayStation 3* y *Wii*) facilitan la interacción lúdica entre varias personas. Asimismo, uno de los entretenimientos más populares de la PC son los “juegos en red” que se basan en la participación de múltiples usuarios. Cabello (2008) analizó en un estudio de campo las relaciones que se construyen en los ciberlocutorios a partir de la utilización de videojuegos. Concluyó que los esparcimientos digitales, lejos de fomentar el aislamiento y la reclusión, llevan a la constitución de equipos y comunidades. Levis plantea que

... esta tendencia, además de jugar, a acercarse al otro, sea exclusivamente a través de la pantalla o también personalmente, favorece la posibilidad de conocer gente y hacer amistades y descolora las acusaciones acerca del aislamiento social al cual conducirían los videojuegos. De hecho la creciente popularidad del juego en red ha dado lugar a la aparición de nuevos lugares de encuentro físico (*op. cit.*: 184).

En una indagación previa (Tourn, 2011), analizamos también los tipos de vinculaciones que se constituyen en otro tipo de entretenimientos de la PC: los *social games* (5). Allí sugerimos tentativamente que el rasgo más peculiar de estos objetos lúdicos es que se construyen como aplicaciones que permiten conocer nuevas personas y mantener el contacto con “amigos”. Señalamos también que la dimensión interactiva se mostraba exacerbada, por lo que jugar — en estas plataformas— parecía ser una excusa para socializar.

En este sentido, los entretenimientos electrónicos no llevan por sí mismos al encierro y la incomunicación. La pregunta, en todo caso, debería focalizarse en qué tipos de relaciones sociales promueve cada (video)juego específico.

Inversamente, no todos los espacios de ocio “tradicionales” son gregarios: varios prescriben la participación de un solo jugador. El ejemplo más evidente tal vez sea el “solitario”, un pasatiempo cuyo objetivo es lograr apilar todas las cartas por pinta (diamantes, corazones, picas, tréboles) y por orden numérico.

Una vez más, ni los juegos “clásicos” son socializadores, ni los entretenimientos electrónicos llevan a la reclusión y el aislamiento. La mediatización en sí misma no implica una modalidad lúdica específica. Lo decisivo está, por el contrario, en las posibilidades de participación de dos (o más) personas que facilita u obstaculiza la dinámica de cada esparcimiento.

3) Los juegos son una parte imprescindible del crecimiento sano de toda persona. Promueven la amistad y la colaboración mutua. Los videojuegos, en cambio, son violentos y competitivos.

La colaboración y la competencia no son características que dependan de la presencia o ausencia de una pantalla electrónica.

Diversos estudios han señalado que los videojuegos brindan para los adolescentes una nueva manera de compartir con sus pares (ver, por ejemplo, Cabello, *op. cit.*: 39). A su vez, algunas ONG han desarrollado entretenimientos electrónicos que buscan promover valores solidarios. Asimismo, UNICEF cuenta con varias alternativas de pasatiempos que intentan favorecer el crecimiento sano de las personas. Un caso interesante es *Ungefanyaje?* que prepara a los jóvenes a evitar el contagio por VIH. Este videojuego, cuyo nombre significa “¿qué harías?” en swahili, construye una serie de situaciones y de escenarios lúdicos que llevan a enfatizar la importancia de la prevención de esta enfermedad de transmisión sexual (6).

En cuanto a los espacios de ocio “tradicionales”, abundan los ejemplos en los cuales predominan la violencia y la estimulación de la competencia destructiva. La riña de gallos, los juegos de fuerza y ciertos esparcimientos de mesa constituyen tal vez las referencias más evidentes.

En síntesis, sostenemos que la agresividad y la belicosidad no son características *sine qua non* de las prácticas video-lúdicas, sino que la transmisión de ciertos valores deriva de la estructura que posibilite cada juego concreto.

4) Los juegos se practican libremente. Los videojuegos, por el contrario, generan adicción.

Una vez más, ni todos los entretenimientos se practican libremente ni todos los pasatiempos electrónicos generan adicción. La ruleta, el *blackjack* y otros juegos de azar han sido asociados a conductas patológicas y no presentan ningún tipo de mediatización digital. Tras un estudio comparativo, Estallo Martí niega que puedan encontrarse en la mayor parte de los videojugadores características que presenten los adictos a entretenimientos “tradicionales” (tales como el optimismo irracional, el pensamiento mágico, los sentimientos de culpa, la autocompasión y el síndrome de abstinencia). Destaca que

... el único factor común entre ludópatas y jugadores de videojuegos es la tendencia a la extroversión; sin embargo, este es un rasgo demasiado general, puesto que lo comparten, y es deseable, entre numerosos colectivos (1997).

En síntesis, la presencia de una plataforma electrónica no provoca por sí misma la aparición de comportamientos adictivos.

Las cuatro ideas esbozadas son solo algunos ejemplos de cómo puede aplicarse el modo de pensar de la *ludomorfosis* para poner en cuestión algunos mitos que se constituyen en torno a los entretenimientos electrónicos. De esta manera, evitamos asignar características *a priori* a los pasatiempos —“tradicionales” o mediatizados— para intentar comprenderlos en los procesos más amplios en los cuales se insertan. En este sentido, sostenemos que esta visión integradora y holística de la historia de los juegos puede permitirnos una comprensión más cabal de la evolución de la dimensión lúdica en el entramado cultural.

4. ¿Game over?

La combinación de la cultura popular y la tecnología sofisticada es una de las características más fascinantes del fenómeno de los videojuegos. Las computadoras fueron inventadas como máquinas repetitivas que deberían encargarse de lidiar con las tareas que ningún humano tuviera la paciencia, o la perseverancia, de hacer. [...] Ahora nuestros robots repetitivos, los que fueron diseñados para llevar a cabo todos los trabajos aburridos, se convirtieron en el instrumento de extravagancias libidinales desprovistas de cualquier componente productivo socialmente. Los videojuegos son computadoras castradas en su utilidad, liberadas del mandato de funcionalidad. La idea resulta en sí misma embriagadora.

Charles Bernstein

Iniciamos este artículo planteando que, si bien los videojuegos forman parte de las industrias audiovisuales, sus sentidos no se agotan en esta vinculación estrecha que establecen con las tecnologías de la imagen. De este modo, sostuvimos que solo puede lograrse un conocimiento íntegro de los entretenimientos electrónicos si también se presta atención a su aspecto lúdico. Con el fin de comprender la evolución de esta dimensión en el entramado cultural, sugerimos tentativamente que en el campo general del juego se produce un proceso que denominamos *ludomorfosis*. Este modo de pensar la historia de los pasatiempos tiende a percibir procesos

dinámicos allí donde se suelen ver sustituciones lineales. Utilizando esta visión integradora y holística, pusimos en cuestión algunos mitos que se constituyen en torno a los videojuegos.

Todas las críticas que hicimos a estos fragmentos del “sentido común lúdico” (7) podrían condensarse en una frase: los entretenimientos electrónicos no son negativos *per se*, sino que sus implicancias dependen de la dinámica que facilite cada esparcimiento específico. De forma análoga, esbozamos que los espacios de ocio “tradicionales” no son intrínsecamente positivos, sino que sus efectos se derivan de las estructuras de juego que propongan.

Si la mediatización no supone en sí misma un rasgo pernicioso, lo que sí constituye una característica decisiva son los contenidos y relaciones que se establezcan en cada plataforma concreta. Es llamativo, entonces, que haya una relativa ausencia de políticas públicas orientadas a fomentar el desarrollo de videojuegos que propicien sentidos alternativos a los que establece el sector privado. En un estudio empírico reciente, Morduchowicz estableció que alrededor del 20 % de los adolescentes argentinos de entre 11 y 17 años tienen consolas en sus viviendas (2008: 44). Asimismo, el 70 % de los jóvenes que viven en hogares de mayores recursos y el 85 % de sectores carenciados usan la PC para jugar (*ibidem*: 47). Resulta imprescindible, por lo tanto, construir lógicas lúdicas en los pasatiempos digitales que se encuentren por fuera de los intereses imperantes.

Notas

(1) El film *Lara Croft: Tomb Raider*, estrenado el 15 de junio de 2001, contó con un presupuesto de 115 millones de dólares; la recaudación, por su parte, fue de \$274.703.340 (ver <http://www.imdb.com/title/tt0146316/>). Recién en 2010, *El príncipe de Persia: las arenas del tiempo* ocupó el primer lugar en este género de películas tras haber obtenido \$335.154.643 (ver <http://www.imdb.com/title/tt0473075/>).

(2) A mero título ilustrativo, pueden consultarse los siguientes artículos recientes de la prensa argentina: “La Corte de California autorizó la venta de videojuegos violentos a niños” (*Clarín*, 27/06/2011), “La adicción a la tecnología preocupa a los adolescentes” (*Clarín*, 18/05/2011), “Quieren prohibir un videojuego sobre narcos en Ciudad Juárez” (*Clarín*, 21/02/2011), “El juego del terror” (*Página/12*, 18/04/2010), “Videojuegos escuálidos” (*Página/12*, 4/03/2010), “Unidos contra los juegos violentos” (*Página/12*, 17/01/2007), “Una libertad que cubre los videojuegos violentos” (*La Nación*, 3/07/2011), “Niños hipnotizados por la pantalla” (*La Nación*, 14/05/2011), “El tiempo frente a la pantalla y las relaciones familiares” (*La Nación*, 2/03/2010).

(3) Para un estudio minucioso de este proceso de transformación de la radio a partir de la expansión de la TV, ver Flichy, 1993.

(4) Estos principios se corresponden con algunos de los que Fidler desarrolla para explicar la *mediamorfosis*. Descartamos aquí, sin embargo, los puntos que hacen referencia a la “supervivencia” y la “adopción postergada” en tanto consideramos que sólo resultan pertinentes para el campo mediático. Cfr. Fidler, *op. cit.*: 66-67.

(5) Los *social games* son los videojuegos que se establecen en plataformas sociales como *Facebook*. O’Neill plantea que estos pasatiempos “son una actividad estructurada que tiene reglas contextuales a través de las cuales los usuarios se involucran unos con otros. Los *social games* deben ser para multijugadores y tienen una o más de las siguientes características: están basados en el cambio de turnos, se incorporan a redes sociales para proporcionarles a los usuarios una identidad y se juegan al pasar” (2008).

(6) Para más información sobre el videojuego *Ungefanyaje?*, ver <http://www.comminit.com/?q=hiv-aids/node/135000>

(7) Parafraseamos aquí el concepto de “sentido común académico” de Bourdieu y Wacquant, 2008: 343.

Bibliografía

- Balaguer, R. (2002), "Videojuegos, Internet, infancia y adolescencia del nuevo milenio", *Revista KAIROS*, N.º 10, Buenos Aires.
- Bijker, W. y Bijsterveld, K. (2000), "Women walking through plans: technology, democracy and gender identity", *Technology & Culture*, vol. 41, N.º 3, The Johns Hopkins University Press, pp. 485-515.
- Boczkowski, P. (2006), "Medios emergentes", en *Digitalizar las noticias*, Buenos Aires, Manantial.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2008), *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Cabello, R. (2008), *Las redes del juego*, Buenos Aires, UNGS y Prometeo.
- Creasey, G. y Myers, B. (1986), "Video games and children: effects on leisure activities, schoolwork and peer involvement", *Merrill-Palmer Quarterly*, N.º 32, Arizona, pp. 251-262.
- Estallo Martí, J. (1992), "Videojuegos: efectos psicológicos", *Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil*, N.º 2, pp. 106-116 [en línea]. Dirección URL: <<http://www.geocities.com/HotSprings/6416/revision.htm>>.
- (1997), *Psicopatología y videojuegos*, Barcelona [en línea]. Dirección URL: <<http://www.ub.edu/personal/videoju.htm>>.
- Fidler, R. (1988), *Mediamorfosis*, Buenos Aires, Granica.
- Flichy, P. (1993), *Una historia de la comunicación moderna*, México, Gustavo Gili.
- Glanzer, M. (2000), *El juego en la niñez. Un estudio de la cultura lúdica infantil*, Buenos Aires, Aique.
- Huizinga, J. (1938), *Homo Ludens*, Buenos Aires, Emecé.
- Lafrance, J. P. (1995), "La epidemia de los videojuegos. Epopeya de una industria", *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, N.º 42, Madrid, Fundesco.
- Levis, D. (2002), "Videojuegos: cambios y permanencias", *Revista Comunicación y Pedagogía*, N.º 184, Barcelona.
- Littau, K. (2008), *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*, Buenos Aires, Manantial.
- Morduchowicz, R. (2008), *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*, Buenos Aires, Paidós.
- O'Neill, N. (2008), "What Exactly are Social Games?", *Revista Social Times* [en línea]. Dirección URL: <<http://www.socialtimes.com/2008/07/social-games>>.
- Tourn, G. (2011), "Del face to face al face to Facebook. La dimensión interactiva de los social games", ponencia presentada en el IX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, Viedma.
- Wark, M. (2007), *Gamer theory*, Cambridge, Harvard University Press.