

Work in progress.

ARROG: una forma de repensar y comunicar la muerte.

Arrog: A Way To Rethink And Communicate
Death

**Gabriel Alayza Moncloa y
Mateo Alayza Moncloa**

gabrielalayza@gmail.com
mateoalayza@gmail.com

Palabras clave

Ilustración, Dirección De
Arte, Videojuego, Álbum
Ilustrado, Muerte, Metáfora,
Poética, Secuencia Narrativa,
Comunicación, Mercado,
Revolución Digital, Cultura Líquida,
Cultura de la Transparencia

Key words

Narrative, Communication,
Market, Digital Revolution, Liquid
Culture, Culture Of Transparency

El cambio de paradigma de la revolución digital ha traído consigo la transformación de las viejas herramientas de la comunicación. Sus límites tanto técnicos como discursivos se han ampliado y con esto su capacidad discursiva a crecido. Arrog, es un videojuego peruano desarrollado por Hermanos Magia y Leap Game Studio, que busca, desde una nueva mirada a la muerte y aprovechando el espacio de libertad discursiva que otorgan los videojuegos independientes, contrastar este concepto con nuestra contemporaneidad y el fenómeno de su transparencia.

The digital revolution has sparked a paradigm shift that has transformed the old tools of communication. Both the technical and discursive limits of these tools have increased and with this their reflective capacity has grown. Arrog is a Peruvian video game developed by Hermanos Magia and Leap Game Studio. By looking at death from a new perspective and taking advantage of the creative freedom that independent video games provide, it seeks to contrast the concept of death with our own modernity and the phenomena of its transparency.

Full text available online:

<http://www.polipapers.upves/index.php/EME/>

<https://doi.org/10.4995/eme.2020.13228>



Introducción: Arrog y el cambio de paradigma

Se nos encomendó pensar en torno a la comunicación de hoy y elegimos pensar y escribir en torno al libro álbum y al videojuego, no solo por estar cercanos en nuestra práctica creativa, (dirigimos Hermanos Magia, un estudio de ilustración, videojuego y diseño, con sede en Lima, Perú, desde hace algunos años) sino también, porque entendemos a ambos medios como espacios expresivos que se han visto transformados y aumentados en espacios comunes de hibridación y sinergia en la contemporaneidad.

Dicho esto, teniendo claro este panorama, observaremos el caso de un proyecto en particular, sus contenidos y las posibilidades comunicacionales que descubrimos, los cuales se habilitan gracias al cruce de estas dos disciplinas creativas y el aporte técnico de otras.

Nos interesa hablar de un caso concreto perteneciente al mundo del videojuego independiente: Arrog. Se trata de un videojuego que Hermanos Magia ha realizado junto con Leap Game Studios, cuya aproximación central toca el tema de la muerte como fenómeno de contenido. En él se optó por una narrativa de corte poético que se aproximara a los temas fundamentales desde la metáfora y un sistema de jugabilidad que apela a la exploración combinando *puzzle* con *point and click*.

En este proyecto se ha buscado incorporar elementos propios del libro álbum en la estructura narrativa para que las herramientas de ese medio permitan que el contenido, potencialmente denso sobre la muerte, pueda tener la capacidad

comunicativa que se buscaba, fuera de los prejuicios que se le puede adjudicar al tema y ampliándolo en un mundo que parece que busca sistemáticamente controlarla o sublimarla y cuando no puede, negarla del todo como hecho concreto.

A través de este artículo se explorarán condiciones que afectan al desarrollo independiente, tanto del libro álbum como del videojuego, observando este proyecto y sus problemáticas en el contexto latinoamericano, y más específicamente en Perú como un ejemplo.

Siguiendo esta perspectiva, nuestra intención de este artículo es encontrar puntos comunes que señalan la riqueza expansiva de la que pueden gozar medios cuyas influencias atraviesan este caso. Ahora bien, para poder incidir en el tema nos resulta relevante enunciar lo que entendemos como el contexto muy propio de nuestro tiempo para la creación de este proyecto.

La revolución digital y de las comunicaciones se anunció como la palanca tecnológica que traería consigo un cambio de paradigma general, prometido ante los hechos del decadente siglo XX. Este era la llegada de un mundo que, de forma consensual, se promovió como mejor.

Tal vez sea momento de entender que toda revolución técnica no trae consigo una mejora necesariamente sino más bien la solución a ciertas urgencias, y también un conjunto de nuevos escenarios, oportunidades, así como nuevas problemáticas. Un cambio general supone entonces tanto retrocesos como progresos. En todo caso, podemos reconocer que, como dice Michel Foucault, «las revoluciones son esa especie de fenómeno casi

natural, en fin, a medias natural y a medias histórico, que precipita a los Estados en un ciclo que, luego de haberlos llevado a la luz y la plenitud, los hace desaparecer y borrarse.» (Foucault)

Quizás la revolución digital, como tal, se ha ralentizado. Hoy por hoy, su veloz y prometedor marcha técnica ha dado paso a ese segundo proceso histórico: el de la naturalización de la experiencia misma de la revolución. Un hecho que, en este caso, se manifiesta como una mercantilización generalizada.

Se ha pasado rápidamente de soñar con un mundo mejor, más democrático e intercomunicado, a poco a poco, asumir el mundo en el cual nos encontramos realmente: uno donde todo el avance técnico ha sido puesto al servicio de un mercado salvaje, que busca sobre todo encontrar la manera más rápida de obtener beneficios y así como mayor control bajo la apariencia de un mundo mejor, más surtido, cómodo y práctico.

Este desarrollo ha capturado a su paso cuanta manifestación cultural se ha cruzado, para convertirla primero en una marca y finalmente en un producto. Este proceso deviene en una desactivación de estas manifestaciones y sus verdaderas posibilidades expresivas. Como afirma Zygmunt Bauman en *Cultura líquida*: «La cultura se asemeja hoy a una sección más de la gigantesca tienda de departamentos en que se ha transformado el mundo, con productos que se ofrecen a personas que han sido convertidas en clientes.» (Bauman, 2013).

De este modo las múltiples voces contenidas en estas manifestaciones culturales son raptadas por un mercado que, dinamizado por las herramientas de la revolución digital y de las comunicaciones, convierte incluso a la crítica en otro *comodity* más, dentro del *stock* del mercado. Marchitando así, un espacio de expresión más libre y reflexivo.

En ese sentido, es posible afirmar que la esfera de las comunicaciones y los espacios expresivos vive hoy una situación dicotómica. El mercado las necesita a su servicio, tanto como herramienta técnica como gestora de contenidos, son el vehículo del mercado para ofertar sus productos. A la vez, estas están impregnadas de un carácter cada vez más hegemónico y monótono. Lo que deriva en un nuevo perfil de ciudadano, donde «la cultura de la modernidad líquida ya no tiene un “populacho” que ilustrar y ennoblecer, sino clientes que seducir.» (Bauman, 2013).

Esta dirección unívoca en la voz de las comunicaciones y sus herramientas, construye un *rol* teñido de un carácter publicitario, al tiempo que las ubica frente a una necesidad constante de redefinición y replanteo de sus formas más superficiales. Es en ese

sentido que, volver a pensar estas formas, cada vez más naturalizadas y peligrosas, las que el mercado utiliza para entender, manipular y comunicar contenidos, se hace relevante. Es solo esta mirada la que permite que el creador o crítico piensen más allá de las fronteras que le son impuestas. Lo cierto es que esta revolución deja a su paso la tarea de redefinir modos, herramientas, formas y conceptos que, hasta hace muy pocos años, parecían inamovibles.

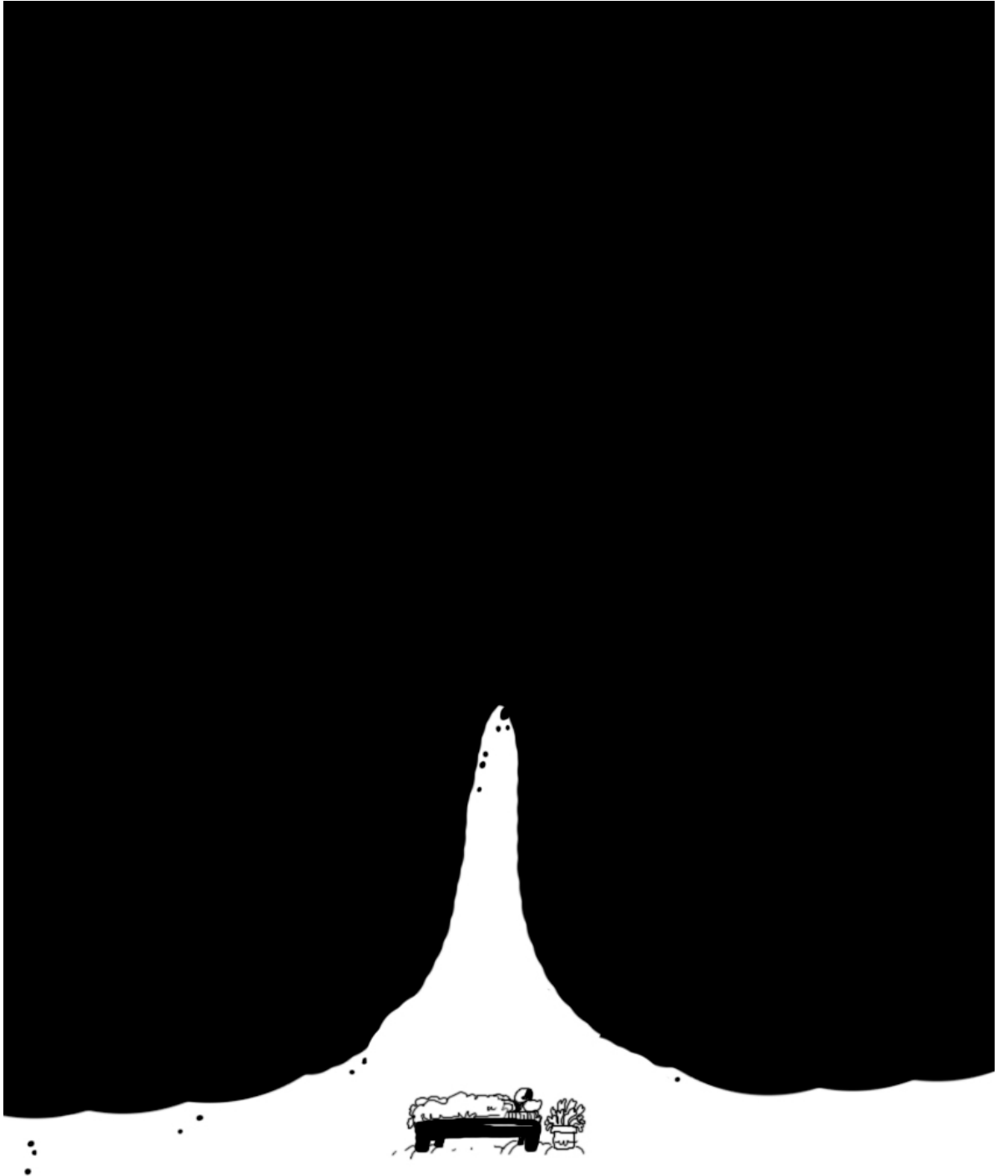
Si todo ha sido tocado por la revolución digital y el mercantilismo de un neoliberalismo avasallador, es preciso considerar las palabras de Bauman: «El suministro perpetuo de ofertas siempre nuevas es imperativo para incrementar la renovación de mercancías, acortando los intervalos entre la adquisición y el desecho a fin de reemplazarla por bienes “nuevos y mejores”.» (Bauman, 2013). Es así que, las expresiones culturales sujetas al mercado, luchan constantemente en contra de ser reemplazadas. Un proceso que no supone que orgánicamente haya existido un cambio de sentido sobre ellas. Esto es una muestra del enorme desinterés por el fomento de contenidos complejos en productos de comunicación masiva, pues claramente lo que se prioriza es el flujo del mercado.

Nos interesa incidir en cómo este cambio de paradigma ha influenciado y transformado algunas herramientas de la comunicación y expresión, no solo en sus reglas, límites y usos, sino también, en sus posibilidades futuras. Cómo esta liquidez ha fusionado los linderos de medios que antes tenían claramente definidas sus fronteras y posibilidades para construir territorios comunes. Y nos interesa también hablar de la muerte, como un espacio que se le escapa parcialmente al mercantilismo, un lugar en el cual, al volver desde el pensamiento y análisis, permite desenmascarar un positivismo aterrador en la contemporaneidad.

El libro álbum: aproximación a temáticas tradicionalmente ajenas y nuevos márgenes

Las consideraciones creativas que se utilizaron para el desarrollo del proyecto se encuentran estrechamente ligadas a los cambios que viene viviendo el libro álbum desde hace algún tiempo, gracias a los cambios que ha venido experimentando como proceso de ampliación y madurez del medio.

Cada vez más alejado de la imagen de objeto educativo tradicional o del mero divertimento, encasillado en la literatura infantil, este ha sabido mantener lo esencial de estos territorios, pero a la vez, aproximarse y evolucionar sus formas a



nuevos espacios de reflexión, creación y contenido, repensando el canon clásico de su formato y discursos, convirtiéndose así en un medio que comunica a todos los públicos y edades.

Los libros álbum no buscan ya solamente hablarle al infante y formarlo únicamente desde la lectura acompañada, sino que, buscan también entrar en el adulto desde otras capas de lectura e interpretación incrustadas en él. «Las nuevas posibilidades que ofrece el mercado cada vez más global, los avances técnicos que abarataron los costes de edición y la apuesta por nuevas líneas temáticas y formales, en especial aquellas que atienden a las necesidades evolutivas de la infancia desde las primeras etapas, más allá de las demandas impuestas por la institución escolar.» (Mociño González, 2018)

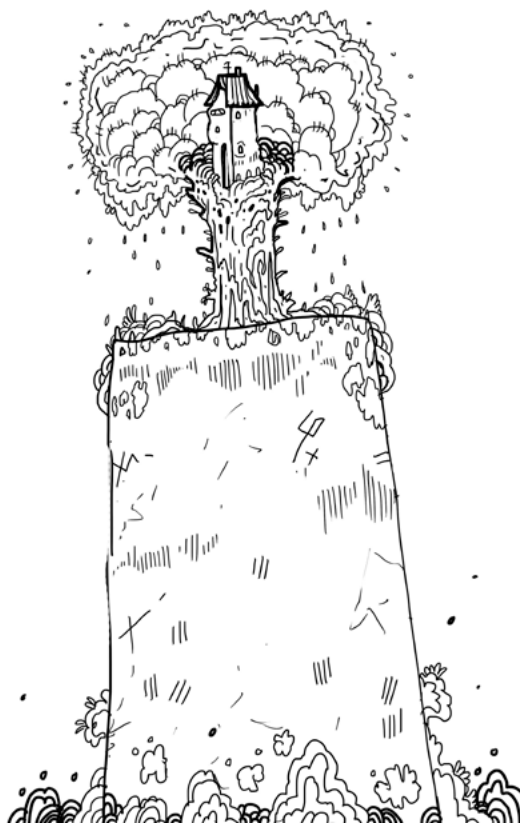
Un ejemplo interesante de esto, es el trabajo en libro álbum del autor norteamericano Edward Gorey, precursor de un libro álbum mucho más alineado a las necesidades expresivas del propio autor.

Con una extensa obra, es interesante poner como ejemplo «Los Pequeños Macabros», quizás uno de sus libros más famosos. En la narrativa se plantea una lista ordenada alfabéticamente de niños que mueren en situaciones extrañas y algo misteriosas. La temática va de frente contra el canon más clásico de lo que puede o no presentar un libro álbum y con esto habilita rutas y posibilidades expresivas.

Así, esta expansión de las posibilidades del formato y discursos, ha permitido entre otras cosas tocar temáticas estereotípicamente adultas para romper con esas determinaciones. Estas han empezado a ser tratadas en el libro álbum, de manera más cotidiana y asumidas como temas universales, sorteando así el lugar común de la prohibición, a los clásicos temas tabú para la infancia, como podrían ser la violencia expresa, las emociones negativas o la propia muerte, para así aportar un cuestionamiento a los límites de lo que entendemos por infancia y sus rangos temáticos.

Un excelente ejemplo de esto es el finísimo trabajo realizado por Wolf Erlbruch en «El pato y la muerte», obra que se aproxima al tema de la muerte de manera sutil y madura sin resultar en un objeto de consumo adulto, sino todo lo contrario, siendo de libre interpretación para cualquier edad.

Proyectos como este, han permitido al lector adulto volver la mirada a una forma compleja de expresión, a pesar de su apariencia simple, en donde el análisis e interpretación de las imágenes se vuelven un tema fundamental, y en donde el ejercicio lúdico de estas permite encontrar una experiencia nueva, por momentos cercana a la poesía, pero a la vez independiente de esta forma para encontrar un camino propio.



Al ser una herramienta expresiva considerada menor por mucho tiempo, el libro álbum no deja de hacer ejercicios de bisagra, apropiación e hibridación, con otros medios, recogiendo lo que le sea más útil y dinamizando sus propias reglas con otras formas expresivas. Como dice Isabel Mociño González, este no deja de «reflejar la influencia de manifestaciones artísticas y culturales como los cómics y las historietas, el cine, los videojuegos y otras formas de expresión como la publicidad y la televisión, fruto en parte de la indiscutible presencia de la imagen en la cultura contemporánea.» (Mociño González, 2018). Estas influencias permiten pensar al libro álbum como un medio que amplía sus formas expresivas constantemente construyendo una especie de versión aumentada de sí misma.

En el contexto comparativo entre Latinoamérica y Europa, es importante señalar que el libro álbum resulta ser un medio cuyas vías de producción son mucho menos elevadas, tanto por los costos del equipo de producción, como los de imprenta. Con esto planteamos que, es más real y posible llegar a término con un proyecto de este tipo, en el caso latinoamericano. Además de estas condiciones que favorecen la auto publicación, este medio es interesante porque los rangos de accesibilidad a



otras disciplinas son muchísimo más limitadas, de tal manera que es un territorio idóneo para que un creador, independientemente de la disciplina de la que venga, pueda explorar las posibilidades comunicativas que le ofrece el medio.

Cabe destacar que los procesos de trabajo en estudios de diseño en relación a este, han ocupado un papel clave gracias a la ruptura del concepto de autoría singular del artista, que si bien, no habita de igual manera en espacios de diseño como en los de artes plásticas, operaba aún en el medio en el campo de la ilustración hasta hace muy poco. Ello es fundamental para que el contenido no dependa de un lenguaje visual único al que se adapta el contenido, sino todo lo contrario, sea este el que guíe las condiciones estéticas necesarias que a un equipo de creadores les tocaría pensar, independientemente de tener una única herramienta técnica (la habilidad de su ilustrador singular) que funcione o no, para un mercado concreto.

Estas condiciones, ha propiciado un pequeño boom dentro del medio, que ayuda a la necesidad urgente de contenido y representación, para con ellos sostener vías que construyan otros sentidos de pertenencia hacia nuestras manifestaciones culturales. Aún así, esta herramienta tiene pendiente el ser reconocida

para que pueda desarrollarse mucho más a través de políticas estatales que reconozcan estas condiciones de producción favorables y ello habilite mayores espacios de fomento cultural.

Entendiendo lo independiente

Muy cercano al álbum ilustrado, el mundo de los videojuegos independientes, se caracteriza por la libertad y amplio margen en sus contenidos y aproximaciones al momento de construir experiencias. Si bien estos también están regidos por el mercado, los *indies* suelen ser propuestas donde los equipos de trabajo tienden a ser pequeños y recién están rozando las ventas del gran mercado. Este margen les permite tener algunas importantes libertades en cuanto a lo expresivo, libertades que quizás títulos con mayores presupuestos no pueden ni soñar.

Por un lado, este margen produce una mayoría de proyectos independientes que rápidamente obvian este espacio de libertad en los discursos, y buscan insertarse en el mercado más comercial, pues sin duda el videojuego como industria, plantea un crecimiento veloz si la ecuación entre consumo, contenido y discursos hegemónicos se realiza correctamente.

Pero, por otro lado, existe la posibilidad de desglosar contenidos complejos y construir experiencias genuinamente únicas. Son los que toman esta segunda ruta los que verdaderamente amplían el rango expresivo del medio, ampliando sus posibilidades, como comenta Cáceres: «El florecimiento del fenómeno *indie* en el mundo de los videojuegos ha sido una de las mejores noticias para la industria desde hace ya varias décadas. Desde su origen en los años 90 mediante el *shareware* a su expansión en la década de los 2000 gracias a Xbox Live Arcade y Steam Greenlight, esta rama del sector no ha hecho más que crecer exponencialmente. Sus arriesgadas propuestas le han permitido convertirse a día de hoy en un referente cultural y una fuente de frescura y originalidad para el medio.» (Cáceres, 2017)

Hasta hace algunos años, la posibilidad de iniciar un proyecto en el rubro de los videojuegos era una faena verdaderamente azarosa. No solo por el aspecto económico como ahora lo es, sino sobre todo por el aspecto técnico (pese a que siga manteniendo un alto grado de complejidad), hasta hace muy poco, *engines* como Unity no eran tan populares, y tampoco había tantas personas solventes en la herramienta. Tanto así, que clásicamente los proyectos independientes tendían a estar dirigidos por los responsables de la parte técnica del desarrollo y estos muchas veces, hacían de *game designer*, creativos e inclusive artistas. No se puede negar la habilidad y osadía de estos

primeros emprendedores, pues en muchos casos esta mirada técnica alimentó interesantes proyectos que han sido las bases referenciales para sus contextos culturales.

Inclusive existen rarísimos proyectos realizados por una sola persona cumpliendo todos los roles de un equipo completo, parecido a lo que, en algunos casos sucede con el libro álbum, pero sin duda en una escala bastante más ambiciosa. Buen ejemplo es el famosísimo *Prince of Persia* de Jordan Mechner que en 1989 asumió el reto en solitario que para su tiempo fue mucho más de independiente que los títulos contemporáneos de la misma saga, creando un universo oscuro y críptico en donde la calidad de animación se dio mezclando rotoscopia y *pixelart*, esto fue notable y revolucionario para su tiempo. El dato resulta aún más interesante cuando investigamos en el perfil del autor, quien tenía una formación interrumpida en psicología y una motivación mayor por el mundo cinematográfico de la edad de oro de Hollywood que por los propios videojuegos, mostrando así los divergentes caminos para llegar al rol de realizador en este medio.

O el más reciente y ambicioso STASIS, de Christopher Bishop, que desarrolla en 2015 un excepcional videojuego de tipo *point and click* o aventura gráfica, centrado, sobre todo, en un guion impecable de ciencia ficción oscura, muy bien armonizado con gráficas de gran cualidad inmersiva y en donde el verdadero valor del juego se sitúa en el peso y valor de la narrativa y la historia.

Pese a estos raros ejemplos, hoy por hoy, los equipos que configuran el desarrollo de proyectos para videojuegos independientes, tienen herramientas y capital humano que por un lado es mucho más accesible en el área técnica, además de que hay una mayor noción de la necesidad de incluir a técnicos de otras disciplinas, ya sea en la parte visual o narrativa. Un guionista, un director de arte o un *game designer*, aportan a la construcción de contenidos de manera transversal a todo el proyecto y siempre desde su disciplina, y es precisamente esto lo más interesante, pues este aporte no necesariamente se encontrará sesgado a su área. Serán los límites que plantee el equipo de producción, lo que determinará hacia donde jalará cada una de las disciplinas que conformen un equipo para cerrar la identidad final del proyecto.

Con el tiempo el mundo de los videojuegos ha mejorado su valoración en cada una de las áreas que componen la construcción de una experiencia, aunque sin duda la mayor diversidad que valora estas partes se encuentra dentro de una demanda dentro del mundo del desarrollo que crece de manera exponencial cada año. El desarrollo de videojuegos

está integrado por disciplinas que son de raíz, muy diferentes y ajenas en sus fundamentos y si la integración sutil de estas comprende uno de los mayores retos del medio, es precisamente esto lo que constituye una de sus mayores riquezas.

La variedad interdisciplinaria que tiene y facilita este medio, ha permitido que aparezcan ejemplos de juegos que se sostienen, no solo, en el aporte técnico y su posibilidad de construir novedad, sino también en otras expresiones y miradas como lo son las cinematográficas, pictóricas, sonoras, literarias, conceptuales, etc. Con nuevos estilos y sensibilidades, hay mayor facilidad para aproximarse a temas diversos. Esta apertura mantiene un símil con el cambio que vive el libro álbum ya que ambos, estiran sus variables para refundar sus límites en las herramientas de otros medios expresivos.

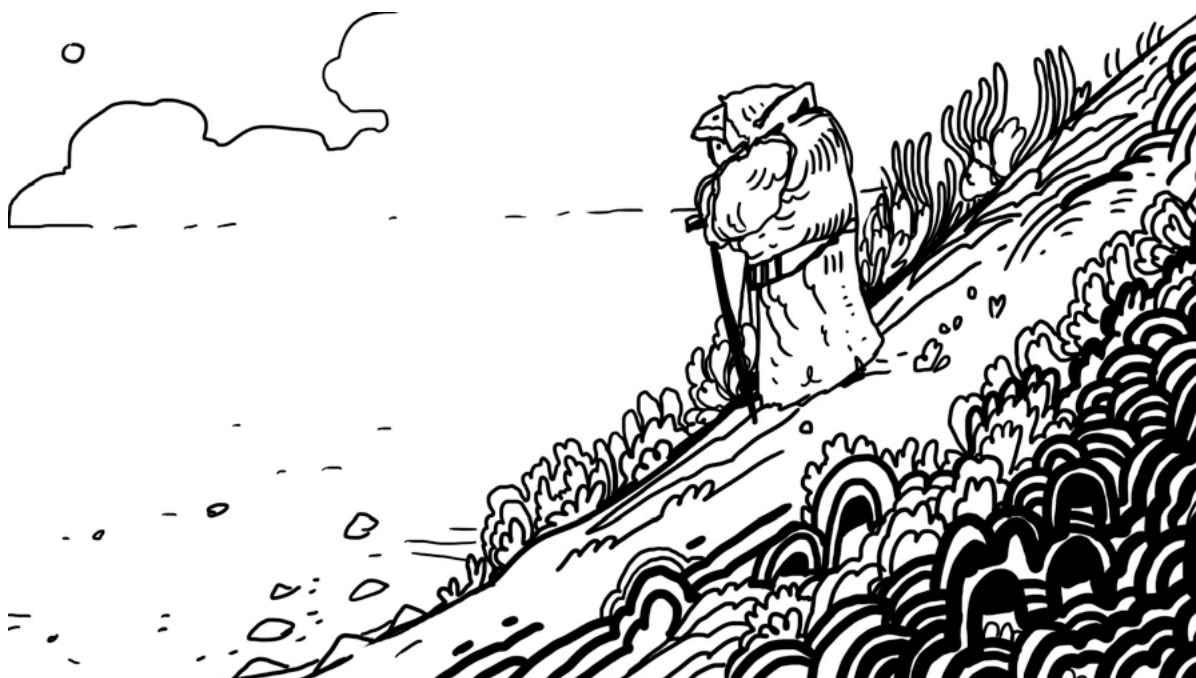
Condiciones del mercado frente al desarrollo independiente

Si bien las ventas padecen por los extendidos tiempos de producción que requiere el desarrollo de un videojuego, existen condiciones favorables para diversificar los productos que un pequeño estudio puede ofrecer, ya que las ventanas de exposición que existen para la publicación de ellos son muy pocas. Estas son las puertas para acceder a un inmenso y creciente mercado mundial, sin tener que pasar por una casa editora local. Comparativamente a las problemáticas que condicionan a la media del libro álbum.

Esto permite que muchas producciones de escala pequeña puedan sobrevivir y ser las bases de futuros proyectos. Si bien podrían tener cifras de venta pequeñas, estas igual representan una medida a escalas mundiales y no locales, donde por ejemplo la venta de 3000 o 5000 copias de un libro, sería un éxito para una producción local, pero representan números bajos para el desarrollo de videojuegos por su costo de producción.

En ese sentido el techo de exposición de un videojuego independiente es muy grande comparativamente, al universo colectivo del libro álbum, tanto para su venta como para llegar a diversos lugares, donde el contexto cultural pueda valorar el contenido de la producción. Este fenómeno es fundamental para que se pueda aspirar a la búsqueda por comunicar y tocar temas que se encuentren fuera de las esferas de los mercados locales.

Ahora bien, justo por su fugacidad, amplio alcance y mercado específico, el éxito de un *indie game*, en un contexto pequeño es más improbable, y es ahí en términos de mercado, en donde el libro álbum puede tener un rol interesante al unir fuerzas con



los videojuegos. Ambos medios han coincidido en encontrar valor agregado en construir discursos divergentes y valorarlos como herramientas de juego e interpelación a sus usuarios.

Si bien la posibilidad de éxito está sujeta a muchos factores, la calidad de un producto y el contexto en el que este se ofrece es determinante, así como la facilidad de no tener que pasar por ningún tipo de producción material.

Estas condiciones plantean la posibilidad de hacer que un videojuego independiente, con un discurso verdaderamente propio y autogestionado, se sostenga y enriquezca su medio. Es importante mencionar que esta aproximación a un mercado mundial, no debe perder de vista la búsqueda por el contenido en contraposición a depender de estos medios de exhibición masiva.

Relaciones entre el libro álbum y los videojuegos

Hoy en día, se gozan de condiciones excepcionales dentro del mundo de los videojuegos (aunque no por mucho tiempo) ya que vivimos en un escenario parecido al del Hollywood de los años 30s, si es que se puede hacer el símil, en donde la producción cinematográfica era una especie de receptor de muchas habilidades (como lo es hoy el mundo de los videojuegos y su ámbito), tanto técnicas como artísticas, en donde las producciones *mainstream*, se veían acompañadas en las mismas ventanas

de exposición que el cine de autor, enriqueciendo enormemente el medio y la sensibilidad de sus espectadores frente a este.

Desde el punto de vista del mercado, hay diversas diferencias que son parte enriquecedora del diálogo que se puede constituir entre estos dos medios. Si bien muchas veces coinciden en su público, estos tienen vías diferentes, espacios y consumos distintos. Encontramos gran riqueza en el hecho de que un videojuego independiente sea más eficaz en la inserción en el campo internacional que un libro álbum, y del otro lado, este sea mucho más fácil de asumir por una comunidad más pequeña y local.

Dependerá de las herramientas de identidad y contenido que se planteen en los videojuegos para que esta inserción se dé de manera satisfactoria. No es que sea la única vía existente, pero consideramos que, si el contenido es un elemento que tiene algo que decir, las mecánicas se encontrarán al servicio de este, o en todo caso, la metodología de producción debería considerar ese condicional creativo.

Esto es importante, porque si bien muchos desarrolladores parten del componente mecánico para enganchar a sus jugadores, a su vez, caen en el siguiente reto: tener la visibilidad adecuada entre toda la competencia que se encuentra apelando a la misma fórmula metodológica de producción que ellos.

La experiencia de trabajar contenido que existe dentro del oficio del libro álbum, es una clave central que puede enriquecer enormemente al mundo del

videojuego. Esto es determinante en tanto este se podría abrir paso dentro de un terreno que exige la excelencia, pero que, a su vez, de ser alcanzada, permite abrir camino entre una ausencia grande de contenido que existe, pues se tiende a copiar modelos, pero no buscar encontrar otras vías.

Quizá es aún más interesante pensar en ello cuando empezamos a entender, que estos paralelismos entre medios, nos llevan a pensar en cómo se construyen metodologías creativas en la producción. Usar las herramientas que ofrece el libro álbum condiciona y asegura ciertos contenidos en un proyecto de videojuego y viceversa, siendo una potente herramienta de diálogo que permitiría otro tipo de producto, gracias a metodologías que sí están considerando que, el orden sí lo altera.

Si hacemos un paralelo entre este cine de autor y los *indie games*, y en relación a estos, nos aproximamos específicamente a los juegos que caen en la categoría de *premium* como objeto de estudio, acordamos que la calidad y la riqueza de estos, depende en gran medida del balance entre contenido, gráfica y jugabilidad para que, en suma, se sientan experiencias únicas en contraposición a los gustos colectivos que se utilizan y que ya están afirmados dentro de un mercado establecido por géneros.

Este tipo de categoría y el balance refinado que compone a la pieza, habilita el territorio dentro del medio que apela a la categoría de arte. Por lo tanto, su fin último no es solo entretener o divertir. Las relaciones comunicativas entre las diferentes partes que configuran a este tipo de juegos, intentan acceder a una mirada poética y metafórica desde la experiencia participativa o una narrativa realmente única en la experiencia. Justo como ha sucedido con la movida de los libros álbum hoy en día y que, gracias a ello, el medio se encuentra en proceso de expansión.

Excelentes ejemplos de la sinergia entre videojuego *indie* que toman herramientas del álbum ilustrado las encontramos en algunos de los títulos de estudio checo, Amanita Design, en donde proyectos como *Pilgrims*, *Samorost* o *Machinarium*, no dejan de beber de la influencia del medio del libro álbum, tanto en su forma de construir narrativa, como en la estética de sus artes.

Sobre *Samorost 3* «Aquí se trata más bien de observar, observar muy atentamente por qué pasa lo que pasa y qué significa toda la información visual que brota a nuestro paso, que deriva de nuestra acción sobre la peculiar y mágica orografía del juego.» (CID, 2016)

La concepción y el guion, las artes, la dirección de arte y la producción, así como el diseño, son puntos

comunes a la creación de cualquiera de los dos. Si bien se distinguen en el aspecto técnico, estos puntos, permiten entender que pueden producirse proyectos mellizos, que apelen a mercados diferentes y que busquen incidir conceptualmente en los mismos puntos.

La práctica comunicacional ejercida en el libro álbum y la apuesta por contenidos propios, así como la ambición de extender discursos a otros ámbitos, nos proyecta al sueño de colocar ello en un juego. Parece una locura, y un ejercicio sumamente complicado, primero porque todo ese lenguaje requiere ser hilvanado y traducido en funcionalidades técnicas concretas y segundo, porque es aún más difícil integrar a todo un equipo, en una misma óptica que es guiada por un contenido. En el caso de Arrog, ¿qué hace que sea importante para todo un equipo hablar sobre el por qué morir?

A diferencia de la producción del libro álbum, en donde los equipos se configuran de más de tres personas como mucho son autor, editor e ilustrador. ¿Con qué herramientas contaría un desarrollador común, si de pronto quisiera cambiar su enfoque a uno que comunicacionalmente sea cercano al videojuego? Nuestra experiencia en el contexto Perú nos ha permitido el desarrollo y puesta en práctica de esto a través del libro álbum. Dicho de otra manera, el libro álbum tiene condiciones ideales para que desarrolladores experimenten el oficio de síntesis, narración, dirección de arte y contenido necesarios para que puedan luego aplicar esa experiencia en proyectos de larga envergadura como lo son los videojuegos, sobre todo si se aspira a tener voz propia.

Voz propia en Latinoamérica: contenido de Arrog y porque la muerte

En el contexto peruano, el desarrollo de la industria del videojuego es pujante pero incipiente. Por un lado, en los pocos espacios que forman profesionales para los diversos perfiles que constituyen los múltiples roles que existen para diseñar videojuegos, se tiende a dar foco casi total en las herramientas de programación y de corte técnico. Si bien estas son imprescindibles, dependerá exclusivamente del perfil de la persona y del enfoque que esta les dé a sus propias habilidades técnicas para alcanzar contenido conceptual de calidad.

Este tipo de formación, principalmente se asegura de que sus estudiantes puedan tener las herramientas que les permitan elaborar un juego que esté enfocado en problemas técnicos que profundizan la disciplina que aprenden, en este caso, la programación misma.

Estos suelen sobreestimar todas las experiencias de jugabilidad relacionadas a retos de habilidad y

competitividad, evitando casi de cuajo las experiencias más complejas en términos conceptuales o narrativas al considerarlas poco comerciales.

Por otro lado, tal conocimiento está desfasado de la realidad, pues en el Perú no hay grandes estudios realizadores de videojuegos, si bien existen algunas casas realizadoras, todos son estudios apuntando a su primer gran *hit*, y peleando la subsistencia del día a día.

El mal enfoque educativo sumado a la precariedad del medio, hace que los espacios de creación de videojuegos se mueven en la escala de lo independiente (por no decir lo precario), sin necesariamente plantearse independientes discursivamente casi de manera total y hegemónica con contadas excepciones.

Hay mucho por hacer en nuestro medio, si bien hay inmenso interés y posibilidades de construir sinergias entre potenciales desarrolladores tanto la empresa privada como el estado no muestran legítima voluntad para estimular este tipo de manifestación, por otro lado, la propia academia sostiene el histórico prejuicio frente a este medio y con esto, se abstrae totalmente de lo que sucede en ese ámbito, aportando poco o casi nada a su desarrollo. Es por esto que, alguna vez, definimos en nuestro estudio que hacer videojuegos *indie* en el Perú es un poco como comprar un automóvil sin luces, para conducirlo a ciegas en una resbalosa carretera nocturna, y no saber a dónde vas a llegar.

Este fenómeno, de marcada precariedad en el ámbito de los *indies games* es generalizado en Sudamérica, y es quizás por esto que los resultados de tales emprendimientos en nuestra región pueden ser particularmente especiales. Vale la pena mencionar algunos excelentes trabajos como son el caso de Panorámico, juego argentino que nos permite generar una experiencia en torno a la creación en *MIDI* de sonidos electrónicos, así como los visuales que lo acompañan, poniendo al usuario tanto en el papel de un DJ como en el de VJ. Por otro lado, está *Ethereal*, otro juego que experimenta con la música como canal para resolver intrincados *puzzles* que te van llevando poco a poco a un complejo estado mental que lejos está de los *rush* de adrenalina que estereotípicamente se le atribuyen a los videojuegos, ambos dos desarrollados en Argentina. Otro buen ejemplo es *Papo y yo*, proyecto colombiano que plantea la problemática de lo que implica lidiar con un padre alcohólico.

Dentro de este contexto, nos parece interesante presentar algunos aspectos de nuestra experiencia en el desarrollo de *Arrog*, debido a su naturaleza híbrida y carga conceptual.

Desde el punto de vista del contenido se explora una narrativa que intenta contar la historia de un cuerpo muerto, o mejor aún, de un muerto que no acepta su fin y de por qué esto es importante.

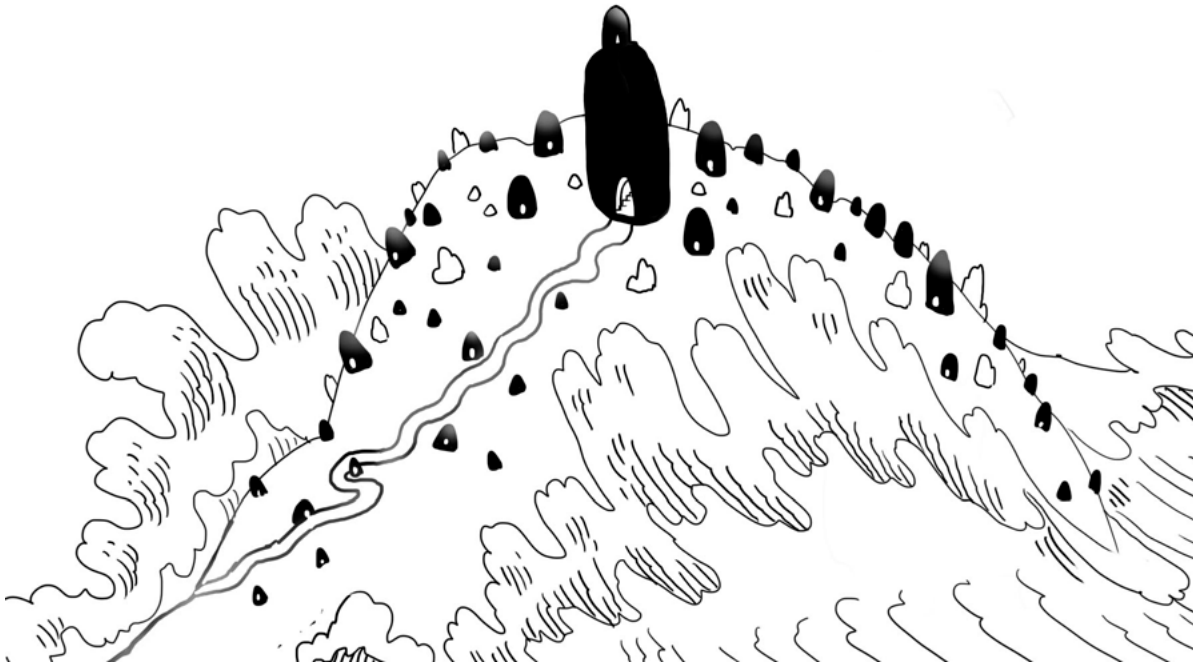
La pretensión de hablar de la muerte desde un lenguaje poético sugiere un intento de aproximarnos a experiencias emotivas sobre el tema, que no necesariamente planteamos como determinaciones.

En relación al estilo visual se ha buscado sostener una estética que en extremo apela a la simpleza y a la sencillez. Tanto por la economía técnica, que plantea facilidades para el desarrollo de animaciones, como por el valor conceptual que nos recuerde a un mero apunte en la esquina de un cuaderno personal. Un lenguaje visual que marque un vínculo íntimo y que no potencie ni sature la mirada que los usuarios podrían traer sobre el tema de la muerte. Así se eligió este estilo, bajo la claridad de que no se necesitan grandes alardes gráficos para lograr incidir emocionalmente. Por otro lado, se apeló a una atmósfera casi totalmente dúo tonal, en donde tanto lo blanco como lo negro, así como las pequeñas y breves apariciones de color tienen siempre un sentido de carga metafórica. Fue fundamental por otro lado, nuestra experiencia en relación a juegos como *Journey* o *KIDS*, que resultan en nuestras más claras influencias.

Por otro lado, el juego está construido en el *gameplay* como una cadena de escenas que sostienen una narrativa. Cada escena con un *puzzle* particular que, a través de metáforas visuales, va sumergiendo al usuario en la experiencia de juego. Cada una de estas escenas están pensadas como páginas en un libro álbum, en donde la rítmica y lo narrativo son la clave de la jugabilidad de la experiencia. En relación al guion, es básicamente visual, respetando apenas unas cuantas apariciones de usos de palabras que hilvanadas a lo largo del juego consiguen el objetivo de sostener la atmósfera de este y comunicar sin intentar inducir al usuario a los contenidos presentados de manera literal.

En torno a la temática y la narrativa, comunicar sobre la muerte implica, primero que nada, liberarla de valores preconcebidos y condicionales. En ese sentido, en el desarrollo creativo de este proyecto se intentó trabajar dentro de la mirada clásica y macro que existe sobre la muerte en el mundo occidental tomando como punto de partida la mirada que existe dentro de las grandes ciudades.

«Cuanto más se avanza en el tiempo y se asciende en la escala social y urbana, tanto menos siente el hombre por sí mismo la proximidad de su muerte, tanto más hay que prepararlo y por consiguiente



depende mucho más de su entorno» (Aries, 2012). Si bien el rito particular de diferentes sectores sociales y étnicos sobrevive como actos de resistencia, las formas colectivizadas de la ciudad, se imponen en la mayoría de los casos, casi como una forma de supuesta neutralidad sobre el tema, un componente central que determina esto, es la ausencia de sentido sobre la muerte que existe desde el punto de vista colectivo. De esta manera, es central para nosotros señalar que habitamos sociedades que hoy en día consideran que tocar reflexivamente el tema de la muerte o peor lo muerto, siempre es algo negativo y tabú. Y sin duda algo que va directamente en contra del canon mercantil contemporáneo, en donde un exceso de positividad oculta el hecho de la muerte y los procesos de esta, tratando de librarse de su peso histórico.

Se habita una mirada en donde la vida y la muerte se conciben como elementos binarios, y en donde la oposición de ambos son el único posible punto de interpretación. Tal situación se ve fomentada por una cultura del consumo que, como anteriormente hemos manifestado, a través de sus propias herramientas comunicacionales, promueve un presente eterno y un futuro siempre positivo. «La sociedad moderna privó al hombre de su muerte y como solo se la restituye si no la utiliza para perturbar vivos. Recíprocamente, prohíbe a los vivos que se muestren emocionados por la muerte de los otros, no les permite ni llorar a los difuntos ni demostrar extrañarlos.» (Aries, 2012)

No hay lugar para lo feo o lo incómodo, el mercado niega esa opción, y si se le percibe, se manifiesta, en una incomodidad socialmente aceptada. «Las imágenes se hacen transparentes cuando, liberadas de toda dramaturgia, coreografía y escenografía, de toda profundidad hermenéutica, de todo sentido, se vuelven pornográficas.» (Han).

La muerte, como idea, toca lo que en verdad nos incomoda, nos conmina a ponernos a pensar un poco, o sentir desde un otro lugar, uno en donde el rol de consumidor se ha disipado un poco, y da lugar a otras lógicas de pensamiento. Uno en donde la transparencia se ve cuestionada ontológicamente. «Las cosas se hacen transparentes cuando abandonan cualquier negatividad, cuando se alisan y allanan, cuando se inserta sin resistencia en el torrente del capital.» (Han).

Vestirse de luto y estar triste de manera automática, como es la tradición, es, ante todo, una manifestación de herencias culturales en las personas. Y al ser tradición tiene en potencia la oportunidad de cambiar, si es que estas mismas herencias, se cruzan con las experiencias humanas, que otorguen la posibilidad de pensar nuevos sentidos. «La sociedad positiva tampoco admite ningún sentimiento negativo. Se olvida de enfrentarse al sufrimiento y al dolor, de darles forma.» (Han).

La carga de negatividad de la muerte es tan brutal en nuestras sociedades que opacamos su presencia,



la escondemos y corremos de ella. No somos capaces del todo de dotarla de la pátina de transparencia que le hemos dado al resto del mundo. Es imposible hacer de la muerte un producto en sí, si de su parafernalia, pero no de esta, porque va en contra de la idea del ciudadano consumidor. Es la señal final que declara en que nos han convertido, consumidores. Es así que, «la transparencia forzosa estabiliza muy efectivamente el sistema dado. La transparencia es en sí positiva. No mora en aquella negatividad que pudiera cuestionar de manera radical el sistema económico-político que está dado.» (Han).

Desde esta perspectiva, Arrog pretende plantear una aproximación que se ve fuera de las condiciones automáticas que se esperan sobre el luto ante el muerto, y para ello se vale de un intento de construcción colectiva, partiendo de tradiciones mortuorias de diversas partes de Latinoamérica y las que especialmente, están fuera del marco de las condiciones de sentido de la ciudad.

Para Arrog, no basta con simplemente ofrecer otra variable, quizá una que en apariencia se vea más positiva, sino más bien incidir en la difícil pregunta de por qué celebrar y mirar a la muerte con otros ojos si esta igual acaba con nosotros.

Desde ese enfoque, la construcción de una narrativa poética es central, dado que la propuesta no busca construir determinaciones finales, sino más bien abrir un territorio que se aleje de la construcción

de significado y más bien intente conducir sentido, si se quiere, a la esfera de la experiencia que idealmente está siendo para el jugador.

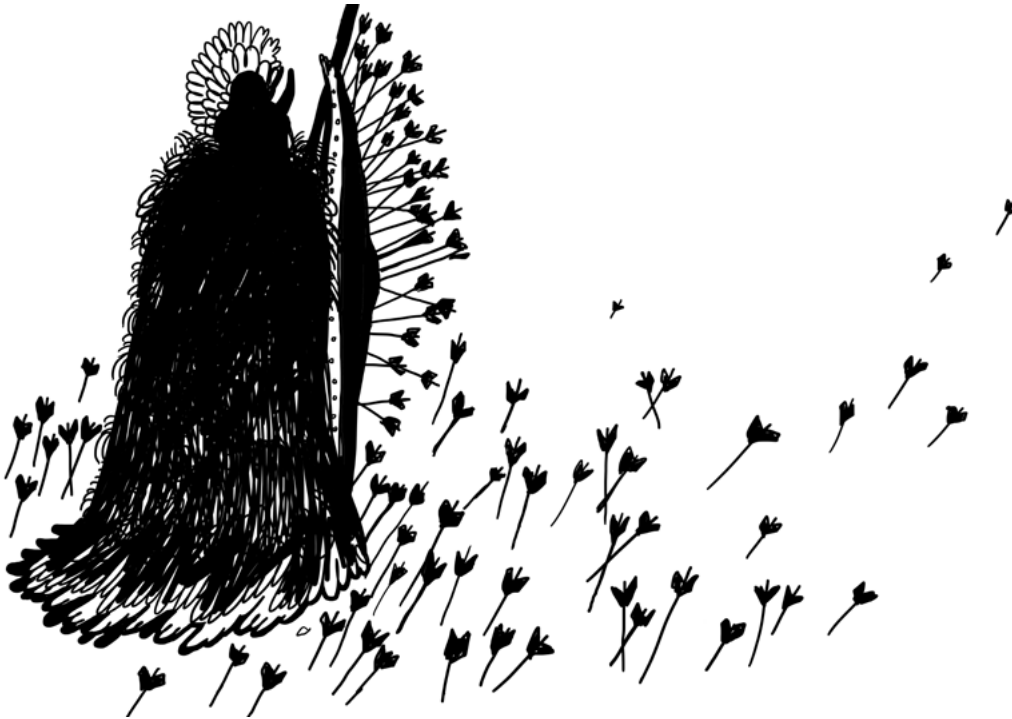
En el contexto del mercado, el juego cae en dentro de la categoría de juego *premium*, esto significa que este, no se ha hecho pensando dentro del marco de un género que comparte una misma identidad dentro de un modelo de *marketing*.

Juegos dentro de esta categoría son los más cercanos a funcionar como juegos de autor y desde ese punto de vista el contenido del juego adquiere una voz importante.

Aceptar la muerte no solo es mirar la historia trágica, o no, de nuestro protagonista, también es dar espacio a otra cosa, en este caso, a quienes coexisten con él.

Mirar la muerte de esta manera es quitarle el centro de importancia que el hombre se pone a sí mismo, como centro de su propio universo. Universo que habita en sí pero que también ha condicionado la relación que este tiene con la naturaleza y el mundo entero.

Este espacio para la expresión liberada que permiten los *indie games*, resulta de particular importancia cuando volvemos la mirada a nuestros nuevos problemas, sobre velocidad atroz de esta revolución técnica, sobre la pérdida general del sentido y sobre la tecnología como mecanismo de control y no como espacio de genuina libertad y exploración en relación a lo que implica nuestra propia humanidad.



Hemos descubierto la micropartícula que nos construye, y a la vez, el volumen infinito del universo que nos contiene. Hemos construido la ficción de una conectividad sin precedentes, hemos inventado personalidades transparentes y pornográficas que nos representan, como diría Byung Chul Han, en un mundo digital capaz de encapsular nuestras identidades y roles en un espacio inmaterial. Abrumados por esta inmensidad, por la velocidad del tiempo y sus hallazgos, parece que entendemos cada vez menos sobre los costados de la vida, lo sutil desaparece de nuestro campo de control, o tendría que decir rango de consumo.

Es por esto que decidimos, pensar, investigar, comunicar y crear desde la muerte, como concepto capaz de plantear claros cuestionamientos a la forma de pensar hegemónica en este medio. En donde el *game over*, es la regla fácil y rápida para representar y entender la muerte, de forma genérica, y con esto, transparentar este complejo fenómeno hasta lograr su pornografía total. El *game over* a servido para delimitar el fin del juego y con esto el fin del servicio al consumidor, solo para inmediatamente ofrecer un juego nuevo y con esto

una extraña sensación de inmortalidad que pinta entero a nuestro tiempo.

Nos interesa pensar en la muerte no como la aniquilación del usuario, del *self*, sino más bien como un conector a un fenómeno que creemos tendría que tener características más bien holísticas en su relación con la vida, o el ser. Que permita entender la muerte no como el final de una narrativa sino mas bien como un eslabón dentro de algo mayor, algo que cuestione el hegemónico valor del sujeto por encima de todo.

Entendemos pues, que tocar el tema de la muerte hoy, mas que nunca, resulta en una legítima interpelación a nuestros modos contemporáneos, y por tanto una urgencia. En Arrog, hemos querido insertar preguntas y experiencias en un medio que lo permite gracias a los pequeños espacios que garantizan la libertad discursiva dentro del fenómeno de los videojuegos independientes. Y con esto aproximarnos a esos colectivos de usuarios que aún se permiten sentir o pensar en torno a sus experiencias de juego, más allá de lo ya conocido y más cerca de una experiencia legítimamente sensible sobre este fenómeno, uno que permite entender la interactividad en si como una nueva forma de arte.

Bibliografía

- ARIÈS, P. (2012). *Morir en Occidente*. Buenos Aires: Editorial Adriana Hidalgo.
- BARICCO A. (2019). *The Game*. Barcelona: Anagrama.
- BAUMAN, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Madrid: Fondo de cultura económica.
- CACERES A. (2017). *Claves para el desarrollo indie en España*. Presura. <<https://www.presura.es/blog/2017/07/12/desarrollo-indie-en-espana/>> [Consulta: 17 de junio de 2016].
- CID E. (2016). "Análisis de Samorost 3, Naturaleza viva" en *Eurogamer.es*. <<https://www.eurogamer.es/articulos/samorost-3-analisis>> [Consulta: 16 de febrero 2020].
- FOUCAULT, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- HAN, B. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder Editorial.
- MORIN, E. (2007). *El hombre y la muerte*. Barcelona: Editorial Kairós.
- RAMIREZ, J.A. (1992). *Medios de masa e Historia del arte*. Madrid: Editorial Catedra.
- SALISBURY, M. (2005). *Imágenes que cuentan. Nueva ilustración de libros infantiles*. Barcelona: Editorial Acanto.
- ZEEGEN, L. (2006). *Principios de ilustración*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- MELO HERRERA, M.P. (2016). *Videojuegos y ocio: Algunas reflexiones sobre su incidencia en el desarrollo físico-social de los jóvenes*. *Lúdica Pedagógica*, Vol. 1(23) pp. 85-91 <<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/LP/article/view/3306/3557>> [Consulta: 19 de enero 2020].
- MOCIÑO GONZÁLEZ, I. (2018). *Memoria e historia en el álbum ilustrado: relaciones dialógicas entre texto e imágenes*. *Perspectiva*, Vol. 36 (1), pp.15-34. <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/2175-795X.2018v36n1p15/pdf>> [Consulta: 19 de enero 2020].

Links de descarga de Arrog

[Googleplay](#)
[Apple Store](#)
[STEAM](#)

Gabriel Alayza Moncloa y Mateo Alayza Moncloa

Hermanos Magia es un pequeño estudio de ilustración y diseño fundado y dirigido por los hermanos Gabriel y Mateo Alayza. A través de los años, hemos desarrollado métodos que entrelazan nuestro pensamiento crítico con el oficio que practicamos. El resultado se materializa en diversos productos y proyectos que no solo persiguen calidad artística, sino un propósito claro con intención de impactar en nuestros clientes y sociedad. Nuestro brazo fuerte es sin duda la ilustración, con la cual nos hemos aproximado a diversos proyectos que son atravesados por esta disciplina.

Hemos crecido, y seguimos pensando que las ideas ejecutadas con cariño, humor y trabajo duro permiten darle el espacio que se merece a medios como: la ilustración, animación, diseño y el desarrollo de juegos.