

EL ENCUENTRO ENTRE LA TELEVISIÓN Y EL GAMING



The Witcher 3: Wild Hunt es un videojuego desarrollado por la compañía polaca CD Projekt RED. El juego es la tercera parte de la saga basada en la obra literaria de Andrzej Sapkowski

LA TELEVISIÓN, EL MEDIO MÁS IMPORTANTE NACIDO EN EL SIGLO PASADO CON PERMISO DE INTERNET, Y EL VIDEOJUEGO, QUE HA ALCANZADO EL ESTATUS DE FENÓMENO DE ENTRETENIMIENTO MÁS IMPORTANTE EN ESTE SIGLO, NO PODÍAN SIN ACABAR POR ENCONTRARSE. CON SUS IDAS Y VENIDAS, ÉXITOS Y FRACASOS, COMO SUCEDE CON TODO PROCESO EN EL QUE LAS DIFERENCIAS DE CONCEPTOS Y MODOS DE HACER REQUIEREN DE UN NECESARIO ENCAJE Y ENTENDIMIENTO. TÍTULOS DE FICCIÓN SERIALIZADA, TANTO EN IMAGEN REAL COMO EN ANIMACIÓN, COMO *LAST OF US*, *ARCANE*, *HALO* O, MÁS RECIENTEMENTE, *FALLOUT*, NO SON AJENOS AL PÚBLICO EN GENERAL, HAYA JUGADO O NO A LOS CORRESPONDIENTES VIDEOJUEGOS

por Francisco Asensi

El videojuego constituye uno de los principales *drivers* de la adopción de tecnología en el hogar. Durante los primeros años de lo que llamamos TV Conectada, las consolas fueron el principal dispositivo para hacer realidad este concepto, permitiendo acceder a las primeras aplicaciones de *streaming*.

Para los jóvenes de principios de los años 80 del siglo pasado, el videojuego era una actividad de ocio externa a la que se accedía en las máquinas de Arcade de los salones recreativos. Los jóvenes *boomers* (por seguir la terminología ampliamente utilizada) y primeros *GenX*, serían las primeras generaciones en i-



tener un contacto con cierta habitualidad con el videojuego. Las primeras consolas de videojuegos (Atari, Sega, Sinclair; Nintendo) llegarían a los hogares antes que los ordenadores personales. Las consolas portables, como la Game Boy de Nintendo, aparecen a finales de los 80, muchos años antes de que el teléfono móvil se convierta en el dispositivo portable por excelencia.

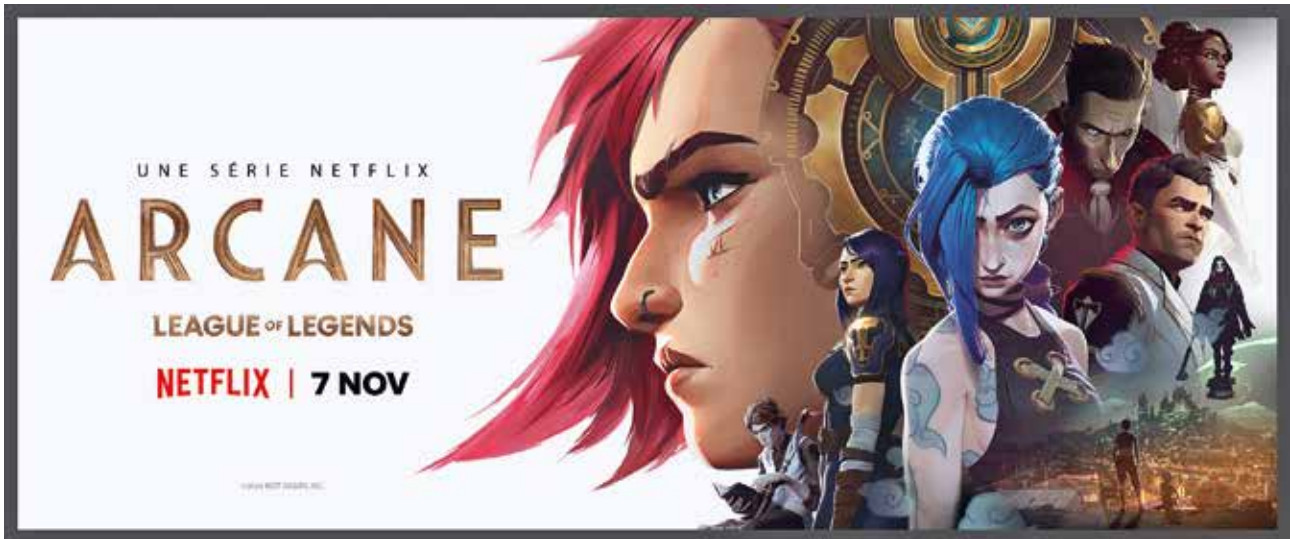
El videojuego está presente, según los datos del último *Anuario de la Asociación Española de Videojuegos* publicado, en un universo que va desde los 6 hasta los 64 años. En el

segmento de edad de entre 35 a 44 años, el 60% juega a videojuegos y en el de los 45 a 64, lo hace un 27%. Aunque la participación en el videojuego de segmentos más jóvenes supone un porcentaje muy superior, estas cifras ponen de manifiesto hasta qué punto el videojuego está presente en la dieta de entretenimiento de prácticamente todos los segmentos de edad. Además, la atención dedicada a esta actividad supone una media cercana a las 8 horas semanales por individuo. Se trata de un gran capital de tiempo

El cine y las plataformas de streaming han aprovechado el fandom de los videojuegos para rentabilizar sus adaptaciones

y dedicación concentrado no compartido prácticamente con ninguna otra actividad puesto que no hay que soslayar el hecho de que el videojuego no es susceptible de *multitasking*, requiere de una concentración que difiere en intensidad a la dedicada a la televisión.

La competencia en el negocio del entretenimiento es por el tiempo y la atención. El informe anual de Netflix para sus inversores incluía la referencia a que «competimos con un amplio conjunto de actividades para el tiempo de ocio de los consumidores, incluidos otros proveedores de entretenimiento en video, como la TV lineal, otras plataformas de *streaming* (incluidos aquellos que brindan contenido pirateado), proveedores de videojuegos y, con más amplitud, con otras de entretenimiento como las redes sociales y otras opciones que nuestros suscriptores puedan elegir en sus momentos de tiempo libre». Para el mercado español, esto supone una



EL VIDEOJUEGO CONSUME CERCA DE 8 HORAS SEMANALES POR INDIVIDUO

competición por conquistar una fracción de esas cerca de 8 horas semanales de atención dedicadas al videojuego. El informe *Entertainment & Media Outlook* de la consultora PwC, para 2023-2027 incluye el apartado titulado *El videojuego como pilar fundamental de la industria*, señalando que en España, los ingresos obtenidos por los videojuegos

Los videojuegos han ocupado un lugar en la ficción televisiva con bastante éxito. Desde RTVE hasta Netflix han apostado por franquicias narradas a través de la animación o de imagen real

fueron de 2.117 millones de euros en 2022 y se espera que alcancen los 2.751 para 2027. La publicidad en los videojuegos, que por el hecho del target y el tiempo de consumo resultan un soporte cada vez más interesante para las marcas y las agencias de medios, prácticamente alcanzará a la inversión en publicidad en televisión tradicional para el año 2027.

SERIES QUE PARECEN VIDEOJUEGOS Y AL REVÉS

La serie *Si fueras tú*, que proponía a la audiencia la elección, al final de cada episodio, de cómo habría de continuar la historia es un ejemplo de dinámicas de gamificación

en TV. La elección afectaba al personaje principal de la serie, Alba Ruiz, que interactuaba con la audiencia a través de las redes sociales en tiempo real. La audiencia tenía 24 horas para votar y elegir el siguiente paso del personaje. En *Life is Strange*, el videojuego se estructura en episodios al estilo de las series de televisión. El videojuego fue premiado con el BAFTA a mejor historia en un videojuego. Uno de los grandes hallazgos de este videojuego es la posibilidad de poder «rebobinar» la acción, de manera que el personaje principal tenga la oportunidad de cambiar las decisiones que va tomando en I→



Cyberpunk 2077 y el universo creado por CD Projekt RED constituyen la base sobre la que se ha realizado Cyberpunk: Edgerunners. Recientemente, Fallout ha sido todo un éxito

mentada, años antes de que *Pokémon Go* se convirtiera en un fenómeno global. La serie, emitida por el canal infantil de TVE, Clan, fue todo un éxito y se distribuyó a varios países.

En el lado del entretenimiento, el *talent show* *Canta SingStar* de 2008, también emitido por TVE en La 1, trasladaba a un formato de concurso de talentos el videojuego de Sony PlayStation.

La serie documental y divulgativa, *Gamer Sapiens* del 2020 de Canal Historia que aborda hasta que puntos los videojuegos reflejan eventos reales de la Historia

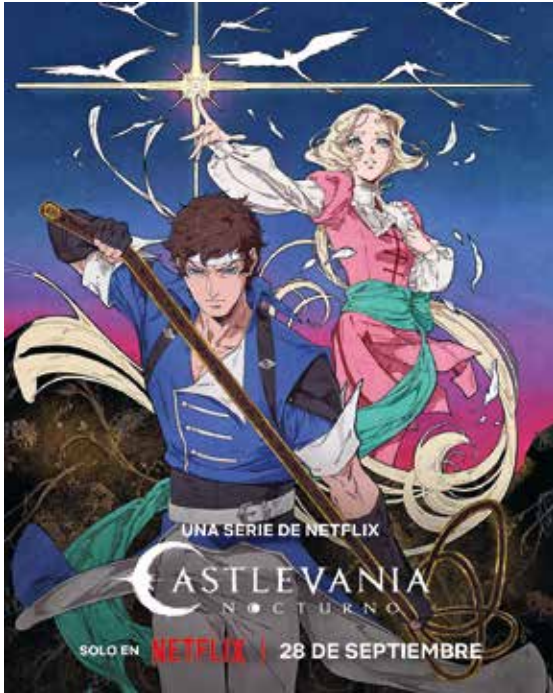
En cuanto al género humorístico, exitosa *Mythic Quets. Banquete de Cuervos*, de Apple TV+ que parodia e ironiza sobre el día a día de un estudio de videojuegos y que cuenta entre las empresas productoras con la divi-

su vida y que traerán nuevas consecuencias.

En el caso de la serie *Defiance* (2013). Syfy y el estudio Trion Worlds lanzaron la serie y el videojuego con el objetivo de que la acción se desarrollara de forma paralela en ambos entornos. El resultado, a pesar del interés despertado, no fue el esperado. Ni la serie, aun siendo renovada hasta dos temporadas más, ni el videojuego convencieron y el pretendido alineamiento en «tiempo real» de la narrativa, no funcionó.

VIDEOJUEGO Y OTROS GÉNEROS

La serie de animación *Invizimals*, coproducida por Sony Computer Entertainment Europe, Screen 21, TVC y TVE, basaba su historia sobre la serie de videojuegos del mismo nombre desarrollados por el estudio español Novorama para PlayStation. La producción corrió a cargo de BRB International. Una de las novedades del juego, trasladada a la serie de televisión, fue la introducción pionera de la Realidad Au-



sión de Ubisoft, una de las mayores empresas de videojuegos del mundo, dedicada a Film & TV.

Las plataformas de *streaming* han llevado la tendencia a un nuevo nivel, convirtiendo al mundo del videojuego en una de sus fuentes más importantes de nuevas historias. Netflix cuenta en su catálogo con títulos como *Arcane*, basada en el universo del videojuego *League of Legends* de Riot, *Dota. Sangre de Dragón*, igualmente serie de animación basada en el juego de Valve, *Dragon Age: Absolution* (animación) ambientada en el universo creado por el estudio Bioware para la saga de videojuegos *Dragon Age*, *Castlevania* basada en la saga

Castlevania, de Netflix, está basada en la saga de videojuegos del mismo nombre

LAS PLATAFORMAS HAN LLEVADO LA TENDENCIA DE LOS VIDEOJUEGOS A UN NUEVO NIVEL

de videojuegos del mismo nombre en los que ha participado uno de los grandes estudios de videojuegos español, Mercury Steam, o *Cyberpunk: Edgerunners* que se ambienta en el mundo creado por CD Project RED para el videojuego *Cyberpunk 2077*. En este último caso, la serie ha representado un impulso para un videojuego publicado con polémica entre la comunidad *gamer* por sus numerosos *bugs*. Además de abordar las mejoras en el juego, la serie enriqueció la percepción del mundo creado para este, de manera que la publicación del nuevo videojuego *Cyberpunk 2077: Phantom Liberty*, ha gozado de una valoración muy positiva, muestra de que hay un camino de doble sentido: el videojuego alimenta nuevas historias y estas historias contribuyen a la longevidad del videojuego.

Mención aparte para *The Witcher*, la exitosa serie de ficción fantástica de la plataforma. El universo de *The Witcher*, es más conocido por la saga de videojuegos de CD Project RED que por la saga literaria original: las seis novelas del autor polaco Andrzej Sapkowski, sin embargo los acontecimientos de las series se apoyan más en las historias originales que en el videojuego. En este caso asistimos a una interesante triangulación entre literatura, videojuego y televisión por *streaming*.

Halo la serie basada en los videojuegos del mismo nombre, cuyos primeros títulos fueron desarrollados por el estudio Bungie para pasar posterior-

mente al estudio propiedad de la división de videojuegos de Microsoft, 343 Industries, ha dado muchas alegrías a Paramount+ y, en el caso de otros territorios como España, a SkyShowtime, siendo a lo largo del año 2022, la serie más vista en la mayor parte de Latinoamérica para una plataforma de *streaming*.

El caso de la reciente *Fallout* de Prime Video, es también una buena noticia para la plataforma. La serie adapta el universo de los videojuegos originales extrayendo aquello que hizo las delicias de los jugadores y convirtiéndolo en una historia coherente en un ejercicio de diseño narrativo. Desde su estreno, la serie se ha mantenido como la más vista de la plataforma aunque en este caso, el desarrollador del juego, la mítica Bethesda, no pueda capitalizar este éxito, cómo han reseñado algunos medios, ya que el videojuego fue discontinuado.

The Last of Us, el videojuego lanzado en 2013 para PlayStation, desarrollado por el estudio Naughty Dog, ha conservado toda la esencia dramática al convertirse en un formato de serie. En este caso, la cercanía relativa del lanzamiento de la segunda parte del videojuego le ha situado entre uno de los productos más vendidos. La serie de HBO Max, con participación de Sony Pictures Television Studios, PlayStation Productions, Word Games, The Mighty Mint, y la propia Naughty Dog, fue merecedora de 8 premios Grammy en la edición de 2023. [2]