



methaodos.revista de ciencias sociales

E-ISSN: 2340-8413

coordinador@methaodos.org

Universidad Rey Juan Carlos
España

Boito, María Eugenia; Mercadal, Silvina Laura
Tecnoestética del videojuego: Pokémon Go o el viaje en círculo de encierro
methaodos.revista de ciencias sociales, vol. 5, núm. 2, 2017, pp. 260-275
Universidad Rey Juan Carlos
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441553367004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Tecnoestética del videojuego: Pokémon Go o el viaje en círculo de encierro*

Techno-aesthetics of the videogame: Pokémon Go or a trip in an enclosure circle

María Eugenia Boito

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
meboito@yahoo.com.ar

Silvina Laura Mercadal

Universidad Nacional de Villa María, Córdoba, Argentina.
silvinamerc@hotmail.com

Recibido: 09-02-2017
Aceptado: 01-05-2017



Resumen

En el siguiente trabajo nos proponemos analizar un nuevo fetiche tecnológico: el videojuego Pokémon Go para smartphones. Las tesis formuladas por Guy Debord en La sociedad del espectáculo para pensar las tendencias del desarrollo de las tecnologías –mercancía vedette de nuestro tiempo–, y las anticipaciones que constituyen la protohistoria del presente en el pensamiento de Walter Benjamin, son claves para indagar sobre la dimensión tecnoestética de nuestra sociedad y su operatoria en las sensibilidades sociales. Las reflexiones que presentamos están organizadas de la siguiente manera: en primer término precisamos el vínculo existente entre “tecnoestética” y “espectáculo”; luego nos centramos en el objeto de análisis a partir del cruce de dos dimensiones: una genealogía discontinua expuesta en ciertos momentos de emergencia de la monstruosidad en los imaginarios –y la experiencia social–, y las modalidades de acercamiento lúdico asociadas que anteceden y convergen en la forma Pokémon Go (PG), como juego del que se participa vía celular. Finalmente, en el marco de tendencias que mediatizan y mercantilizan la vida social en forma creciente, y a la vez fragmentan y segregan a las clases, interrogamos el alcance de la promesa de viaje y juego asociada a PG, produciendo otras formas de monstruosidad ideológicamente construidas que no caben en la mano.

Palabras clave: experiencia, mediatización, mercantilización, tecnología.

Abstract

In the following article we will analyze a new technological fetish: the videogame for smartphone known as Pokemon go. The thesis proposed by Guy Debord in The society of the spectacle in order to understand the development of technologies –the most important commodity of our time– and the proto-history of the present anticipated by Walter Benjamin are the keys we selected to reflect on the techno-aesthetic dimension of our society and its influence in the social sensitivity. The reflections we present here are organized as follows: in the first place we study the link between “techno-aesthetics” and “spectacle”. Secondly, we focus on the object of analysis from a two-dimensional perspective: a discontinuous genealogy exposed in certain moments of emergency of the monstrosity in the imaginary –and the social experience– and the gameplay modalities that precede and converge in the Pokémon Go (PG) form, as a social game which requires a participation via cell phone. Finally, in the context of tendencies that mediate and commodify life in an increasing way, dividing and segregating social classes, we question the promise of travel and play associated with PG, producing other forms of ideologically constructed monstrosity that do not fit in our hands.

Key words: Commodification, Experience, Mediatization, Technology.

Sumario

1. Introducción | 2. Tecnoestética y espectáculo | 3. La telefonía inteligente: dispositivo para el juego | 4. La noción de entorno en el desarrollo de la sociedad espectacular | 5. Genealogía del monstruo | 6. Pokémon como videojuego | 7. Pokémon y las reglas del juego | 8. Breve digresión sobre el fetiche japonés | 9. Discusión y conclusiones | Referencias bibliográficas

Cómo citar este artículo

Boito, M.E. y Mercadal, S.L. (2017): “Tecnoestética del videojuego: Pokémon Go o el viaje en círculo de encierro”, *methaodos. revista de ciencias sociales*, 5 (2): 260-275. <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i2.138>

* Agradecemos la lectura y comentarios del Dr. Agustín Zanotti (CIECS, CONICET y UNC) sobre el artículo.

1. Introducción

Pero precisamente lo impensable de la técnica es que pueda tener como correlato un mundo distinto de la técnica; la técnica es un mundo y no un instrumento, y es aquí donde arraiga el pesimismo de toda meditación acerca de la técnica

Oscar del Barco, El abandono de las palabras

La figura del monstruo ocupa un lugar importante en la cultura contemporánea. Sin pretensiones de exhaustividad, podemos afirmar que la figura acompaña distintos momentos históricos de la sociedad de mercancías –se puede rastrear su emergencia en la literatura gótica del siglo XIX hasta su reciente inserción en la industria del juguete–. En el siguiente trabajo nos proponemos analizar un nuevo fetiche tecnológico: Pokémon Go, lo que comenzó como un videojuego de rol, fue sumando generaciones de monstruos de bolsillo (Pokémon es una contracción de la marca japonesa Pocket Monsters), y hoy es una aplicación para *smartphones* que le da “nueva vida” a las criaturas creadas por Satoshi Tajiri.

Las tesis formuladas por Guy Debord en *La sociedad del espectáculo* para pensar las tendencias del desarrollo de las tecnologías –mercancía vedette de nuestro tiempo–, las anticipaciones que constituyen la protohistoria del presente en el pensamiento de Walter Benjamin, articuladas con la política del monstruo; esto es, la presencia en los imaginarios de la industria cultural del cuerpo anómalo, son lugares claves para reflexionar sobre la dimensión tecnoestética de nuestra sociedad y su operatoria sobre las sensibilidades sociales. En particular, el despliegue de nuevas modalidades de atención dispersa –en sentido benjaminiano– la reorganización de posiciones en relación al eje adentro/afuera, y formas de reconfiguración de la disposición sensorial vinculadas a las medidas de referencia del tiempo y espacio humanos que –en el curso de largos períodos de la historia– han marcado las experiencias del cuerpo en el mundo.

Las reflexiones que presentamos están organizadas de la siguiente manera: en primer término, precisamos el vínculo existente entre “tecnoestética” y “espectáculo”, remitiendo a las perspectivas de Debord y Benjamin; luego nos centramos en el objeto de indagación a partir del cruce de dos dimensiones de análisis: una genealogía discontinua expuesta en ciertos momentos de emergencia de la monstruosidad en los imaginarios y la experiencia social, las modalidades de acercamiento lúdico asociadas que anteceden y convergen en la forma Pokémon Go (en adelante, PG), como juego del que se participa vía celular. Finalmente, retomando la cita con la que iniciamos estas reflexiones, luego del recorrido analítico sobre el objeto/síntoma, respondemos si el pesimismo de Oscar Del Barco está justificado en este caso, con qué alcance y qué hay entonces de la promesa de viaje y de juego asociadas a PG, en el marco de tendencias que por un lado mediatizan y mercantilizan la vida social en forma creciente, y por el otro, fragmentan y segregan a las clases, produciendo otras formas de monstruosidad ideológicamente construidas que no caben en la mano.

2. Tecnoestética y espectáculo

Según Christian Ferrer la noción de espectáculo involucra el advenimiento de una representación del mundo tecnoestética que regula conductas mediante la imposición de un modelo cultural. En la base de tal modelo cultural están las acciones que programa el consumo, pero también la ominosa sustitución de funciones corporales en la que se inscriben las tecnologías con la tendencia a fragmentar y puntuar el tiempo, y disponer formas de movimiento y orientación en el espacio.

Las tesis formuladas por Guy Debord en *La sociedad del espectáculo* resultan aún hoy iluminadoras sobre los modos en que se realizan las relaciones de los sujetos entre sí y con el mundo en nuestro contexto. En este trabajo realizaremos ejercicios de relectura de la noción de espectáculo a partir de pensar las tendencias que expresan los bienes seleccionados por el sistema espectacular –en particular, los bienes tecnológicos– en términos de creación de “entornos”.

La noción de entorno supone la realización perversa de la direccionalidad debordiana. Si la propuesta situacionista implicaba la creación de acontecimientos en primera persona, desde afuera y desde el “más acá” del espectáculo (las sensaciones, el cuerpo), los entornos de los que hablamos tratan

sobre la construcción de situaciones “personalizadas”, donde el sujeto habita un mundo de ensueño generado por otros, pero sostenido por la fantasía de ser parte activa del espectáculo.

Como señalamos en otro lugar (Boito et al., 2015) las características centrales de este espacio/tiempo de la sociedad espectacular expresan –y a la vez modelan– ciertas transformaciones en los modos de subjetivación y socialización; transformaciones que implican una nueva torsión y dinámica del aislamiento por comunicación, ya indicado en la década del 40 por Max Horkheimer y Theodor Adorno. En aquel escrito, los pensadores señalaban que el progreso separa a los hombres no sólo en los espacios laborales (por ejemplo, el uso del vidrio en las construcciones como transparencia que deshace las interacciones entre los trabajadores), sino también en los más diversos medios de transporte y comunicación (desde los autos –en aquella década usados por la familia burguesa de la sociedad de masas– hasta las ofertas culturales de la industria cultural, operando por segmentación de públicos, vía construcción del gusto). Sin embargo, en nuestro tiempo, el aislamiento por comunicación se personaliza, se pega al cuerpo en los dispositivos que portamos –concretamente el celular– implicando nuevas maneras de subjetivación y socialización enmarcadas en formaciones sociales para las cuales es cada vez más pertinente la caracterización como “sociedades de individuos” (sensu N. Elías), pero en un nuevo giro. Aquí la diferencia entre las viejas tecnologías de comunicación –propias de la sociedad de masas estudiada por los teóricos de la Escuela de Frankfurt– y las nuevas tecnologías asociadas a la red de redes se expresa de forma nítida: ya no se trata de dispositivos unidireccionales y sin respuesta del consumidor de sonidos e imágenes –como en el caso de las primeras décadas de la radio y la TV– sino que la inmersión en el nuevo sistema de medios supone y requiere una participación activa por parte del usuario: desde la conexión permanente y veloz hasta la generación ininterrumpida de discursos en variadas materialidades (fotos, textos, sonidos, por solo mencionar algunas) que requieren ser subidas a la red y ser dispuestas para la audición/visibilidad de otros. En este sentido, la idea de “autocomunicación de masas” que plantea M. Castells, resume en cierto modo el ideal optimista vinculado a las TICS en la experiencia contemporánea.

De este modo el aislamiento por comunicación mediante redes reorganiza el adentro/afuera de la experiencia. Paula Sibilia lo manifiesta en el título de uno de sus trabajos “Redes o paredes”. Estar en la red hace posible atravesar la materialidad del espacio cotidiano (hogareño, laboral, de estudio), y estar en ese afuera del ciberespacio que –de manera paradójica– configura otro tipo de “adentro”. Para cada usuario, la cotidianeidad de estar en la red se va configurando “personalizadamente”, a partir de usos que se vuelven rutinarios, en función de cierto estado y alcance de las competencias comunicacionales e intereses culturales en este tema; así como se trama en rutinas la vida de cada sujeto al interior de las paredes que enmarcan los procesos y actividades que hacen a la reproducción de su vida. “La cultura de la conectividad” –de José Van Dijck– analiza de manera pormenorizada las transformaciones de nuestra experiencia en el actual sistema de medios.

Con una intensidad y velocidad creciente, mediante el celular y sus aplicaciones, ambas “experiencias” se anudan: las aplicaciones de Google son un símbolo de esta especie de “agujero de gusano” en términos de Física: configuran un “atajo” entre ambos espacios que se suturan mediante el dispositivo telefónico (la aplicación de Google Maps para el celular no sólo ofrece imágenes de mapas desplazables y fotografías satelitales, sino que con la aplicación Waze hasta una voz nos indica/ordena como llegar a un punto en el territorio “real”).

El celular –que ya ha dejado atrás la exclusividad de la función de telefonía para transformarse en una tecnología que permite a los consumidores portar entre las manos “paquetes de experiencia”, sensu G. Debord¹– es objeto de nuevos ensamblajes con otros dispositivos. De este modo los teléfonos celulares –como nosotros– tienen novísimas prótesis tecnológicas: se transforman en parlantes, se le anexas baterías con carga de larga duración, devienen cámaras fotográficas con excelente definición, son pantallas (quienes estudian el mercado de estos productos han reparado en los usos orientados a escuchar música,

¹ “En su sector más avanzado, el capitalismo concentrado se orienta hacia la venta de bloques de tiempo totalmente equipados, cada uno de los cuales constituye una sola mercancía unificada que ha integrado cierto número de mercancías diversas. Es así como puede aparecer en la economía en expansión de los servicios y entretenimientos la fórmula de pago calculado todo incluido para el hábitat espectacular, los seudodesplazamientos colectivos de las vacaciones, el abono al consumo cultural y la venta de la sociabilidad misma en conversaciones apasionantes y encuentros de personalidades. Esta clase de mercancía espectacular, que evidentemente no puede tener curso más que en función de la penuria acrecentada de las realidades correspondientes, figura con la misma evidencia entre los artículos-piloto de la modernización de las ventas al ser pagable a crédito” (Debord, 1967: Tesis 152).

sacar fotos, mirar películas, etc.). Así, se produce el engrosamiento del “agujero de gusano”, reuniendo tanto espacio como tiempo, antes especificados. Pero detengámonos en los dispositivos celulares, indispensables para jugar con PG.

3. La telefonía inteligente: dispositivo para el juego

En la relación de las tecnologías con el cuerpo la aparición de la telefonía “inteligente” –el Smartphone, precisamente–, con pantalla táctil y la conectividad a internet, indica otro punto de inflexión. En este vínculo la lógica espectacular produce un ensamblaje que a su vez efectiviza un importante cambio, pues la tecnología es una prolongación –en su adherencia– del cuerpo: una especie de prótesis suplementaria² que avanza sobre el aparato psíquico y sensorial. La referida tecnología hace posible la penetración ilimitada de la red informática en la vida cotidiana, así al “inconsciente óptico” benjaminiano se añade el “inconsciente informático” (Cippolini, 2007), la constitución de imaginarios cargados de visiones informáticas.

En el apartado XIII del célebre ensayo sobre la obra de arte Walter Benjamin refiere la conexión que se puede establecer entre el desarrollo de determinada técnica y el aparato psíquico. En su estudio el desarrollo de la fotografía y el cine han tenido un impacto en el aparato sensorial profundizado tanto nuestro mundo óptico como acústico –así como en “Psicopatología de la vida cotidiana” Freud otorgó sentido a conductas que pasaban desapercibidas–, el despliegue de los recursos auxiliares de la cámara (ampliación, retardación, recorte) genera una consciencia ampliada sobre lo visible. Escribe Benjamin:

Al hacer primeros planos del inventario que se presenta ante la cámara, subrayando detalles ocultos de los objetos de utilería más cotidianos, explorando entornos en apariencia triviales bajo la guía genial del objetivo, el cine amplía por un lado la conciencia del carácter inextricable de nuestra existencia, pero por otro lado nos asegura un ámbito de acción enorme (2011: 41).

¿A que remite tal ámbito de acción? Si el primer plano expande el espacio, y la cámara lenta retarda el movimiento, se vuelve posible reconocer estructuras materiales que el ojo humano no podría captar, es decir “la cámara nos permite descubrir el inconsciente óptico” (2011: 42), pues el espacio tramado por la consciencia se superpone con el espacio tramado por el inconsciente.

En la pantalla táctil del teléfono se pueden realizar las operaciones que ofrecen los recursos auxiliares de la cámara. Los pulgares oponentes convergen sobre la pantalla en un dispositivo que aúna las funciones de la cámara con el acopio de la imagen técnica. En el ensamblaje de consciencia, ojo y mano desde el aparato fluyen estímulos sensoriales que penetran la consciencia. Así, los aparatos imponen nuevas tareas a los órganos sensoriales, mientras la mirada se fija –centra su foco de atención– la recepción táctil va constituyendo un hábito, y la consciencia releva sus configuraciones.

La telefonía celular, ahora “inteligente”, es el dispositivo emblemático de las tendencias de personalización y portabilidad que caracterizan a las nuevas tecnologías. La presencia intrusiva del dispositivo, su adherencia al cuerpo, acentúa en el aquí y ahora del sujeto la tendencia a la dispersión. El teléfono estimula de manera permanente una modalidad de atención distraída mediante el goteo de mensajes instantáneos (Whatsapp), notificaciones (vía Facebook u otra red social), se trata de un tipo de recepción distraída, pues la atención se dirige de manera intermitente hacia la pantalla. La atrofia del aura en la que Walter Benjamin reconocía el proceso sintomático propio de la reproducción técnica, alcanza con la portabilidad del teléfono inteligente –nudo de funciones– al sujeto en sus coordenadas vitales, imantado a la pantalla táctil, capturado por el dispositivo, ahora el objeto está en el tiempo/ lugar del sujeto.

En nuestra época la reproducción técnica, sumada a la digital e informática avanza sobre todas las dimensiones de la experiencia. Si para Benjamin la técnica de reproducción desvincula el objeto de su situación respectiva –a la obra de arte del contexto de la tradición– en una insospechada torsión ahora el sujeto aparece disociado o desvinculado de su situación. En un *detournement* del autor se podría afirmar: al multiplicar las reproducciones, la técnica reemplaza el lugar de la existencia irrepetible (del sujeto) por la repetición misma, la experiencia corporal queda capturada, empaquetada en la repetición de acciones

² La prótesis sustituye un órgano, una pieza o miembro del cuerpo, es una suerte de reproducción técnica del cuerpo, pero que adopta el lugar del “miembro fantasma”, a diferencia del smartphone que se añade al cuerpo.

estimuladas por el dispositivo, y confiere actualidad a lo reproducido (al sujeto) al permitirle –desde su situación respectiva–, salir al encuentro de cada destinatario (de sus posteos, imágenes, mensajes instantáneos, etc.).

En el curso de grandes períodos de la historia, reconocía Benjamin, se modifican no sólo formas de vida de los grupos humanos sino la percepción sensorial. En su época quiso comprender tales transformaciones, los condicionamientos sociales presentes en la referida pérdida del aura, reconociendo dos operatorias propias de la importancia creciente de las masas: por un lado “el deseo” de acercar espacial y humanamente las cosas por medio de la reproducción, cuyo reverso es la tendencia a superar la singularidad de cada fenómeno, es decir, la tendencia a suprimir el carácter único e inaprehensible que rodea a los objetos –triturar su envoltura, hacer estallar su aura–, para apropiarse a través de la imagen técnica. En tales tendencias se manifiesta la signatura de una percepción “cuyo sentido de lo idéntico” se acrecienta, así reproducción/ repetición expulsan del horizonte de lo experimentable a lo irrepetible.

Como hemos visto hasta aquí, en nuestra sociedad los dispositivos digitales colonizan los espacios, crean realidades “mixtas”, o bien participan en la construcción de una suerte de disposición umbralicia entre lo real y lo virtual, lo cual no implica desconocer la desigualdad en el acceso tanto a los aparatos como a los servicios. Sin embargo, la participación en el ensueño se expande: adheridos al cuerpo, los artefactos, asimilan como partes propias, y avanzan sobre ciertas funciones: recordar, interactuar, orientarse.

El cuerpo, en reposo, se deja guiar por el dispositivo que es cada vez más íntimo: para encontrarse, para recordar, para percibir/se. Y la orden publicitaria de PG construye el señuelo de la vuelta al andar, la salida a la calle y al jugar con otros; señuelo destinado a las madres preocupadas por el sedentarismo y la soledad referidas –síntoma doméstico en las generaciones más jóvenes³ de la ataxia social como forma de ¿sociabilidad? del capitalismo en siglo XXI–, que asumen de manera compulsiva la interpelación como compradoras/consumidoras de celulares para los niños. Antes de avanzar sobre la forma socio-comunicativa en la que se inscribe el juego mismo, precisemos algunos cambios de este nuevo espacio/tiempo de la sociabilidad espectacular.

4. La noción de entorno en el desarrollo de la sociedad espectacular

Como afirma Debord, la sociedad del espectáculo es una forma particular que adquieren las sociedades cuando el capital llega a un punto tal de subordinación de la vida social que se vuelve imagen⁴. La experiencia cambia a partir de esta visión del mundo –ideológica– que se ha materializado, incidiendo y potenciando procesos de separación (“el alfa y el omega del espectáculo es la separación”, indica en la Tesis 25). De allí que la sociedad espectacular no es la sociedad de los medios; ésta es sólo la expresión superficial de un tipo de experiencia que se ha transformado y en la que las tecnologías se inscriben.

La separación se realiza en la vida social y encuentra en el urbanismo una “ciencia de Estado” para la regulación activa de las maneras de estar/circular de cuerpos, mercancías e ideas, en función de la clase. Por eso para los situacionistas el espacio de la ciudad, planificada y realizada con criterios funcionalistas, devenía “espacio de guerra”/“teatro de operaciones”. Citamos en extenso:

El urbanismo es la realización moderna de la tarea ininterrumpida que salvaguarda el poder de clase: el mantenimiento de la atomización de los trabajadores que las condiciones urbanas de producción habían reagrupado peligrosamente. (...). En La ciudad a través de la historia Lewis Mumford constata: “Con los medios de comunicación de masas que eliminan las grandes distancias el aislamiento de la población ha demostrado ser un modo de control mucho más eficaz”. El movimiento general del aislamiento que es parte estratégica del urbanismo debe también contener una reintegración

³ En un ensayo publicado por revista Anfibia, la investigadora Libertad Borda –impulsora del campo de estudios sobre fans en nuestro país– refiere los usos sociales del juego: fuente de entretenimiento para los tiempos muertos –que incluyen distinto tipo de traslados en la ciudad–, recurso para conocer personas con intereses comunes –sobre todo entre los más jóvenes–. Más adelante el autor del artículo afirma “este juego no es interesante en sí, sino por la socialización que habilita y los códigos culturales a los que remite” (Álvarez Gandolfi, 2016).

⁴ “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada a través de las imágenes” (Tesis 4); “El espectáculo es el capital en un grado tal de acumulación que se transforma en imagen” (Tesis 34).

controlada de los trabajadores según las necesidades planificables de la producción y el consumo. La integración en el sistema debe recuperar a los individuos en tanto que individuos aislados en conjunto: tanto las fábricas como las casas de cultura, los pueblos de veraneo como "las grandes urbanizaciones" están especialmente organizados para los fines de esta pseudo-colectividad que acompaña también al individuo aislado en la célula familiar: el empleo generalizado de receptores del mensaje espectacular hace que su aislamiento se encuentre poblado de imágenes dominantes, imágenes que solamente por este aislamiento adquieren su pleno poder (Tesis 172).

En otras investigaciones hemos trabajado la noción de entorno de clase y círculo de encierro; interrogando la forma de operatoria y concreción del "embellecimiento estratégico" –reconocido por Benjamin en las intervenciones de París realizadas por del Barón Haussmann–, pero analizando el escenario sociourbano cordobés durante la última década; también hemos explorado el "aislamiento por comunicación" que se instancia en estos espacios sociourbanos y se objetiva en usos particularizados de las TICS. (Boito y Seveso, 2015). Aquí las referidas nociones permitían pensar tanto en el escenario urbano como en el "territorio virtual": en ambos fue posible identificar una tendencia en la que los iguales interactúan con los iguales (siguiendo fuertemente una segmentación por clase), en los espacios de habitar-circular-trabajar reales y virtuales. Los modos de transitar y detenerse en la ciudad, así como los modos navegar en el "afuera" del ciberespacio, exponían modalidades no solo diferentes sino desiguales según la clase. En ambos registros el entorno de clase porta un rasgo que se repite: ser y reforzar una especie de círculo de encierro⁵. Así como hay paredes y muros en el espacio urbano que detienen/reorientan la circulación de los más pobres por algunas zonas de la ciudad, se pueden reconocer recorridos acotados y circulares en la navegación por la red.

El dispositivo celular inteligente se inscribe en una experiencia de sociabilidad anclada en procesos y resultantes de la socio-segregación, pero es una tecnología que ha sido y es intensamente usada por los sujetos más pobres. Es decir, la tendencia de separación en el espacio urbano coexiste con otra de signo contrario que interpela de manera transclasista a través de la figura del consumidor, no solo de mercancías, sino de "paquetes de experiencia" mercantilizados como los que "promete" el celular y los juegos, que también actúa y rehace el "aislamiento por comunicación".

En este marco, consideramos que en la experiencia contemporánea la publicidad no es solo un género de la comunicación, sino que es la forma hegemónica que modela las experiencias y las competencias de los sujetos en materia socio-expresiva⁶. La expansión del género subsume bajo sus reglas las formas y los contenidos de heterogéneas prácticas significantes que construyen la discursividad actual; y una de las expresiones de la subsunción referida es la prevalencia del imperativo: ¡Compre! ¡Téngalo! ¡Consuma! De este modo y por fuera del momento publicitario tradicional –parafraseando al pensador Ludovico Silva– encontramos en la vida cotidiana la existencia creciente de "mercancías que hablan como personas" y de "personas que hablan como mercancías". El celular inteligente es una mercancía que habla como persona (recordemos la aplicación Waze antes referida que indica como desplazarnos en territorios desconocidos, por ejemplo); por nuestra parte, muchas veces repetimos los beneficios asociados al consumo de estos productos, tal como han sido enunciados por la publicidad. Dice Silva:

El fetichismo mercantil del que habló Marx ¿ha desaparecido como ideología en un mundo en el que hasta el tiempo es oro, un mundo en el que se explota irracionalmente las motivaciones profundas de los hombres para crear lealtad hacia las mercancías, un mundo en el que estas hablan como personas y las personas hablan como mercancías? (1971:121).

En el Facebook oficial de Pokémon Argentina la orden es: "Levántate, sal afuera y explora el mundo!"⁷ Continuando con las consideraciones situacionistas –pero esta vez siguiendo a R. Vanengeim– el

⁵ La noción de entorno clasista es de nuestra autoría junto a la de círculo de encierro, para dar cuenta de los recorridos circulares por clase en función de las transformaciones sociourbanas que venimos reconociendo en nuestra ciudad.

⁶ "La industria del ocio refina y sin duda multiplica los diversos tipos de comportamiento reactivo de las masas. De ese modo se entrenan para la transformación que sobre ellas ha de imponer la publicidad. La conexión concreta de esta industria con las exposiciones universales está pues bien fundada". (Benjamin, Libro de los Pasajes, G 16, 7).

⁷ <https://www.facebook.com/PokemonGOArgentina/>. En este caso la publicidad como forma discursiva dominante realiza el mandato a jugar "adentro", aunque el juego disponga salir a la calle. Si analizamos el mensaje no podemos obviar la resonancia bíblica, esto es, la orden de Jesús a Lázaro en el Nuevo Testamento. Jesús interpela al cuerpo muerto de Lázaro a que se levante y manifiesta el poder sobre-humano con su capacidad de resucitarlo. El milagro de

“estado de abundancia” que nos promete la mercancía es un estado de voyeurismo, que no ha dejado de profundizarse y avanzar sobre la vida cotidiana, sobre la propia experiencia de estar/ser en el mundo. Se trata de una experiencia perceptiva fundamentalmente visual, que para el autor se expone en un objeto como el caleidoscopio: “A cada cual corresponde su caleidoscopio: un ligero movimiento de los dedos, y la imagen se transforma (...), la monotonía del espectáculo ideológico nos remite ahora a la pasividad de la vida, a la supervivencia” (1967: 28). En el tiempo del espectáculo abordado por Vanengeim sólo se mueven imágenes ante la vista. De la experiencia del caleidoscopio –vinculada con el hechizo o el efecto narcótico de observar una bella imagen– podemos identificar el paso hacia la sumatoria de rápidas y sucesivas vivencias que requieren del giroscopio que portan los celulares; y en esta inflexión, se expresa una modificación en la jerarquía e interacción entre los sentidos. En el visionado de esta nueva realidad (realidad virtual, video 360 grados o realidad aumentada), se evidencia la función del giroscopio, que implica formas y grados distintos en el proceso de inmersión en el “paquete de experiencia” asociado al celular inteligente, y también en las disposiciones de la estructura sensitiva a la que interpelan a través de la mediación tecnológica; disposiciones mediante las cuales reaccionamos tal y como a reaccionamos en la densidad del territorio “real”.

Este es el universo al que ingresamos, donde aparecen los monstruos que vamos a cazar jugando al PG. Pero estos pequeños monstruos situados en el umbral real/virtual que salimos a buscar en las pokeparadas de la ciudad y encontramos con el celular, requieren que nos detengamos en ciertos topes discontinuos sobre la monstruosidad.

5. Genealogía del monstruo

La historia de los personajes Pokémon comienza con las exploraciones que realizaba Satoshi Tajiri en un bosque cerca de su casa en el suburbio de Tokio. El creador de los personajes de niño disfrutaba cazando insectos y renacuajos hasta que el bosque fue destruido. En la vida adulta la pérdida del entorno natural donde realizaba sus exploraciones infantiles se fue cubriendo con monstruos de bolsillo. ¿Cómo explicar este deslizamiento? En verdad más que intentar una explicación se puede pensar que la proximidad con la vida natural está en la genealogía de las criaturas de ficción, las que constituyen una multitud en el universo de Pokémon. Aquí resulta de interés reflexionar sobre las taxonomías tecnoestéticas del videojuego, en las que la anomalía -excepción de lo natural- forma parte de las especies Pokémon, mientras el territorio se reabsorbe como espacio proyectado en una pantalla táctil: destilado de imágenes que –con Donna Haraway– nos llevan a pensar en estos tiempos ciertamente monstruosos.

Michel Foucault en *Los anormales* reconoce el dominio de la anomalía en el siglo XIX, donde el monstruo humano constituye el límite o la excepción de lo natural⁸. Sin embargo, en el repertorio de la cultura la invención de monstruos reúne las variedades góticas con las de la ciencia ficción. El monstruo gótico (Drácula es la figura ejemplar) surge en un campo simbólico dominado por la muerte, mientras la ciencia ficción (máquinas vivientes o alienígenas) explora la vida y sus posibilidades. Asimismo, hablar de la política del monstruo, o la inscripción política de lo monstruoso, supone reconocer la actuación de esta forma de figurabilidad en la lógica de la alteridad y la otredad, nudo conflictivo que recorta posiciones (fascinación, rechazo o repudio), o trascendiendo el problema de la alteridad, acarrea un saber positivo: el de la potencia de los cuerpos⁹.

traerlo de la muerte es precedido por el señalamiento de que Lázaro “solo duerme”, especie de velamiento del acto milagroso ante los ojos de familiares y amigos. Aquí cabría vincular esta expresión del Nuevo Testamento con la consideración benjaminiana sobre el capitalismo como religión –de la eterna desesperación– y con las tesis de Debord donde espectáculo es “guardián del sueño”. Agregamos el siguiente dato del 24 de junio de 2016, cuando a 99.100 personas “les gusta” la página y fue 11.828 veces compartido, en esta especie de religiosidad-laica como acto con función cultural realizado por pequeños feligreses.

⁸ Foucault se ocupa de estudiar la formación del concepto de anormalidad y la institucionalización de un saber que busca defender a la sociedad de los peligros asociados a la enfermedad. En el siglo XIX el dominio de la anomalía se constituyó a partir de tres figuras: el monstruo, el incorregible y el onanista, las que resultarán capturadas en una red de saber y poder. La primera figura corresponde a un dominio jurídico y biológico porque lo que define al monstruo es la violación –o doble perturbación– de las leyes de la sociedad y de la naturaleza. Véase Foucault: *Los anormales*.

⁹ Para Gabriel Giorgi si bien el monstruo define lo prohibido y lo impensable, figura la alteridad y la otredad, también acarrea un saber positivo que explora y desafía la norma de lo “humano”, tal saber implica: “La potencia o capacidad de

Donna Haraway refiere que su *Manifiesto Cyborg*, escrito en 1985, procuraba encontrar una dirección política para enfrentar “la hibridez tecno-orgánica y humanoide” (1994: 88) consumada por las formaciones sociales del capitalismo, y postulaba una creciente “reinvención de la naturaleza” con la inserción de la tecnología en las relaciones sociales. En verdad, hablar de reinvención de la naturaleza implica pensar formas dominantes de relación con la naturaleza, o bien explorar la antropología de la naturaleza.

En *Más allá de la naturaleza y la cultura* Philippe Descola intenta demostrar que la naturaleza es una construcción cultural, dicho en otros términos, que la cultura codifica la materia, descubre propiedades, caracteriza lo viviente. Descola revisa la constitución del dispositivo analítico implicado en la distinción entre naturaleza/ cultura, a la vez que reconoce los signos de un importante cambio en nuestra cosmología. Si la naturaleza era recubierta con una visión antropocéntrica en la medida en que abarcaba “un dominio ontológico caracterizado por su ausencia de humanidad”, en la actualidad se tiende a construir una perspectiva que reconoce la influencia humana en el entorno, esto es la visión del “entorno natural antropizado”¹⁰ de manera irreversible (Descola, 2002: 79).

En el estudio de Foucault el dominio de la anomalía tiene sus abordajes jurídicos, biológicos, en el campo de lo imaginario se agrega su potencia significativa. En tanto “criaturas fronterizas” que desestabilizan los saberes instituidos, pueblan con cuerpos irreconocibles el locus simbólico de la alteridad, además “los monstruos significan”, y nos recuerda Haraway que la palabra comparte más que su raíz con el verbo “demostrar” (1994: 89). Para la autora mientras la naturaleza es una construcción relacional, la tecnología “desnaturaliza”, modela la materia orgánica mediante procesos de producción y reproducción, construye el mundo a imagen de la producción de mercancías. En este marco cabe preguntarse si es posible aún considerar a la naturaleza como espacio opuesto y diferencial –no sólo respecto de la cultura–, debido a que el mundo existe como “naturaleza” en un tipo de relación construida. En otros términos, tanto en su forma como en su contenido la naturaleza es una construcción, lo que quizás obligaría a obliterar y/o suspender como espacios diferenciales lo real/virtual, cuando se analizan los dominios, cada vez más difusos, de lo orgánico en relación de adherencia con la tecnología.

De alguna manera, el juego en el bosque que realizaba Tajiri en su infancia retorna desde aquel fondo arcaico con la invención de una naturaleza acopiada y su construcción monstruosa, pero suprimiendo el carácter inquietante del monstruo –en tanto cuerpo anómalo–, con la creación de una forma de figurabilidad de la naturaleza que tiene los rasgos propios del *manga*.

Los Pokémon son criaturas que dependiendo de su especie tienen características de animales o seres mitológicos, poseen habilidades para atacar o defenderse, debido a que el juego consiste en su captura mediante el dispositivo llamado poke-ball. De acuerdo a la tipología se pueden clasificar según los elementos (agua, fuego, tierra), o bien como parte de la naturaleza (planta o insecto), aunque el imaginario que gobierna la clasificación es aleatorio: hay tipos eléctricos, hielo, peleador, volador, roca, acero, veneno, psíquicos, fantasma, dragón, hada o siniestro.

La especie identifica a un Pokémon según sus características biológicas. En la página con las especies que participan del juego se detallan etimología, características biológicas, fisiología, comportamiento, diferencia de género, evolución. El primero de la lista Bulbasaur, pertenece a la primera generación, su nombre procede de la combinación de las palabras bulbo y saurio (reptil o lagarto). En japonés se llama “semilla extraña” pues resulta un híbrido de animal y planta. En Pokémon la figura del monstruo-animal es central, lo que a su vez introduce un elemento diferente en el dominio de la anomalía, la excepción de lo natural no está vinculada al monstruo humano, sino a una naturaleza polimorfa capaz de producir las más extrañas especies.

variación de los cuerpos, lo que en el cuerpo desafía su inteligibilidad misma como miembro de una especie, de un género, de una clase.” Y agrega: “El monstruo tiene lugar en el umbral de ese desconocimiento, allí donde los organismos formados, legibles en su composición y sus capacidades, se deforman, entran en líneas de fuga y mutación, se metamorfosean y fusionan de manera anómala.” (Giorgi, 2009: 323).

¹⁰ Descola toma nota del desarrollo de la genética, la reproducción asistida, las técnicas de trasplante, que vuelven indiscernible la división entre naturaleza/ cultura.

6. Pokémon como videojuego

El desarrollo del sector del videojuego¹¹, que abarca creación de tecnología, soportes y software, tiene por sede dos países: Estados Unidos y Japón. En los estudios de la economía del sector se lo define como “dinámico”, “resistente a las renovaciones tecnológicas”, capaz de “adaptarse” –en una expresión darwiniana– para constituir la “primera industria cultural multimedia” por sus niveles de convergencia (Moreno en Bustamante, 2003: 207). Un dato interesante es que desde hace unos años la industria de los videojuegos supera a la industria del cine en su volumen de facturación global.

La referida industria tiene su origen en Estados Unidos. En 1962 el Massachusetts Institute of Technology (MIT) desarrolló el juego Space Wars en el que coexistía el imaginario de la conquista espacial con las aventuras bélicas del imperio. Sin embargo, el desarrollo de la industria se realiza en distintos momentos: en 1972 surge la marca Atari –creada por un estudiante que se divertía simulando combates espaciales– con un juego basado en el ping-pong. En 1980¹², el ingeniero japonés Toru Iwatani –con su Pacman– exploró nuevas posibilidades gráficas mediante la invención de un personaje. A mediados de la década del 80 surgen los gigantes Sega y Nintendo, se trata de un período de acusada concentración de las empresas y diversificación de la oferta temática: acción/aventuras, rol, simulación y deporte.

Por otra parte, es interesante reconstruir la historia de la modalidad de figuración –la tipología del dibujo– que luego se transfiere al videojuego. Los antecedentes del manga¹³ se vinculan con la tradición del dibujo monocromo japonés que se desarrolla en torno a distintos motivos, entre los más conocidos está el Chôju Giga o pergamino de animales (“Animal Scrolls”), del siglo XII, en el que se satirizan las costumbres del clero y la nobleza. Para Frederick Schodt es una forma expresiva relacionada con la escritura ideogramática que fusiona escritura y dibujo. En cambio, Jaqueline Berndt sitúa el origen del manga en 1814, cuando Hokusai Katsushika, maestro del ukiyo-e (xilografía), comienza a publicar los tomos del Hokusai Manga; además introduce una controversia respecto de su especificidad cultural, es decir, se pregunta si está asociado a la caricatura occidental o es continuidad de una tradición satírica propia de Japón. En verdad, se podría pensar que resulta tanto de la remota tradición del arte japonés mixturada con elementos de las tiras cómicas de los periódicos norteamericanos. La forma actual del manga proviene de Osamu Tezuka –creador de Astroboy (Atomu Taishi, 1963)– que influye en una generación de dibujantes y animadores con los rasgos de su estilo: los grandes ojos que dotan de expresividad a las figuras, la cualidad cinemática de las tiras gráficas, la diversidad de temas, entre otros. Antes de la irrupción de la animación japonesa en la TV, algunos personajes eran conocidos a partir de los videojuegos, el caso más notorio es Pokémon, concebido como juego deviene serie animada.

En efecto, Pokémon comenzó como un videojuego de rol de la compañía de software japonesa Game Freak, con personajes ideados por Tajiri para la empresa de juguetes Creatures Inc. y distribuida por Nintendo. La palabra Pokémon es una contracción de la marca japonesa Pocket Monsters que significa “monstruos de bolsillo”. El video juego luego se expandió en la industria cultural con la serie de animé y objetos de colección.

La invención de Tajiri fue inspirada por sagas como Final Fantasy y Dragon Quest¹⁴. En Japón el videojuego aparece en 1996. En su origen fue RPG (en inglés role-playing game) para consola portátil y el

¹¹ El videojuego se ha desarrollado en distintos soportes integrados a una pantalla: las máquinas recreativas (destinadas a salones, de juegos poco complejos y de corta duración), la computadora personal (la primera PC de IBM en 1981 era soporte de videojuegos hasta la invención del CD-ROM en 1994), consolas o videoconsolas (conectadas a un televisor funcionan mediante cartuchos con distintos videojuegos), consolas portátiles (dispositivos de menor tamaño que disponen de una pantalla y también funcionan en base a cartuchos), plataformas de juegos on-line (en las partidas intervienen jugadores conectados a Internet que pagan un abono). En la actualidad, los soportes se caracterizan por la convergencia multimedia, la interactividad simultánea y multinivel del juego en red (Moreno en Bustamante, 2003).

¹² La década siguiente estuvo caracterizada por la mejora técnica de las consolas, la aparición del multimedia interactivo y la realidad virtual. A partir del 2000 hay una reconfiguración de la industria con la importancia que adquieren Sony (con su Play-Station) y Microsoft, y el despliegue del juego on-line que implica una nueva modalidad de juego en tiempo real.

¹³ “La palabra manga puede significar caricatura, historieta, tira cómica, libro de historietas o animación”, apunta Vanina Papalini en su estudio. Sin embargo, el término –acuñado por el artista de grabado Hokusai– suele referir las historias de la industria gráfica, mientras animé se utiliza para las animaciones (Papalini, 2006: 24).

¹⁴ Final Fantasy (1987) es una serie de videojuegos de RPG en la que un grupo de héroes jóvenes tiene por misión salvar el mundo como parte de una profecía, mientras en Dragon Quest (1985) –con un núcleo argumental similar– un héroe

juego consistía en ayudar al profesor Oak en su investigación atrapando Pokémon y enfrentado a los entrenadores de la región Kanto¹⁵. A esta primera serie se fueron sumando “generaciones” de videojuegos que agregan especies y regiones. La cuarta generación “Pokémon Mundo Misterioso” incluye las sub-sagas “Exploradores del tiempo”, “Exploradores de la oscuridad”, las que se proyectan en escenarios de tres dimensiones con personajes en dos dimensiones, lo que permite deducir que ya se buscaba expandir las posibilidades del juego.

En la aplicación para smartphones la novedad consiste en la proyección del juego sobre el espacio, con mediación de la pantalla táctil, configurando un régimen de visualidad que atrae la mirada hacia un objeto inexistente. Si en Marx la mercancía –objeto inerte pero coagulo de relaciones sociales–, aparece revestida por un halo fantasmagórico, en lo que describe como “manías teológicas”, ¿qué clase de manía captura un objeto inexistente? ¿Acaso es muestra eficiente de los estímulos que proceden del ambiente tecnoestético (sensu Ferrer) sustitutivo de la realidad? ¿Qué tipo de irrealidad configura el juego? O mejor ¿Qué escena de caza construye?

Pokémon Go se presenta como un viaje por el mundo real y por el mundo virtual. En verdad, hay que sospechar que el viaje no sólo está impedido, sino que la frontera real/virtual se comienza a deteriorar con la pantalla táctil. También ofrece el descubrimiento de un mundo nuevo: ¡el propio! enfatiza. La plataforma del juego es el mundo real, sobre el mundo real se proyecta una imagen virtual, o más bien, el mundo deviene escena para la consecución de la caza: la captura de especies Pokémon.

En *El animal que luego estoy si(gui)endo* Jacques Derrida interroga la indiferenciación respecto del animal producida por la filosofía moderna, y procura discutir con los pensamientos sobre la animalidad¹⁶ en los que encuentra una “denegación sintomática”, y la organización de una antropología, una forma de situarse el hombre frente a “el animal” (Derrida, 2008: 71) que le interesa problematizar. Para el autor, en la relación del hombre con el animal se pone en movimiento “un discurso sobre la huella del otro” que inscribe “la huella del otro como animal”, y habla de huella porque construye la figura del rastro como marca que se sigue o persigue –parecido al recorrido de un animal– que orientándose por el olfato rastrea al otro, una “zona sensible” –reconocerá– poco atendida por la filosofía o las artes.

Para Derrida la caza o la seducción participan de los fenómenos del seguir, movimientos que se realizan mediante una disposición perceptual atenta a la huella del otro. ¿Qué sucede cuando la huella que se sigue o persigue está dentro del dispositivo? En PG no hay posibilidad alguna de construir un movimiento indicial –seguir huellas–, sino un espacio barrido/borrado por el dispositivo que visibiliza la criatura inexistente.

En la serie de videojuegos los escenarios eran regiones de Japón, ahora la novedad es salir a explorar el mundo real. El entrenador puede personalizar su perfil y busca completar su Pokedéx, una enciclopedia virtual de alta tecnología en la que se registran fichas con las características de las distintas especies. Aquí la taxonomía implicada en el sistema clasificatorio del videojuego sirve al acopio de especies, acto que quizás puede tener algo de compulsión fetichista.

7. Pokémon y las reglas del juego

La aplicación para telefonía inteligente estuvo disponible en Argentina el 3 de agosto de 2016, más allá de las fluctuaciones en el interés que generó¹⁷, requiere ser indagada en por lo menos tres aspectos: las reglas que organizan el juego, los escenarios y los dispositivos o tecnologías con las que se ensambla.

viaja para salvar a su país de un poderoso enemigo, incluye el reclutamiento de monstruos como aliados del personaje (vampiros, zombis, momias, dragones, entre otros).

¹⁵ En su estructura el animé se basa en la saga de videojuegos, el personaje Ash Ketchum se inicia como entrenador de Pokémon con Pikachu –el que recibe del profesor Oak– el más conocido y la mascota de la franquicia, un pequeño ratón amarillo de tipo eléctrico. El personaje recorre las regiones con el propósito de reunir medallas de gimnasio para participar en una liga Pokémon. Las medallas son las insignias que se entregan a los entrenadores que han logrado vencer a un líder de gimnasio.

¹⁶ El debate se realiza sobre todo con Kant, Heidegger, Lévinas y Lacan.

¹⁷ Véase “Pokémon Go ya está disponible en Argentina”, sección Tecnología, La Nación, 3 de agosto de 2016; y también “Cede la fiebre por Pokémon Go que ya perdió 12 millones de usuarios”, El Cronista, 24 de agosto de 2016.

Antes de referir las reglas, aparecen indicaciones para iniciar el juego que requieren contar en el celular con Android o un Iphone. Quien se dispone como jugador tiene que bajar la aplicación, registrarse y elegir un avatar que lo representara en el juego. Tanto en el mundo de los video-juegos como en Internet, el avatar es una identidad virtual elegida por el jugador/usuario que lo representa. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra "avatar" tiene tres sentidos, pero uno de ellos parece quedar fuera de juego: el significado de avatar como fase, cambio o vicisitud como acontecimiento contrario al desarrollo o la buena marcha de algo. En PG, el avatar remite al significado que tiene en la religión hindú: encarnación terrestre de alguna deidad, en especial Visnú. En este marco, el tercer sentido de avatar (reencarnación, transformación) supone concebirlo como la presencia de una deidad en un cuerpo (animal, planta, etc.) que tiene como finalidad ordenar cierto caos que hay en el mundo. En el mundo Pokémon el orden que se restablece parece ser salir a la calle, abandonar por un rato la posición horizontal y la permanencia en el lugar, pero continuar con el celular en mano, e iniciar el proceso de "juego social en el afuera" cazando monstruos.

Una vez bajada la aplicación, aparece un Pokémon en un lugar cercano que es necesario atrapar con una pokebola para empezar a jugar. En el lenguaje del mundo Pokémon, "Poke" es un prefijo para referir el objeto de captura y las paradas (una pokebola en la parte inferior de la pantalla es la inocente "arma" de caza; además, es importante identificar en el mundo "real" donde están las pokeparadas si se quiere continuar el juego, ya que en esos lugares se encuentran nuevas pokebolas). Un Pokéstop es un lugar o zona de protección, en el caso de que existan comportamientos "agresivos" por parte de otros jugadores.

El juego se instancia en un "entre" que se expresa en la disposición corporal y en el ejercicio visual que debe realizar el jugador quien, por un lado, debe salir y moverse por las calles de la ciudad, y por el otro, a la vez observar la pantalla del celular donde hay un mapa y el avatar del usuario que lo representa. El objetivo del juego es cazar/capturar la mayor cantidad posible de monstruos, sobre todo los más valiosos para luego pelear en los gimnasios, conquistarlos y ser líderes (en términos ideológicos, en los juegos virtuales y de la vida social, la interacción competitiva, la conquista individual y la figura de líder, son acciones y posiciones que se valoran positivamente de manera naturalizada). Los denominados gimnasios son lugares de la ciudad que se identifican mediante el GPS (plazas, monumentos, paseos) donde se libran batallas con otros jugadores.

El juego supone una modalidad de atención distraída por parte del jugador, instantes de conexión y desconexión propios de un tipo de experiencia que opera mediante la atención dispersa por la sobreestimulación sensible en la que se encuentra instalada; experiencia que supone el deslizamiento del interés y la simultaneidad del mismo sobre distintas zonas, tal como hemos analizado en otra oportunidad, interrogando la relación entre entornos tecnológicos y estructura de la experiencia (Boito y Mercadal, 2015)¹⁸. De allí que para estar en el juego, no dejar de jugar pero a la vez "salirse" de él, Pokémon Go encuentra en Pokémon Go Plus una tecnología que notifica la presencia de monstruos en el territorio por el cual transita el jugador, cuando éste no está mirando la pantalla. Pokémon Go Plus es una pulsera o botón que se ilumina o vibra ante la presencia de una pokeparada¹⁹.

Por lo dicho hasta aquí, la forma tecnológica y los contenidos del juego se inscriben, reeditan ciertos rasgos y dinámicas que definen la estructura de la experiencia que portan los sujetos, con relación a la telefonía como tecnología y forma cultural, parafraseando a Raymond Williams.

¹⁸ En el artículo titulado "En la ciudad de la técnica: Entorno sensitivo y paquete de experiencia", a partir de una vista a Tecnópolis, caracterizamos ciertos rasgos de la experiencia perceptiva contemporánea, que también se expresan en la práctica de juego analizada. "La ciudad de la técnica propone un tipo de experiencia de inmersión sensorial, pero a diferencia de las construcciones de hierro y vidrio propias del siglo XIX, que generaban un tipo de experiencia de "acuario" –tanto en las exposiciones como en los pasajes como catedrales de la mercancía–, en Tecnópolis los pabellones se disponen como módulos aislados del exterior donde se reitera la pantalla como dispositivo para interactuar y/o conocer aspectos de las atracciones, o bien como recurso para la propaganda gubernamental. En su compleja y variada capacidad productiva, el ensueño tecnológico "creador de situaciones" se refuerza con distintos recursos: hologramas, proyecciones, simuladores, video mapping, entornos sonoros, mappings interactivos, realidad aumentada, Kinect" (Boito y Mercadal en Boito, 2015: 185) Las cursivas refieren a los rasgos de la experiencia referida, como manifestación de formas de encierro "a cielo abierto" y de inmersión tecno-educativa en aquella oportunidad.

¹⁹ "Qué es Pokémon Go Plus, cuando saldrá a la venta y a qué precio", sección Tecnología, La Voz del Interior, 18 de julio de 2016.

Pero la técnica devenida mundo –tal como propone la cita de Del Barco– opera “más acá” del contexto de las innovaciones tecnológicas, no sólo en nuestra vida doméstica sino cada vez más implantadas/pegadas dentro/fuera de nuestro cuerpo: en las reglas del juego Pokémon Go se condensan ciertas matrices del juego social en las sociedades contemporáneas. Y aquí también en el agujero de gusano, antes indicado, como figura de sutura entre espacios se manifiesta el umbral de una filosofía práctica, de una moral propia un tipo de sociedad de los individuos, materializada en reglas de juego. Citamos en extenso las reglas para los jugadores, establecidas en la página de Facebook junto a las Normas de Entrenador de Pokémon GO | Pokémon GO Argentina²⁰ (las cursivas nos pertenecen y las intervenciones entre paréntesis):

Respetar la comunidad. (La sociedad de los individuos se reúne en comunidades, como máxima expresión de sociabilidad, que sigue manteniendo la interpelación personal y la cuenta del uno más uno. En términos de los slogans de las empresas de telefonía, “Personal, cada persona es un mundo” y “Comunidad Movistar”, hacen evidencia y mandato lo antes dicho.)

Queremos que Pokémon GO sea una experiencia divertida y *segura* para todos los jugadores y para todas las personas del mundo real donde se juega. *Seguir estas normas de sentido común* te ayudará a garantizarte una gran experiencia para ti y otros jugadores, y los demás no tendrán problemas mientras tú juegas. Recuerda, determinadas interacciones que parecen inofensivas o divertidas para ti pueden parecerles distintas a los espectadores u otros jugadores (...).

Sé respetuoso.

A diferencia de otros juegos, puedes conocer realmente a la gente contra la que juegas. Mantener el tono cortés y divertido va en interés de todos. Por favor, respeta al resto de Entrenadores. *Nunca difames, abuses, hostigues, dañes, acoses, amenazas o violes de cualquier manera los derechos legales (incluidos los derechos de privacidad y publicidad) de los demás.* Saltarse las normas puede dar como resultado perder tu cuenta. Si otros jugadores se ponen agresivos, ofenden o defienden de forma excesivamente protectora un Pokéstop o un Gimnasio, o presentan una actitud provocadora, por favor, *apártate de la situación, no participes e infórmanos.* (Como lo que distingue al juego es una “salida” a las calles de la ciudad, la primera definición del territorio retoma la presentación social dominante, asociándolo a lo peligroso. De allí las recomendaciones para garantizar la *seguridad* en la interacción lúdica. El contacto o roce con otro jugador puede darse a partir de la *competencia* y la *apropiación individual* de los monstruos. El campo de planteo y resolución de los conflictos se presenta inscripto en una matriz de derechos a respetar (“Se respetuoso” es la segunda regla) y la falta se castiga con la salida del juego –“perder tu cuenta”–. Como al juego lo hacemos entre todos, ante situaciones ofensivas o agresivas, se le solicita al jugador que se aparte e informe al administrador).

Respetar la privacidad.

Los jugadores se identifican en el juego con los apodos que hayan elegido. Además, para realizar elecciones inteligentes sobre cómo quieres revelar tu identidad (por ejemplo, no usar tu nombre real como apodo y evitar publicar tu apodo relacionándolo con tu nombre real), no publiques, vuelvas a publicar o reveles otra información sobre la identidad de otro usuario, incluidos su nombre, número de teléfono, dirección de correo electrónico o dirección física, incluso si un jugador desvela esta información primero. No desveles (sic) dicha información sobre espectadores o cualquier otra persona. Además, no tomes fotos o videos de otros jugadores sin su permiso. *Saltarse las normas puede dar como resultado perder tu cuenta.* (Se trata del derecho de privacidad y de publicidad. Lo que aparece en la pantalla de cada celular durante el juego es el avatar, pero como “puedes conocer realmente a la gente contra la que juegas”, al seguir el mandato de salir y explotar *tu mundo* –y “cada persona es un mundo”, según Movistar–; esto enfatiza la interpelación al sujeto en términos de “tu”, de uno más uno, pero también, según la misma empresa en el mandato/slogan 2016 “Compartida, la vida es más”, por lo cual el contacto o la conexión debe ser/estar protegida y las recomendaciones que aparecen se podrían subsumir bajo la noción de “derecho a no ser acosado” que es recurrente en la modelización de las interacciones con extraños en la cotidianeidad).

²⁰ “Normas del entrenador de Pokémon” en la página de soporte del juego <https://support.pokemongo.nianticlabs.com>. Consulta: 18/7/2016.

Adhiérete a las normas del mundo humano. (Hay *un* mundo humano, así como *un* conjunto de reglas a seguir y derechos a respetar).

Recuerda estar alerta en cualquier momento y ser consciente de tu entorno. No traspases u obtengas de cualquier manera, ni intentes obtener acceso a cualquier propiedad o ubicación en la que no tengas derecho o permiso para estar.

Evita el contenido inapropiado.

Podemos revisar el contenido que crees con Pokémon GO, particularmente si otro usuario lo ha marcado como ofensivo, y podemos eliminarlo si creemos que es inapropiado para el juego. *Esto puede incluir contenido sexual o pornográfico, obscenidades y expresiones groseras.* (En las reglas aparece como un acto aislado “podemos revisar” el tipo de contenido mencionado, mientras que lo que se tematiza es la visibilidad total que como potencia tiene la Compañía de este juego).

No hagas trampas.

No lo hagas. Juega limpio. Pokémon GO es adecuado para jugar en un dispositivo móvil y *¡te lleva fuera, a explorar tu mundo!* Por desgracia, el único límite de las trampas que pueden realizarse es la imaginación de los tramposos, pero incluyen lo siguiente: usar software modificado o no oficial; jugar con múltiples cuentas; compartir cuentas; usar herramientas o técnicas para alterar o falsificar tu ubicación; o vender y comerciar con las cuentas. (Los mandatos son claros y aparecen en la zona ambigua de una orden/pedido. “No hagas trampas. No lo hagas”. Pero lo interesante es lo que se define como trampas, prácticas que ponen en acto la multiplicación ficticia de jugadores en la vida real, las prácticas de compartir las cuentas –“una cuenta por jugador, por favor”–, y los resultantes del ejercicio popular de “la imaginación técnica” transformando los dispositivos –sensu Sarlo–).

PG es un juego que reconoce su origen japonés, por su inscripción en la biografía del creador que hemos referido y por las matrices socio-culturales que han dejado su marca en los personajes. Sin embargo, en este tiempo del capitalismo a escala planetaria con tonos y valores asiáticos, su desplazamiento y emplazamiento en heterogéneos territorios de sociedades occidentales como la nuestra, hace pertinente interrogar ciertas continuidades y discontinuidades del objeto/juego y su carácter fetichista.

8. Breve digresión sobre el fetiche japonés

Si para Roland Barthes Japón es el país de la escritura, se podría interrogar su fascinada lectura de la cultura japonesa, procurando captar emergencias, huellas, astillas en PG.

¿Qué hay de Japón en PG? Barthes habla del signo japonés, lo encuentra regulado, fijado, “nunca se naturaliza o racionaliza”, a la vez se trata de un signo vacío cuyo significado escapa pues en el fondo no hay verdad (ni dios, tampoco moral). Así tiene en cuenta rasgos de la cultura japonesa en la que encuentra un “sistema simbólico inaudito” (1990: 8), que se aparta del “nuestro”.

En procura de captar tales rasgos Barthes decide dejar en una zona de sombra el Japón capitalista, la culturización americana, el desarrollo técnico que ofrecerían pistas más certeras, o en todo caso pondrían en evidencia fisuras o filtraciones de lo simbólico. En la situación de escribir Japón –no tanto “sobre” o “acerca de”– ha experimentado una “sacudida del sentido”, “hasta su vacío”, sin que el objeto se emancipe, o deje de ser deseable. En tal escritura se produce el acontecimiento Zen, es decir, el conocimiento y el sujeto vacilan, se realiza un “vacío de palabra”. Aquí se puede reconocer un rasgo, en el vacío, en la exención de todo sentido, aparece aquello que marca los espacios vitales y los cuerpos.

El segundo rasgo se vincula con aquello que Barthes refiere en “los paquetes”. Las cosas y las maneras japonesas –escribe– parecen pequeñas, no tanto por su tamaño, sino porque parecen “enmarcados”. La miniatura procede de una especie de precisión que delimita la cosa, y añade: “la cosa no es limpia de una manera puritana (por limpieza, franqueza u objetividad), sino más bien por un suplemento alucinatorio (análogo a la visión surgida del hachís, según Baudelaire) o por un corte que quita al objeto el penacho del sentido y aparta de su presencia, de su posición en el mundo, toda tergiversación” (1990: 62). En la cosa entonces, pulcritud, halo alucinatorio y corte, envolviendo o colocando un marco invisible. El objeto recompone el espacio en el que está situado, por ejemplo: el arreglo de flores –el ikebana– que la

estética occidental encuentra “rigurosamente construido”, hay un trazado, un volumen, un trayecto, una escritura de la mano que ha tramado la figura. Por último, el paquete deja de ser un accesorio que recubre el objeto y “se consagra como algo precioso” (1990: 65).

Sin embargo, por su rigurosa confección el paquete demora el descubrimiento de aquello que guarda, en ocasiones suele haber una desproporción entre la cosa y el paquete, y así la relación entre el regalo –insignificante– y la suntuosa caja se invierte. Según Barthes la caja representa al signo, como envoltura “vale por lo que esconde” y designa (1990: 66). El trabajo remite a la confección del envoltorio, se retira el halo del objeto –su significado escapa– y cuando al fin se descubre resulta insignificante. “La riqueza de la cosa y la profundidad del sentido no se toleran más que al precio de una triple cualidad, impuesta a todos los objetos fabricados: que sean precisos, móviles, vacíos” (1990: 67).

La vacilación del sentido es una suerte suspensión de lo que pretenciosamente creemos conocer, así como la manera en que se retira del objeto para transferir a la envoltura –mucho más preciosa– las representaciones sensibles, se pueden reconocer los rasgos de la cultura japonesa que asume, no tanto a PG, sino la mercancía o, mejor dicho, la forma japonesa de trato con la mercancía. El signo vacío, la pura forma, es quizás la expresión inversa y apoteótica del fetiche (demasiado lleno). Las sutilezas metafísicas y reticencias teológicas de las que habla Marx están aquí reducidas, más que coagular, vaporizan su carácter social: se suspende el hechizo del sentido/ contenido para atraer hacia el signo/ forma, y es el significado que huye el que se persigue en la miniatura (pocket es bolsillo, bolsa, hueco), recubierta, empaquetada, móvil. Quizás en la capacidad de atraer la atención hacia un significado que escapa se cifre el éxito de ciertos productos de la industria cultural japonesa.

9. Discusión y conclusiones

Las palabras de Oscar del Barco que inician estas reflexiones plantean que la técnica no puede ser concebida como mero instrumento, sino como mundo, es decir configurando “un” mundo. Si la técnica es un mundo ¿Qué clase de mundo está implicado en el artículo indefinido “un”? La representación del mundo tecnoestética vinculada a la noción de espectáculo, su articulación con las acciones que direcciona el consumo, y la extendida sustitución de funciones corporales por los dispositivos portables –prótesis suplementaria– que van ocupando el lugar del sujeto forman parte de ese mundo. El pesimismo que admite Del Barco quizás proceda del creciente reemplazo de acciones corporales –materia sensitiva en la que se inscribe toda experiencia, “volumen en perpetuo derrumbamiento” describía Foucault– que realizan las tecnologías.

El agujero de gusano puede aquí metaforizar la reconfiguración de la experiencia del espacio y del tiempo que, condicionados por las tecnologías, disponen un régimen perceptual que reduce el espacio a una dimensión mensurable, atravesable, incluso irrelevante para hacer posible el “contacto” con otros, mientras el tiempo se fragmenta, dilata y puntúa en unidades en las que se impone la inmediatez, la eficiencia y por ende tiende a resultar insostenible cualquier tipo de demora o retardo.

Asimismo, el gusano puede metaforizar la destrucción de la experiencia que implica el desarrollo incesante de la técnica avanzando y colonizando la sensorialidad corporal (como el gusano llamado taladro o barrenos que se alimenta de la pulpa y luego se descuelga en un hilo de seda técnico para continuar su metamorfosis).

En 1933 Walter Benjamin ya advertía la pobreza de nuestra experiencia, pero a diferencia de Del Barco, procuraba pensar sus aspectos positivos: tal pobreza lleva a comenzar desde el principio, a empezar de nuevo, a construir con poco, proponía. Sin embargo, ¿Cuántos están dispuestos a semejante ejercicio espiritual? Si cabe aquí tal expresión anacrónica, quizás la propuesta benjaminiana sea parte de prácticas de pensamiento y de creación que se realizan por fuera de los mandatos de la época.

El mandato de PG “¡Levántate y explora!” puede ser leído como un síntoma de aquello que es cada vez más irrealizable, salir del sedentarismo asociado al uso de las tecnologías que se adhieren al cuerpo, aventurarse a lo desconocido que supone la idea del viaje, y aún más, explorar o conocer el mundo propio, reducido a una serie de circuitos, o círculos de encierro donde se mueven las clases sociales.

Finalmente, si la figura del monstruo ocupa un lugar central en los repertorios de la cultura, su inscripción política debería incluir la percepción de lo monstruoso como hecho cotidiano: en las modalidades en que se naturaliza la explotación, se legitiman formas de control social por vía de la

seguridad policial, se instancia el lazo social en torno a los significantes provistos por la publicidad o determinados por el consumo. Además, en nuestra condición histórica –“el torniquete de la historia” diría el poeta Leónidas Lamborghini–, una anomalía ha devenido mundo: la civilización actual –el modo de vida industrial– se revela como una catástrofe en la historia del planeta. Paul Crutzen y Eugene Stoermer introducen el término Antropoceno para caracterizar la época en la que el hombre se convierte en una fuerza geológica. En verdad, el hombre –como el aprendiz de brujo– no puede controlar las fuerzas devastadoras del sistema tecno/económico dominante –el capitalismo mundial– que de manera creciente se experimenta como presente sin porvenir, “mientras tanto” se coleccionan monstruos de bolsillo, se desenrollan pergaminos de animales extintos, se fabrican las respectivas fantasías políticas –promesas de futuro– para la época. Desde aquí “Proyecto Tango”²¹ –de realidad aumentada que está preparando Google para el presente año– resignifica a Pokemon Go como sólo un nuevo inicio: un espacio/tiempo en el cual la tecnoestética del videojuego condensa una especie de tour que se refuerza como círculo de encierro; nuevo giro y pliegue en las formas de aislamiento por comunicación.

Referencias bibliográficas

- Álvarez Gandolfi, F. (2016): “El núcleo duro de Pokémon Go”, *Revista Anfibia*. Disponible en web: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/el-nucleo-duro-de-Pokémon-go/>
- Barthes, R. (1900): *El imperio de los signos*. Madrid: Mondadori.
- Benjamin, W. (1999): *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.
- (2005): *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- (2011): *La obra de arte en la época de la reproducción técnica*. Buenos Aires: El Cuenco de Plata.
- Boito, M. E. y Mercadal, S. L. (2015): “En la ciudad de la técnica: Entorno sensitivo y paquete de experiencia. Una visita a Tecnópolis (2013)”, en Boito, M. E. comp.: *Lo popular en la experiencia contemporánea: emergencias, capturas y resistencias*. Buenos Aires: El colectivo.
- Boito, M. E., Espoz, M. B. y Michelazzo, C. (2015): “Una relectura de la noción de espectáculo a propósito de las experiencias en los entornos tecnológicos”, *Revista Sociedad y Discurso*. 27.
- Boito, M. E. y Seveso Zanin, E. (2015): *La tecnología como ideología en contextos de socio-segregación, Ciudades-Barrio (Córdoba 2011-2014)*. Rosario: Puño y Letra, Editorialismo de base.
- Buck-Morss, S. (2005): *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires: Interzona.
- Cippolini, R. (2007): *Contagiosa Paranoia*. Buenos Aires: Interzona.
- Debord, G. (1995): *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- (1999): *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- Danowski, D. y Viveiros de Castro, E. (2015): “¿Hay un mundo por venir?”, *Revista Otra parte/Duración, Dossier Pensamiento*, octubre: 3-19
- Derrida, J. (2008): *El animal que luego estoy si(gui)endo*. Madrid: Trotta.
- Descola, P. (2002): “Más allá de la naturaleza y la cultura”, en Instituto Frances de Estudios Andinos, *Antropología de la naturaleza*. 9-50. Lima: Lluvia editores.
- Foucault, M. (2000): *Los anormales*. Buenos Aires: FCE.
- Giorgi, G. (2009): “Políticas del monstruo”, *Revista Iberoamericana*, LXXV (227): 323-329. <https://doi.org/10.5195/reviberoamer.2009.6575>
- Haraway, D. (1994): “Todos somos cyborgs” y “Las promesas de los monstruos: hacia una lógica de significaciones”, en Link, D. comp., *Escalera al cielo. Utopía y ciencia ficción*. Buenos Aires: La Marca.
- Moreno, P. M. (2003): “El videojuego: lecciones de la primera cultura multimedia”, en Bustamante, E. coord., *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Papalini, V. A. (2006): *Mundos tecnológicos. Animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: La Crujía.
- Silva, L. (1971): *La Plusvalía Ideológica*. Caracas: Editorial Universidad Nacional de Venezuela.
- Vaneigem, R. (2008): *Tratado del saber vivir para uso de las jóvenes generaciones*. Barcelona, Anagrama.

²¹ Sobre este proyecto véase: “Salió a la venta el primer teléfono con Proyecto Tango”, Infobae, Sección Tecno y “Proyecto Tango con tecnología 3D” <https://www.youtube.com/watch?v=okGnWdjzGbl>. Consulta: 5 de enero de 2017.

Breve CV de las autoras

María Eugenia Boito es Licenciada en Trabajo Social y Comunicación Social (UNC), Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea (UNC) y Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Es profesora Adjunta y Asociada en la UNC. Investigadora Adjunta en CONICET. Su principal línea de investigación trata sobre las Estructuras de sentir /estructuras de experiencia de las clases subalternas en contextos de mediatización y mercantilización. Coordina junto a la Dra. María Belén Espoz el Programa de Investigación "Ideología, prácticas sociales y conflictos", CIECS, UNC y CONICET.

Silvina Laura Mercadal es Licenciada en Comunicación Social (UNC) y Máster en Comunicación y Cultura Contemporánea (UNC). Profesora Adjunta en la Universidad Nacional de Villa María (IAPCS-UNVM). Codirige junto a la Dra. Daniela Monje el proyecto "Políticas de Comunicación y Cultura en la ciudad de Villa María. Industrias culturales y comunidades experimentales" (UNVM) y coordina junto a la Dra. Laura Maccioni el proyecto: "Formas del desacuerdo: configuraciones de la subjetividad en textos y experiencias artísticas, literarias y comunicacionales" (SECYT-UNC).