



OCIO, CULTURA Y APRENDIZAJE: HISTORIA Y VIDEOJUEGOS

Juan Francisco Jiménez Alcázar
Gerardo F. Rodríguez
Stella Maris Massa
(Coords.)



Proyecto de investigación I+D+I:
*Historia y videojuegos (II): cono-
cimiento, aprendizaje y proyección
del pasado en la sociedad digital*
(HAR2016-78147-P)



**Juan Francisco Jiménez Alcázar, Gerardo F. Rodríguez e
Stella Maris Massa (coords.)**

Ocio, cultura y aprendizaje: Historia y videojuegos

Colección Historia y Videojuegos nº 7



Ocio, cultura y aprendizaje: historia y videojuegos / Juan Francisco Jiménez Alcázar, Gerardo F. Rodríguez y Stella Maris Massa (Coords.).- Murcia : Universidad de Murcia. Servicio de Publicaciones, 2020.

– (Colección Historia y Videojuegos ; 7) (Editum)
I.S.B.N.: 978-84-17865-28-3

Videojuegos-Aspectos culturales.
Jiménez Alcázar, Juan Francisco.
Rodríguez, Gerardo (Gerardo Fabián), (1967-)
Massa, Stella Maris
Universidad de Murcia. Servicio de Publicaciones.

794:004.4

1ª Edición 2020

Reservados todos los derechos. De acuerdo con la legislación vigente, y bajo las sanciones en ella previstas, queda totalmente prohibida la reproducción y/o transmisión parcial o total de este libro, por procedimientos mecánicos o electrónicos, incluyendo fotocopia, grabación magnética, óptica o cualesquiera otros procedimientos que la técnica permita o pueda permitir en el futuro, sin la expresa autorización por escrito de los propietarios del copyright.



Proyecto de investigación I+D+I: *Historia y videojuegos (II): conocimiento, aprendizaje y proyección del pasado en la sociedad digital* (HAR2016-78147-P). Financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Todos los trabajos han sido sometidos a un sistema de revisión científica externa de originales (revisión anónima por al menos dos especialistas en el tema del estudio).

Director de la colección: Juan Francisco Jiménez Alcázar

© Los autores
Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones, 2020



ISBN: 978-84-17865-28-3

Depósito Legal: MU 331-2020

Diseño e impresión: Compobell, S.L.

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

Presentación.....	7
<i>Juan Fco. Jiménez Alcázar, Gerardo F. Rodríguez y Stella Maris Massa</i>	
<i>Nioh</i> (Team Ninja, 2017): una versión alternativa del periodo Sengoku (1467/1477-1603).....	9
<i>Claudia Bonillo Fernández</i>	
Las sombras de una sombra: representación cultura japonesa en <i>Sekiro: Shadows Die Twice</i>	63
<i>David João Cordeiro Fernandes</i>	
«Dar sentido a la (hiper)memoria»: hacia una metodología científica para el estudio del pasado en los videojuegos.....	97
<i>José Carlos García Vega</i>	
La fin del mundo: Historia, cultura, videojuegos y apocalipsis.....	127
<i>Juan Francisco Jiménez Alcázar y Gerardo F. Rodríguez</i>	
Españolada, memoria histórica y representación digital: la Guerra Civil española en el mundo del videojuego.....	185
<i>Antonio César Moreno Cantano</i>	
Hiperhistoria, el uso del pasado en el videojuego. El caso de <i>Wolfenstein II: The New Colossus</i> y <i>Call of Duty: WWII</i>	205
<i>Alberto Venegas Ramos</i>	

HIPERHISTORIA, EL USO DEL PASADO EN EL VIDEOJUEGO. EL CASO DE *WOLFENSTEIN II: THE NEW COLOSSUS* Y *CALL OF DUTY: WWI*¹

Alberto Venegas Ramos

Universidad de Murcia

1. PRESENTACIÓN

Cada vez es más frecuente que las obras artísticas de masas ambientadas en el pasado no se basen en el pasado para representar el tiempo y el lugar elegido, sino que escojan como fuentes otras obras artísticas de masas anteriores que han logrado erigirse como mediaciones maestras² del momento escogido. Sus responsables entienden, en muchas ocasiones, el tiempo pretérito como una fuente de imágenes y mensajes útiles para conformar una obra divertida y seductora destinada al consumo de masas, un hecho característico del capitalismo artístico caracterizado por haber alcanzado un “modo de producción estético (...) dominado por “los imperativos del estilo, de la belleza y del espectáculo” de acuerdo al sociólogo Lipovetsky y el historiador del cine Serroy (2015, p. 32) en su obra *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*.

1 Este trabajo se inscribe en el seno del proyecto de investigación *Historia y videojuegos (II): conocimiento, aprendizaje y proyección del pasado en la sociedad digital* (HAR2016-78147-P), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidad, Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, convocatoria de Excelencia 2016. <https://www.historiayvideojuegos.com>.

2 Una representación en cualquier medio que reclame el estatus definitivo de la memoria y la experiencia de una guerra y su generación y que posteriormente funcione como una referencia obligada para las representaciones subsiguientes del conflicto en toda la estructura transmedia (RAMSAY, 2015, p. 83)

Un “modo de producción estético” que ha entrado de lleno en el ámbito cultural-artístico relacionado con el pasado. El pasado que muestra las producciones más populares es estético y en él el estilo, la forma, pesa más que el mensaje, el fondo. El ayer se ha convertido en hiperespectáculo³ desligado de cualquier tradición o cultura: “Así como lo político se emancipó de lo religioso y lo económico y lo económico de lo político, lo cultural (los estilos de vida) se ha liberado de las costumbres y tradiciones” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 329) y, podríamos añadir aquí a la “hiperhistoria”, un modo de recordar que se ha liberado de la historia, confirmando los ecos premonitorios que ya pronunció Enzo Traverso en su trabajo *El pasado: instrucciones de uso*:

“Ese fenómeno revela indudablemente un proceso de *reificación del pasado*, es decir, su transformación en objeto de consumo, estetizado, neutralizado y rentabilizado listo para que la industria del turismo y del espectáculo lo recupere y utilice” (Traverso, 2011, p. 14).

El pasado, en los medios de comunicación de masas, ya ha conseguido el estatus que clamaba Traverso y se ha convertido en cultura mediática. Lipovetsky y Serroy estudiaron este fenómeno en su obra *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna* donde dieron forma al concepto arte de masas considerado así por su modo de producción (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 36), su modo de difusión (p. 38) y su modo de consumo (p. 39) y cuyo fin último “no es la elevación espiritual del hombre, sino un consumo de productos incesantemente renovados que permiten satisfacción inmediata y no exigen ninguna educación, ningún punto de referencia cultural” (p. 39).

En relación concreta al estudio del videojuego histórico existen pocos trabajos que traten sobre este aspecto: la reificación del pasado y su empleo como fuente para representarlo bajo los condicionantes de la diversión, la seducción y la rentabilidad. Es por ello que las herramientas empleadas están seleccionadas de campos como la cultura visual, los estudios sobre cultura de masas y la memoria. Aquí radica la dificultad del trabajo y la originalidad del mismo.

Cultura visual porque en el medio del videojuego predomina la imagen como medio de transmisión de información, una situación de especial relevan-

3 Entendido este concepto como la unión de lo económico, la diversión y la seducción y el tratamiento de todos los temas como entretenimiento. “El hiperespectáculo lo transforma todo, la cultura, la información la política en espectáculo de *show-business*, pensando en placeres y emociones que se renuevan sin cesar y su proyección se articula en diferentes medios de comunicación de masas al mismo tiempo” (LIPOVETSKY y SERROY, 2015, p. 225).

cia y que nos permite hablar de ésta como lo hacía Berger, estableciendo una división entre *picture* e *image* donde la segunda se define como: “una vista que se ha recreado o reproducido. Es una apariencia, o un conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el tiempo en que apareció por primera vez y que se ha preservado durante unos momentos o unos siglos” (Berger, 2018, pp. 9-10). La imagen del pasado que realizan los videojuegos examinados se ha separado del lugar donde aparecieron y del tiempo donde nacieron para ser adaptadas al presente de acuerdo a los condicionantes ya establecidos: diversión, seducción y rentabilidad.

Cultura de masas porque como ya hemos establecido, el videojuego se encuentra dentro de las características del arte de masas definido por Lipovetsky y Serroy. Su producción “permite que una sola película sea vista al mismo tiempo por muchas personas (...) Este aspecto colectivo (...) está también presente en su elaboración, que necesita la división del trabajo. (...) Aunque se construya según un género y una fórmula acuñada, una película debe tener un mínimo de individualidad y de novedad” (Lipovevsky y Serroy, 2009, pp. 36-37). Definiciones diseñadas para el cine que concuerdan a la perfección con el videojuego y que se extienden, igualmente, al modo de difusión y al modo de consumo (pp. 38-39).

Memoria porque el videojuego, frente a los que defienden que es una forma historiográfica (Chapman, 2016, p. 3), es una forma de memoria que, según Todorov es: “una construcción, (...) una selección de hechos del pasado y su disposición en función de una jerarquía que no les corresponde por sí mismos, sino que les otorgan los miembros del grupo” (p. 93), líneas a las que habría sumarle estas de Traverso: “El pasado se transforma en memoria colectiva luego de haber sido seleccionado y reinterpretado según las sensibilidades culturales, los dilemas éticos y las conveniencias del presente” (Traverso, 2011, p. 14), una selección y reinterpretación cada vez más controlada por los medios de comunicación y los poderes públicos (p. 13).

Por lo tanto, la cultura visual, por ser la imagen el medio dominante en el videojuego, la cultura de masas, por ser el videojuego histórico de gran presupuesto parte esencial de ella y memoria porque el medio interactivo es una forma de recuerdo y representación del pasado, formarán los puntos esenciales de nuestro marco teórico para la observación de las fuentes seleccionadas.

La primera fuente es *Wolfenstein II: The New Colossus* (Machines Games, 2018), un videojuego sueco de acción en primera persona ambientado en Estados Unidos durante la ocupación alemana del país tras la victoria del Tercer Reich en la Segunda Guerra Mundial. El objetivo del protagonista es dar co-

mienzo a la “Segunda Revolución Americana” para acabar con la dominación nazi del país. Un título marcadamente fantástico que tanto él como su secuela provocaron numerosas polémicas por su representación del nazismo y el Holocausto (Hoffman, 2014; Batchelor, 2017). Más allá de estas polémicas el título supo emplear referencias históricas para dotar de mayor verosimilitud a su videojuego utilizando el ayer como una fuente de imágenes para forjar un producto artístico destinado al consumo de masas cuya característica principal era la acción hiperbólica. MachineGames creó, con *Wolfenstein II: The New Colossus*, un Estados Unidos dominado por la Alemania del Tercer Reich bajo un formato del pasado hiperspectacular.

~ Ilustración 1 ~



Imagen promocional de *Wolfenstein II: The New Colossus* en la que podemos apreciar un tipo de café ampliamente representado en la cultura de masas y asociado a las décadas de 1950 y 1960 en EE.UU.

Wolfenstein II: The New Colossus, y su secuela *Wolfenstein: The New Order*, emplean la estética nazi, o lo que ellos mismos denominan el “estilo nazi”, para presentar una ucronía en la que el Tercer Reich ha vencido en la Segunda Guerra Mundial y ha conquistado el mundo junto a sus aliados. En ellos aparecen temas como los campos de concentración, la resistencia antifascista o la monumentalidad estética del nazismo. La combinación de futuro y pasado en un videojuego actual se nos antoja de sumo interés para comprobar el uso que han

hecho del ayer. Además el éxito de la propuesta y de la saga⁴ medida en unidades de venta y críticas favorables nos permite hablar de un videojuego de éxito cuyos mensajes e imágenes han sido leídos y vistos por una audiencia amplia. Y a la vez encaja en la definición ofrecida por Lipovetsky de cultura de masas, en la de Berger de imagen y en la de memoria ofrecida por Todorov y Traverso.

Call of Duty: WWII (Sledgehammer, 2017) es videojuego guerra ambientado en el frente europeo durante 1944 y 1945 que sigue los pasos de un grupo de soldados estadounidenses desde el desembarco en Normandía hasta su entrada en Alemania. Los responsables del título afirmaron que su intención era: “*tell the story of the men and women who made up one of the greatest generations, who put their lives on the line and pushed back against a world on the brink of tyranny*” (Plante, 2017). Sin embargo, tanto la crítica como el público no lo entendió de esta manera y dio lugar a titulares como: “*Call of Duty WWII is about killing for fun. Why pretend otherwise?*” (Stuart, 2017). Tal y cómo tendremos ocasión de comprobar el estudio estadounidense trató de reproducir un relato anclado en la memoria estética⁵ del usuario adaptándolo a los nuevos medios tecnológicos, a las demandas y a las sensibilidades del presente en clave de hiperespectáculo.

Este título, *Call of Duty: WWII*, es el videojuego ambientado en la Segunda Guerra Mundial más vendido de la historia⁶ y la saga a la que pertenece es la tercera más vendida de la industria (Tinner, 2019). Estos dos datos son los que nos ha movido a seleccionar este título debido a la inmensa popularidad del videojuego y el tamaño de su audiencia. Además, existen otras razones como la representación de campos de concentración en el mismo y las declaraciones de algunos de sus responsables al respecto en las que afirmaban la originalidad y transgresión de la obra al incluir a éstos. También *Call of Duty: WWII* mantiene y continúa todas las características formales de la representación de la Segunda Guerra Mundial en el videojuego (Venegas Ramos, 2018) como la contratación de historiadores, la visita de los lugares donde sucedieron los hechos para representar de la manera más auténtica lo

4 La saga *Wolfenstein* comenzó en 1992 de la mano de id Software y es, a día de hoy, una de las licencias más conocidas por los usuarios como consecuencia del éxito de algunas de sus iteraciones como *Wolfenstein 3D* (id Software, 1992), considerado el primer título *FPS* moderno.

5 Entendida ésta como la reproducción de imágenes definitorias y populares de un momento histórico seleccionadas por distintos grupos sociales alejados del oficio del historiador entendidas como canónicas y representativas del momento.

6 A fecha de 1 de enero de 2018 el videojuego había sido comprado por más de 21 millones de usuarios a nivel global (Liana, 2018).



sucedido y la reproducción de mediaciones maestras anteriores perpetuando la memoria estética presente en el medio sobre el conflicto. Y a la vez, como el caso anterior, concuerda, como comprobaremos más adelante, en las definiciones de imagen, arte de masas y memoria.

El aspecto más destacado de los usos del ayer en estos videojuegos es que ninguna de las empresas responsables ha manifestado un objetivo concreto para su uso del pasado, salvo *Call of Duty: WWII* cuya intención de recordar fue denostada por la crítica y por el público. Ninguno de ellos trata de conservar o explicar. Pete Hines, uno de los responsables de *Wolfenstein II: The New Colossus* era claro al respecto al afirmar que el título no busca realizar ningún comentario histórico o social (Batchelor, 2017).

2. OBJETIVOS

El principal objetivo de este trabajo es desarrollar el concepto de hiperhistoria entendido como un modo de representar el pasado condicionado por la seducción, la diversión y la rentabilidad y cuyo único fin es proporcionar placer y satisfacción inmediata al jugador (observador, espectador, etc.). Un pasado articulado dentro del capitalismo estético estudiado por Lipovetsky y Serroy en su obra *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico* (2015) cuyo uso ya no tiene ningún tipo de función salvo la comercial y que ha roto su relación con la historia documentada, como cualquier otro producto artístico de consumo de masas:

“El arte de consumo de masas es todo menor arte por el arte: no existe salvo para seducir a los consumidores y para venderse al gran público. Con el arte de consumo de masas, la relación de la creación con el consumo no puede enfocarse ya según el modelo temporal simple de la diferencia entre el antes y el después. En realidad, el principio del consumo está de entrada e intrínsecamente presente en el proceso mismo de producción, dado que se trata de obtener el máximo éxito comercial posible. El arte de consumo de masas es ese arte en el que el trabajo del autor no es autónomo, sino que está organizado con vistas al plebiscito del público. Lo que caracteriza el modo de producción del arte de consumo de masas es el complejo producción-consumo-distribución” (Lipovetsky y Serroy, 2015, p. 58).

Podríamos argumentar que esta “producción estética-histórica” ya existía con anterioridad en campos como la novela (De Groot, 2009) o el cine

(Sánchez-Biosca, 2006) sin embargo en el videojuego, y los nuevos productos estético-históricos como las películas de gran presupuesto más recientes, encontramos una novedad radical: su objetivo, y es que...

“...no se trata ya de estar al servicio de la moral o de la religión, ni siquiera de la idea de Belleza, sino de vender sueños y emociones a la mayoría, de comercializar las obras proporcionando una satisfacción fácil e inmediata a consumidores cuyo placer y diversión son sus principales motivaciones” (2015, p. 58).

Hemos podido comprobar en las declaraciones de Tom Hines, responsable último de títulos como *Wolfenstein II: The New Colossus*, que la búsqueda de la diversión, la seducción y la rentabilidad eran la principal motivación de su equipo. Su recuerdo del Holocausto y del Tercer Reich no está al servicio de la moral o el deber de la memoria. Este arte de consumo de masas, tal y como explicaban Lipovetsky y Serroy, ya no es autónomo sino cómplice del plebiscito del público. Así lo demuestran las declaraciones de Michael Condrey, responsable último de *Call of Duty* quien trataba de justificar la presencia de campos de concentración en su videojuego exclusivamente a través de la supuesta existencia de una demanda del público por este tipo de contenidos (Rosenberg, 2017).

A través de sus declaraciones podemos entender que la decisión de incorporar campos de concentración en un videojuego de guerra ambientado en la Segunda Guerra Mundial, y en suelo alemán, no se debe a un esfuerzo por recordar el sufrimiento ocasionado por el conflicto, por el deber de memoria que establecía Reyes Mate en su trabajo *Memoria de Auschwitz* sino una consecuencia de decisiones publicitarias y de márketing cuyas fuentes visuales fueron otras obras artísticas de consumo de masas anteriores (Kuchera, 2017) como *Hermanos de Sangre* (Steven Spielberg, 2001) (Suid, 2002, p. 627).

3. METODOLOGÍA

Para tratar de describir con acierto el concepto de hiperhistoria pasaremos a observar dos elementos de cada videojuego: las fuentes escogidas y la intención de sus autores. El primero punto estudiará las fuentes de inspiración y elaboración para la representación del pasado, la hibridación entre las diferentes obras artísticas de consumo de masas ambientadas en dicho periodo y la ruptura, o no, con la historia documentada.

El segundo paso será determinar el uso que los estudios realizan de estas imágenes y mensajes extraídas para tratar de determinar su función, si es ésta, acaso, recordar, conservar, divulgar, advertir, etc., o construir un relato con pretensión de verdad y de carácter universal, es decir, si su uso puede incluirse dentro de las categorías de memoria o historia o si sus usos pueden entenderse, tan sólo, desde un punto de vista comercial donde sus principales motivaciones son proporcionar una satisfacción fácil e inmediata a los consumidores..

En este mismo punto analizaremos la intención de los autores de estos videojuegos, ya explicitados brevemente al comienzo de este trabajo. Creemos que es relevante conocer la intención detrás de la obra para determinar la relación entre la producción y la recepción. Analizaremos también las críticas realizadas a estos dos videojuegos en los medios especializados más relevantes de acuerdo a su audiencia a nivel global. Con esta herramienta trataremos de sopesar la intención y la recepción de dicha intención, esencial para comprender los verdaderos objetivos del producto.

A través de estos dos pasos, el estudio de las fuentes y la intención de los autores, trataremos de ilustrar y definir este uso del pasado mediante lo que hemos denominado hiperhistoria. Además, relacionaremos ambos pasos con otras que nos sirvan para ofrecer el contexto necesario.

En resumidas cuentas, nuestro método consiste en examinar dos elementos concretos (uso de fuentes e intención de los autores) de los videojuegos *Wolfenstein II: The New Colossus* y *Call of Duty: WWII* a través de la observación directa de los títulos en cuestión y la lectura de entrevistas realizadas a los responsables de los juegos para determinar la existencia, o no, de la hiperhistoria: la representación del pasado condicionada por la seducción, la rentabilidad y la diversión cuya única finalidad es comercializar las obras proporcionando una satisfacción fácil e inmediata a los consumidores.

4. EL USO DE LAS FUENTES EN *WOLFENSTEIN II: THE NEW COLOSSUS* Y *CALL OF DUTY: WWII*

Durante una entrevista a Jens Matthies, director creativo de *Wolfenstein II: The New Colossus*, en el portal VentureBeat Dean Takahashi preguntó sobre los comentarios políticos que realizaba el videojuego. A esta pregunta Matthies contestó que no era la intención de su obra realizar ningún comentario sobre la situación del país (Takahashi, 2018). Otra de las preguntas que realizó el periodista recayó sobre las fuentes para crear el contexto del título. Pregunta

a la que el director creativo del juego contestó que había preguntado a varias personas sin explicitar quienes eran estas personas ni que papel habían tenido en el desarrollo del juego (Takahashi, 2018).

Las dos respuestas evidencian el aspecto que aquí nos interesa: existe una clara ruptura con la historia y el pasado cuya utilización se debe, exclusivamente, a embellecer la obra en cuestión. Lejos estamos ya del concepto “retrochic” de Raphael Samuel. El pasado ya no otorga valor al objeto, ahora lo acompaña bajo la forma de presente y convertido en hiperespectáculo. La nostalgia se ha eliminado y ha sido sustituida por la reificación del ayer convertido en hiperespectáculo.

Así lo demuestran las afirmaciones de Arcade Berg, *Senior Game Designer* del título. Durante una entrevista a la revista *AusGamers* el periodista le preguntó acerca de la relación entre la historia y su representación fantástica en el videojuego. De acuerdo a Berg:

“By doing that, we can make things even cooler stylistically than they were or are. There are obvious references to what the aesthetics were at the time, and how we’ve branded the Nazi style in our world. I think one of the reasons that the Wolfenstein franchise is so good to work with, is that at its core, it has some very easy to grasp and very welcoming concepts. As an action shooter, we let you play the way you want to play, we have this evil force that we can all agree is bad. We put this big narrative on it, these twists and turns, but at it’s still a story and a mission against the bad guys” (Andreadis, 2017).

Las primeras líneas de la respuesta dejan claro la intención del estudio con su uso del pasado: “*we can make things even cooler stylistically than they were or are*”. Una intención que sigue desarrollándose en las líneas siguientes: “*There are obvious references to what the aesthetics were at the time, and how we’ve branded the Nazi style in our world*”. Los únicos elementos que han seleccionado los responsables del título han sido los referentes estéticos para activar la memoria estética del jugador y aquello que Berg denomina “Nazi style” y que podríamos definir como la forma en la que el Partido Nacional Socialista Alemán ha sido representado tradicionalmente en los productos artísticos de consumo de masas. Ya no se trata, como en cualquier producto *vintage*, de crear un objeto que imite el pasado, ahora el pasado se adapta a los medios tecnológicos del presente bajo la apariencia de hiperespectáculo.

Este intento por reproducir estilos y estéticas pasadas con una apariencia actual se manifiesta también en el sonido. Para componer la música del vi-

deojuego emplearon métodos y herramientas del momento a representar, aunque adaptadas al presente (Airedelblog, 2018). De nuevo el ayer se convierte en una fuente de hiperespectáculo para la obra de consumo de masas actual.

El uso de las fuentes históricas para *Wolfenstein II: The New Colossus* sirven para reforzar la hiperespectacularidad del título aportando referentes, estilos y narraciones dicotómicas ancladas en la memoria estética del usuario.

Los estudios responsables de videojuegos bélicos ambientados en la Segunda Guerra Mundial se basan en dos fuentes principales para elaborar sus títulos: la memoria oficial del conflicto tal y como demuestra la colaboración con instituciones militares, de veteranos y gubernamentales así como la cesión de licencias militares y comerciales para representar sus contenidos (Mead, 2013, Stahl, 2009 y Lenoir y Caldwell, 2018), y la memoria estética de la guerra, cuya fuente es aquello que Fussell denominaba “cultura moral” de la guerra (Fussell, 2003, p. 205) reproducida en los medios de comunicación de masas a través de clichés (p. 238) y “mediaciones maestras” definidas por Debra Ramsay como:

“...a representation in any medium that claims the status of a definitive account of the war and of the wartime generation’s experiences and memories and that subsequently functions as a touchstone for ensuing representations of the conflict throughout the transmedia structure” (2016, 83).

Una mediación maestra que acude a los clichés cinematográficos de la Segunda Guerra Mundial (Suid, 2002, p. 627) cuya fuente es la cultura de la moral advertida por Fussell en su obra *Tiempos de guerra: conciencia y engaño en la Segunda Guerra Mundial* (Fussell, 2003) y que hace “amplio uso de materiales visuales para desinfectar, dramatizar y romantizar la guerra, no solo mediante imágenes, sino también sistematizando símbolos (...) Así, el mito [de la experiencia de guerra] llevó con éxito su mensaje a la gente” (Mosse, 2016, p. 94).

Call of Duty: WWII comparte estas mismas fuentes, la colaboración institucional y la reproducción de la memoria estética a través de la repetición de mediaciones maestras. De acuerdo a sus responsables conversaron con veteranos de los regimientos 34, 1 y 101 que participaron en el combate (Parker, 2017) y quienes le ayudaron a “dar forma” a la narrativa. La ayuda y colaboración con veteranos es, de acuerdo a Manuel Castells, una de las formas más eficaces que posee el ejército de influir en las obras donde se les representa (Castells, 2009, p. 350). Una narrativa muy influenciada también por la colaboración con el

ejército de los Estados Unidos bajo dos formas, la primera mediante consejeros militares (Plante, 2017) y la segunda mediante cesión de licencias. Esta última forma ha sido, tradicionalmente, la más utilizada (Fussell, 2003, p. 240).

En el medio del videojuego ya no es necesario contar con vehículos físicos, pero sí con las licencias necesarias para reproducirlos digitalmente en la pantalla. Una práctica que se ha extendido al uso de las armas y su representación (Parkins, 2013; 2014).

En cuanto al segundo tipo de fuente, las mediaciones maestras anteriores, se lleva a cabo mediante la reproducción de la memoria estética presente en dichas mediaciones. Los estudios responsables no acuden a las fuentes primarias para elaborar su obra histórica, tampoco a secundarias. Acuden a obras anteriores para reproducir sus elementos más reconocibles y servir de referencia al consumidor.

El caso de *Call of Duty: WWII* es fácilmente reconocible. Puede apreciarse una clara reproducción de mensajes e imágenes donde destaca el desembarco de Normandía como eje principal del conflicto (Venegas Ramos, 2019) además del resto de características fundamentales del género (Venegas Ramos, 2018). En el plano estético también se observa esta similitud, tal y como se puede observar en las ilustraciones 2, 3, 4 y 5:

~ Ilustración 2 ~



Captura de pantalla de *Medal of Honor*, 1999.

~ Ilustración 3 ~



Captura de pantalla de *Call of Duty*,⁷ 2003.

~ Ilustración 4 ~



Captura de pantalla de *Call of Duty: World at War*, 2007.

⁷ La saga *Call of Duty* fue creada por la empresa de desarrollo de videojuegos Treyarch, antiguos trabajadores de Dreamworks Interactive, responsables de *Medal of Honor*.

~ Ilustración 5 ~

Captura de pantalla de *Call of Duty: WWII*, 2017.

Cómo se ha podido observar en estas capturas del videojuego existe una clara continuidad estética en los videojuegos de acción ambientados en la guerra. Todos ellos comparten las características fundamentales de la memoria oficial de la Segunda Guerra Mundial, confinadas en la idea de “época carismática” definida por Ramsay como “a set of circumstances and experiences that resonates across media and through time in a process of continual evaluation of past, present, and future” (Ramsay, 2016, p. 36) cuyas claves fundamentales son: el soldado-ciudadano, la “guerra buena” y la construcción visual de la guerra que ha generado una memoria estética que bebe de las imágenes y mensajes ofrecidos por la memoria oficial estadounidense.

Sledgehammer Games no utiliza fuentes históricas para construir su relato sobre la Segunda Guerra Mundial. Trata de reproducir, en cambio, mediaciones maestras anteriores para mantener una memoria estética que bebe de la memoria oficial de la Segunda Guerra Mundial divulgada por las instituciones estatales.

Ninguno de los tres títulos observados acude a las fuentes primarias para elaborar su propuesta histórica. Extraen del pasado mensajes e imágenes traducidas al presente a través de su reificación y conversión en hiperespectáculo. Martin Morgan, el historiador contratado para supervisar *Call of Duty: WWII* así lo constataba durante una entrevista al portal *Historynet*. El periodista pre-

guntaba al historiador sobre la tensión entre la historia documentada y la necesidad de licencias creativas para adaptar el pasado al formato del videojuego. La respuesta de Morgan fue la siguiente:

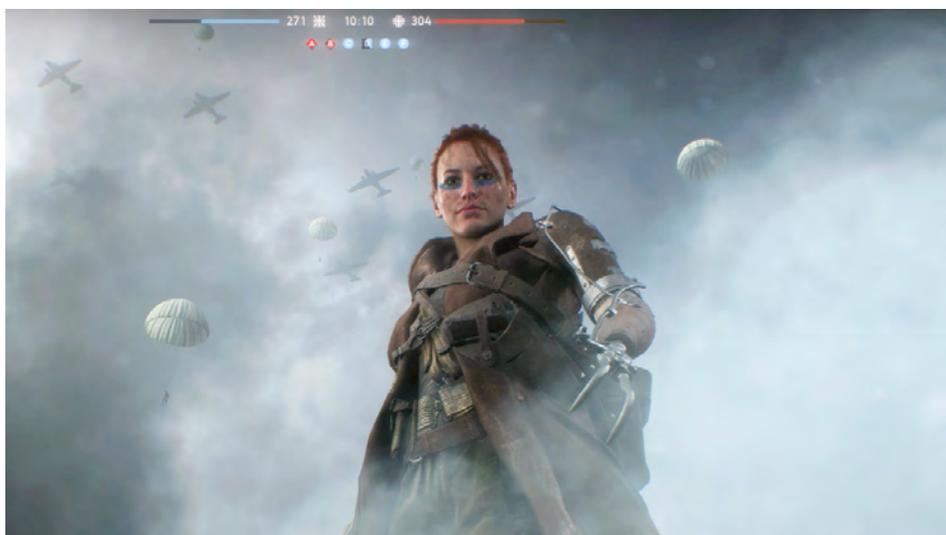
“There were times Sledgehammer’s cofounder, Glen Schofield, would say something like: «I need an experience and a moment in the game that’s big and very cinematic and memorable». For example, there’s a level where players engage in a street battle in Aachen in October 1944. Glen wanted an airplane crashing into the middle of this scene, but during the war no planes had ever flown over that city at a visible altitude. Still, he wanted to include something artistic and dramatic, so I showed him photographs of aircraft that had made forced-landings —not in Aachen, but around that area—. I think that that back and forth between the two of us worked out very nicely” (Smith, 2018).

Las licencias creativas que tomaron los responsables del título no tuvieron un objetivo didáctico o crítico, tampoco narrativo. Las licencias históricas que tomó Sledgehammer fueron en mor del hiperespectáculo.

Los dos videojuegos demuestran una clara ruptura con la historia y las fuentes que ésta utiliza. El pasado se convierte en un lugar donde recoger estilos y temas para representarlos bajo formas hiperespectaculares. Estilos y temas empaquetados en mediaciones maestras que se reproducen con diferencias marginales para lograr la aceptación del usuario y consolidar su “historicidad” mediante la semejanza o diferencia con la historia sino con las mediaciones anteriores referentes para el periodo en cuestión.

Existe un claro desinterés por las fuentes, los testimonios y los documentos que existen sobre el hecho a representar. Este problema se encuentra también dentro del público, el cual ya no sólo busca el ayer representado fielmente sino el ayer que existe en su memoria estética. El día 23 de mayo de 2018 Electronic Arts publicó el primer vídeo para presentar el videojuego *Battlefield V* (Electronic Arts, 2018). En este cortometraje aparecía una mujer portando un rifle de asalto con una mano protésica —ilustración 6—. La protagonista, junto a un equipo mayor, participaba en el conflicto armado con la misma intensidad que la del resto de sus compañeros.

~ Ilustración 6 ~



Captura de pantalla de *Battlefield V* donde podemos apreciar la mano metálica y los tatuajes en el rostro de la mujer protagonista.

Durante esa misma semana aparecieron dos respuestas al vídeo, aquella que defendía la presencia femenina en el videojuego y aquella que criticaba su presencia. Los segundos crearon en la red social Twitter una etiqueta bajo el nombre #NotMyBattlefield⁸ y trataron de organizar campañas para evitar la salida del título calificando al vídeo de presentación en la plataforma YouTube con más de 492.000 votaciones negativas, frente a las 339.000 positivas. Todas las críticas se encontraban arrojadas bajo la defensa del rigor histórico.

Si observamos más de cerca estas críticas podemos observar que guardan un punto en común: el rechazo a la presencia femenina. Estos ataques guardan relación con otros movimientos dentro de la cultura del videojuego como

8 El hashtag #NotMyBattlefield aún se encuentra vigente y puede consultarse en la siguiente dirección: «<https://twitter.com/search?q=%23notmybattlefield&src=typd>». En ella podemos leer mensajes que relacionan al videojuego con el feminismo, como este del usuario @T4isonTV publicado el 23 de mayo de 2018 donde afirma que: «#notmybattlefield Los SJW y el feminismo se están cargando mi saga favorita. Hasta el Call of Duty WW2 me atrae más que esto. Espero que recapaciten y pongan más Stalingrado y menos corrección política. Estamos hablando de lo más cruel que le ha pasado a la humanidad». Otros, en cambio, achacan la falta de rigor histórico, como este comentario de @xdFrancesc publicado el 22 de agosto: «La batalla es en Amsterdam en el 1940 pero las tropas alemanas llevan fusiles de asalto StG-44, ok. Ese soldado alemán con una arma que le faltan 3 años para existir es una mujer o un hombre no blanco, #NotMyBattlefield».

el “*gamergate*” (Mortensen, 2016; Massanari, 2016; Shaw, 2015). Las críticas recibidas por el vídeo de presentación no apuntaban a otros asuntos problemáticos y enfrentados a la historia como el tipo de acción, la sobreexplotación y sobrerrepresentación de escenarios, la incidencia sobre el héroe-ciudadano, el frente de guerra como galería de tiros para el soldado de infantería, etc. (Sottek, 2018). En cambio, todos los ataques se centraban en la presencia de la mujer.

Los primeros, los que defendían la presencia femenina, pudieron leer en la prensa del videojuego numerosos artículos tratando de defender la presencia de mujeres en el frente militar de la Segunda Guerra Mundial (Plunkett, 2018; Martin, 2018; Farokhmanesh, 2018). La mujer, en el frente oriental, sí participó en actividades armadas como demuestran los trabajos de recuperación de la memoria oral realizados por Lyuba Vinogradova y Svetlana Aleksievich además del diario de la francotiradora Liudmila Pavlichenko (2019). Sin embargo, no ocurrió lo mismo en el frente occidental europeo. Dentro de este conflicto la mujer tuvo una participación mucho más minoritaria que en el oriental. En este escenario es donde se encuentra ambientado el videojuego en cuestión. En él la mujer tuvo un papel de apoyo y soporte que destacó en apartados de vital importancia para el desarrollo del conflicto como las fotografías aéreas y su interpretación (Halsall, 2012). Algunas de ellas tuvieron una breve instrucción y participación como pilotas (Schrader, 2006) además de participar en actividades de resistencia, espionaje, sabotaje y rescate (Atwood, 2011). Sin embargo no participaron en actividades de infantería ni en conflictos relacionados directamente con el frente, momento que describe y enseña el videojuego.

Por lo tanto, aunque si participaron mujeres en el frente armado no fue en el escenario donde muestra el videojuego. Las críticas hacia el rigor histórico son comprensibles, aunque todas las examinadas para este trabajo han apuntado a la presencia de la mujer en exclusiva, en lugar de observar otras irregularidades igual de flagrantes. La conclusión a todo este debate lo aportó la propia compañía de distribución y el estudio de desarrollo del videojuego, propiedad del primero, Electronic Arts y EA Digital Illusions CE. Aleksander Grøndal, productor ejecutivo de la empresa DICE, afirmó en su perfil público de Twitter que: “We will always put fun over authentic” (Arif, 2018).

Battlefield V rompió una tradición icónica y visual que se remontaba en el videojuego hasta su origen, con escasas excepciones como *Medal of Honor: Underground* (Dreamworks Interactive, 2000), en la que los protagonistas de los videojuegos de guerra eran personajes masculinos. El resto de las transgresiones históricas que cometía el título poco importaba a la comunidad de jugadores. El hecho que desató la polémica fue la inclusión de una mujer como protagonista,

rompiendo la tradición estética de la saga y el medio. Un hecho que se ha repetido en otras ocasiones como en la inclusión de generalas en el videojuego *Total War: Rome II* (The Creative Assembly, 2013), decisión que desató de nuevo la polémica entre un grupo de aficionados con la intención de eliminar esta faceta del juego por ser “poco histórica” (Alexander, 2018) o en *Assassin’s Creed: Odyssey* (Ubisoft, 2018). En este título ocurrió exactamente la misma situación, la empresa responsable decidió situar a una mujer como protagonista y grupos de aficionados rechazaron esta decisión por no ajustarse a la realidad histórica conocida, mientras pasaban por alto otros errores históricos de bulto (Brown, 2018).

Las tres polémicas presentadas demuestran que existe una memoria estética que al ser cuestionada provoca determinadas respuestas de diferentes grupos sociales que nada tiene que ver con el pasado documentado y la fidelidad, o no, de los autores para con él sino con la actitud de un grupo de aficionados que siente perder algo considerado como suyo o con el aplauso por parte de otro grupo que se consideran más identificados con la nueva representación. Una lucha entre dos tipos de memoria, la hegemónica y la débil, que aspira a remplazar a la primera a través del empleo de imágenes amparadas bajo el mismo argumento: falta de verosimilitud histórica pero que nada tiene que ver con él. Un hecho que nos devuelve a la misma idea: el escaso interés de los autores y la audiencia por el pasado documentado y el alto interés por la reproducción de mediaciones maestras con ligeras diferencias cuyos cambios provocan oposición o apoyo entre la comunidad de jugadores.

Existe, por tanto, una separación entre el pasado representado y considerado como cierto debido a su repetición en la cultura artística de masas y el pasado documentado objeto del trabajo del oficio del historiador, una situación que nos permite hablar de la primera como hiperhistoria. Una división que nos recuerda a la división elaborada por Berger entre *picture e image* quien, en su libro *Modos de ver* definía a la segunda como: “una vista que se ha recreado o reproducido. Es una apariencia, o un conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el tiempo en que apareció por primera vez y que se ha preservado durante unos momentos o unos siglos” (Berger, 2018, pp. 9-10).

5. LA INTENCIÓN DE LOS AUTORES EN *WOLFENSTEIN II: THE NEW COLOSSUS* Y *CALL OF DUTY: WWII*

Las declaraciones anteriores son muy elocuentes en cuanto a conocer la intención de los responsables del título histórico y contrastan con otras realizadas en medios diferentes. El mismo Schofield, durante una entrevista al portal



especializado Gamespot, afirmó que la intención del título era recordar y no permitir el olvido: “*we realized we need to keep telling these stories so the world doesn't forget what happened –and so it doesn't happen again*” (Parker, 2017). Cabe preguntarse entonces que es aquello que desean recordar para que no suceda nunca más.

El recuerdo del genocidio del pueblo judío que aparece en el videojuego de Sledgehammer no sucedió. Reconstruir un campo de concentración y exterminio nazi desierto mientras varios soldados estadounidenses lo recorren asombrados ante el terror y la violencia irracional del Tercer Reich es una reificación del pasado. Mostrar, sin molestar a nadie, algo que ningún videojuego había mostrado jamás. Una idea expresada por Condrey durante una entrevista al medio especializado Polygon: “creo que todos temíamos que si no lo manejábamos con la delicadeza que requería, saliera mal” (Kuchera, 2017). Fueron con tanto miedo y delicadeza que al final, no mostraron nada. Una decisión que Condrey achaca a su deseo expreso de seguir el mismo camino que las grandes producciones cinematográficas (Kuchera, 2017) y que les sirvió para presentar la representación del Holocausto como un gran logro en el medio. Anzuelo que picaron diversas publicaciones, como el periódico The Guardian quien publicaba un amplio reportaje sobre el videojuego antes de su salida titulado: “*Call of Duty: WWII could be the most important game of all time for historians*” (Nielsen, 2017) aunque más tarde enmendaron este titular con otro reportaje titulado “*Call of Duty WWII is about killing for fun. Why pretend otherwise?*” (Stuart, 2017).

Tanto Sledgehammer Games como su empresa matriz Activision no deseaban mostrar el Holocausto de la manera más auténtica posible como si querían hacer con el sonido de la época o la geografía de las batallas. No había un ideal de verdad en su búsqueda del pasado y se limitaron a reproducir la forma canónica en la que el genocidio judío es representado en los medios de comunicación de masas estadounidenses a partir de la serie de televisión *Holocausto* (Marvin J. Chomsky, 1977) (Sand, 2005, pp. 326-339).

Reproducir las formas que ha tenido el cine de masas anterior es una decisión que podemos encontrar en otros apartados del videojuego, como el apartado multijugador. La campaña multijugador de *Call of Duty WWII* permite controlar a cualquiera de los dos bandos descritos por el juego: aliados o eje, aunque las opciones quedan restringidas a estadounidenses, británicos, soviéticos y miembros de la resistencia francesa para los aliados y soldados de la Wehrmacht alemana para el eje, despojados de la esvástica como símbolo descriptivo y sustituida por la Cruz de Hierro. Esta decisión elimina una gran

cantidad de países participantes en el conflicto de tanto calado como Japón, Italia, Polonia, Canadá, Hungría, Yugoslavia, etc, etc. Además también oculta a otras tropas alemanas como las Waffen-SS de una manera voluntaria en este caso concreto para evitar, de acuerdo a las palabras de los responsables del título, glorificar a este grupo (Kain, 2017) cuando, de hecho, numerosos historiadores como Wolfram Wette (2010), Sönke Neitzel y Harald Welzer (2014), Christian Ingrao (2017) o Browning Christ (2019), han demostrado que tanto la Wehrmacht como las Waffen-SS fueron responsables conjuntos de algunas de las atrocidades bélicas del conflicto. Sin embargo, realizar esta división era moneda corriente en las cintas estadounidenses más populares de la Segunda Guerra Mundial (Sand, 2004, pp. 281-296). Otra medida que vino a sumarse a la desaparición de la esvástica como forma de representación del ejército nazi, justificado por Michael Condrey, co-fundador de Sledgehammer, con el mismo argumento que el utilizado para explicar la eliminación de las Waffen-SS, esquivar la glorificación alemana y evitar recordar el genocidio perpetrado contra el pueblo judío (Yin-Poole, 2017).

Nos encontramos, en definitiva, con una memoria selectiva más centrada en reproducir mensajes e imágenes ya presentes en los medios de comunicación de masas cuyo objetivo fundamental es la reificación de la misma dentro del contexto del discurso oficial sobre el acontecimiento histórico. Una situación contraria a la pretendida por sus autores, quienes afirmaron que la campaña de *Call of Duty: WW2's* trataba de contar una auténtica historia de la Segunda Guerra Mundial (Yin-Poole, 2017).

El caso de *Wolfenstein II: The New Colossus* es similar, aunque difiere en un solo aspecto: sus creadores nunca afirmaron que su intención era realizar un comentario crítico sobre el pasado ni sobre el presente. Su pretensión era crear una obra de arte para el consumo de masas que fuera divertida y seductora, un objetivo que quedó patente en dos ocasiones. La primera se encuentra relacionada con la primera entrega de la serie, *Wolfenstein: The New Order* (MachineGames, 2014). Este título es uno de los más conocidos por los usuarios donde se incluye un campo de concentración “de estilo nazi”:

Tomar la decisión de incluir campos de concentración se debió, de acuerdo a sus responsables, al escenario y la temática fantástica. Un elemento que en un título con pretensión de “literalidad” podría resultar ofensivo o, al menos, polémico (Bauman, 2013). Pete Hines, uno de los responsables de la obra, durante una entrevista ofrecida al periódico *The Times of Israel* trataba de contextualizar así la inclusión de los campos en el videojuego, restándole importancia debido a la esencia fantástica del videojuego (Hoffman, 2014).

~ Ilustración 7 ~



Captura de pantalla de *Wolfenstein: The New Order* donde podemos observar la representación más popular de los campos de concentración sin muestra alguna de lo ocurrido en su interior.

Hines desliga la obra de cualquier aspecto real que pueda incluir sin embargo la licencia emplea tanto el pasado como el presente para seducir al público. Para la segunda entrega, tal y como ya hemos descrito, trataron de combinar aquello que ellos llamaron “estilo nazi” con la cultura popular estadounidense de los años 60. Una opción tomada por el estudio de manera deliberada, como afirmaba Jens Matthies, director creativo de MachineGames, en una entrevista ofrecida a PCGames (McKeand, 2017). Una decisión que generó fuertes respuestas tras mostrar el primer vídeo del juego donde podíamos ver una versión de la película *Lassie Come Home* (1943) en el que el papel de la mascota lo interpretaba una bestia mecánica con simbología nazi al que le seguían otros vídeos donde la cultura estadounidense se mezclaba con la del Tercer Reich reinterpretado por el estudio sueco. Sin embargo, la pieza que desató una polémica mayor fue un mensaje en la red social Twitter donde se publicó el eslogan del título: “*Make America Nazi-free again*”, una cita que fue relacionada inmediatamente con el eslogan de campaña del presidente Donald Trump (Wootson Jr, 2019). Este mensaje se interpretó como una crítica hacia los votantes del presidente estadounidense Donald Trump, a quienes se les identificaba como miembros del Partido Nazi. Peter Hines, director de marketing de Bethesda,

tuvo explicar el objetivo del título en una entrevista ofrecida al portal Games Industry. En ella negaba esta comparación concluyendo que:

“«At the time none of us expected that the game would be seen as a comment on current issues, but here we are,» Hines says. «Bethesda doesn't develop games to make specific statements or incite political discussions. We make games that we think are fun, meaningful, and immersive for a mature audience» (Batchelor, 2017).

Queda patente, por tanto, que la intención de Machine Games y Bethesda con respecto al uso del pasado es seleccionar determinadas imágenes y mensajes para crear, con ellas una obra hiperespectacular. Este desapego hacia el pasado, y el presente, es utilizado como refugio frente a las críticas o las polémicas que dicho empleo del ayer en el hoy lleva a cabo el título.

6. CONCLUSIÓN

A través de este análisis descriptivo quedan patentes tres cuestiones: la primera es la negación de las fuentes primarias y la reproducción de mediaciones maestras ya presentes y consolidadas en el arte de consumo de masas con mínimas diferencias; la segunda es el uso del pasado como fuente para mensajes e imágenes en obras de carácter hiperespectacular; y la tercera es la nula intención de los autores y estudios responsable de aportar contenidos basados en el pasado que reflexionen u ofrezcan discursos críticos, o didácticos, sobre el ayer. Tres características que nos permiten hablar de hiperhistoria como una forma de historia que va más allá de ella misma a través de una ruptura en las fuentes, usos e intenciones y que se encuentra sumergida en la cultura de masas del capitalismo artístico condicionada por la diversión, seducción y rentabilidad.

En los videojuegos históricos hiperespectaculares encontramos una ruptura con el ayer donde éste sirve exclusivamente de fuente para propuestas divertidas, seductoras y cuya única intención es proporcionar placeres y emociones al jugador renovadas sin cesar. En este tipo de productos el pasado es un bien de consumo preparado, limpiado y empaquetado para la industria del hiperespectáculo que es ya característico del capitalismo artístico en el que consumo y diversión forman un sistema que ha colonizado también el pasado convirtiendo a este en una hiperhistoria, una fuente de mensajes e imágenes para el hiperespectáculo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- AIREDELBLOG (2018). «An Interview with *Wolfenstein II: The New Colossus* Composer Martin Stig Andersen». *Air-Edel Music*. Consultado el 4 de agosto de 2019, desde <https://airedelcouk.wordpress.com/2018/06/15/an-interview-with-wolfenstein-ii-the-new-colossus-composer-martin-stig-andersen/>.
- ALEXANDER, J. (2018). «*Total War: Rome 2* dev says it won't remove female generals from the game». *Polygon*. Consultado el 19 de julio de 2019, desde <https://www.polygon.com/2018/9/26/17902302/total-war-rome-2-developer-response-female-generals-historical-accuracy>.
- ANDREADIS, K. (2017). «*Wolfenstein II: The New Colossus* Interview - Talking Nazis, Cinematic Shooters, and Alternate Timeline». *Ausgamers*. Consultado el 4 de agosto de 2019, desde <https://www.ausgamers.com/features/read/3580225>.
- ARIF, S. (2018). «*Battlefield V* producer says dice will 'always put fun over authentic'. *IGN*. Consultado el 28 de octubre de 2018 desde <https://web.archive.org/web/20180530140512/http://www.ign.com/articles/2018/05/24/battlefield-v-producer-says-dice-will-always-put-fun-over-authentic>.
- ATWOOD, K.J. (2011). *Women Heroes of World War II: 26 Stories of Espionage, Sabotage, Resistance, and Rescue*. Chicago Review Press, Chicago.
- BATCHELOR, J. (2017). «It's disturbing that *Wolfenstein* can be considered a controversial political statement». *GamesIndustry.biz*. Consultado el 31 de julio de 2019, desde <https://www.gamesindustry.biz/articles/2017-10-06-bethesda-were-not-afraid-of-being-openly-anti-nazi>.
- BERGER, J. (2018). *Modos de ver*. GG, Madrid.
- BROWN, F. (2018). «Kassandra is *Assassin's Creed Odyssey's* main hero, but only in the book». *Rock Paper Shotgun*. Consultado el 19 de julio de 2019, desde <https://www.rockpapershotgun.com/2018/06/22/assassins-creed-odyssey-main-character/>.
- BROWNING, C. (2019). *Aquellos hombres grises. El batallón 101 y la Solución Final en Polonia*. Edhasa, Barcelona.
- CHAPMAN, A. (2016). *Digital Games as History: How Videogames Represent the Past and Offer Access to Historical Practice*. Routledge, Londres.
- CONDITT, J. (2017). «Motherhood, nature and technology in *Horizon Zero Dawn*». *Edgadget*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.edgadget.com/2017/01/30/horizon-zero-dawn-gonzalez-interview-motherhood-nature-tech/>

- GROOT, J. (2009). *The historical novel*. Routledge, Londres.
- FAROKHMANESH, M. (2018). «*Battlefield V* fans who failed history are mad that the game has women in it». *The Verge*. Consultado el 28 de octubre de 2018 desde <https://web.archive.org/web/20180530140326/https://www.theverge.com/2018/5/24/17388414/battlefield-v-fans-game-women-world-war-2-history>.
- FUSSELL, P. (2003). *Tiempo de guerra: conciencia y engaño en la Segunda Guerra Mundial*. Turner, Barcelona.
- HALSALL, C. (2012). *Women of Intelligence: Winning the Second World War with Air Photos*. Spellmount, Staplehurst.
- HARDIN, G. (1997). «Reviewed Work: Guns, Germs, and Steel: The Fates of Human Societies, by Jared Diamond». *Population and Development Review*, 23-4, pp. 889-895.
- HERNÁNDEZ, P. (2017). «*Horizon Zero Dawn*: The Kotaku Review». *Kotaku*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://kotaku.com/horizon-zero-dawn-the-kotaku-review-1792538336>.
- HOFFMAN, J. (2014). «Major new game set at Nazi concentration camp is top seller». *Times of Israel*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://www.timesofisrael.com/major-new-game-set-at-nazi-concentration-camp-is-top-seller/>
- INGRAO, C. (2017). *Crear y destruir. Los intelectuales en la máquina de guerra de las SS*. Acantilado, Barcelona.
- KAIN, E. (2017). «This Is Why There Are Black Nazis And No Swastikas In *Call Of Duty: World War 2* Multiplayer». *Forbes*. Consultado el 3 de julio de 2019, desde <https://www.forbes.com/sites/erikkain/2017/06/21/this-is-why-there-are-black-nazis-and-no-swastikas-in-call-of-duty-world-war-2-multiplayer/#7fcc61601338>.
- KOLLAR, P. (2017). «*Horizon Zero Dawn* review». *Polygon*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://www.polygon.com/2017/2/20/14576092/horizon-zero-dawn-review-ps4-playstation-4-sony-guerrilla-games>.
- KUCHERA, B. (2017). «*Call of Duty: WWII* is much harder than previous games, by design». *Polygon*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://www.polygon.com/2017/11/2/16593800/call-of-duty-wwii-difficulty>
- LACINA, D. (2017). «What We Talk About, When We Don't Talk About Natives». *Medium*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://medium.com/@dialacina/what-we-talk-about-when-we-dont-talk-about-natives-60f4af9ef675#.5fi9vbn8q>.

- LENOIR, T., y CALDWELL, L. (2018). *The Military-Entertainment Complex*. Harvard University Press, Cambridge.
- LIANA, R (1 de enero de 2018). «*Call Of Duty: WWII* Hits Over 12 Million Players On PS4, Almost 825K On Steam». *Comicbook*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, desde <https://comicbook.com/gaming/2018/01/01/call-of-duty-wwii-player-count/>.
- LIPOVETSKY, G., y SERROY, J. (2015). *La estetización del mundo: vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama, Barcelona.
- MARTIN, M. (2018). «*Battlefield 5* has women in it. If that bothers you, please, piss off». *VG24/7*. Consultado el 28 de octubre de 2018 desde <https://www.vg247.com/2018/05/24/battlefield-5-women-bothers-please-piss-off/>
- MASSANARI, A. (2017). «#Gamergate and The Fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures». *New Media & Society*. 19-3, pp. 329-346.
- McKEAND, K. (2017). «What “unfiltered creative expression” means for *Wolfenstein 2*'s depiction of Nazism». *PCGamesN*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.pcgamesn.com/wolfenstein-2-the-new-colosus/wolfenstein-2-political-themes>.
- MEAD, C. (2013). *War Play: Video Games and the Future of Armed Conflict* [Versión electrónica]. Eamon Dolan/Houghton Mifflin Harcourt, Nueva York.
- MORTENSEN, T. E. (2016). «Anger, Fear, and Games: The Long Event of #GamerGate». *Games and Culture*. 13-8, pp. 787-806.
- MOSSE, G. (2016). *Soldados caídos: La transformación de la memoria de las guerras mundiales*. Prensa de la Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- NEITZEL, S., y WELZER, H. (2014). *Soldados del Tercer Reich: testimonios de lucha, muerte y crimen*. Crítica, Barcelona.
- NIELSEN, H. (2017). «*Call of Duty: WWII* could be the most important game of all time for historians». *The Guardian*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/25/call-of-duty-wwii-historians-video-games-activision>.
- PARKER, L. (2017). «The Weight Of History: Exploring The Real-Life Inspirations Behind *Call of Duty: WW2*». *Gamespot*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.gamespot.com/articles/the-weight-of-history-exploring-the-real-life-insp/1100-6453656/>.
- PARKIN, S. (2013). «Shooters: How Video Games Fund Arms Manufacturers» *Eurogamer*. Consultado el 11 de marzo de 2019, desde <https://www.eurogamer.net/articles/2013-02-01-shooters-how-video-games-fund-arms-manufacturers>

- PARKIN, S. (2014). «*Call of Duty*: gaming's role in the military-entertainment complex». *The Guardian*. Consultado el 11 de marzo de 2019, desde <https://www.theguardian.com/technology/2014/oct/22/call-of-duty-gaming-role-military-entertainment-complex>.
- PLANTE, C. (2017). «The Crucial Reason Why 'Call of Duty' Returned to WWII». *Inverse*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.inverse.com/article/39237-call-of-duty-wwii-cwl-dallas-sledgehammer-games-michael-condry-interview>.
- PLUNKETT, L. (2018). «Oh No, There Are Women In *Battlefield V*». *Kotaku*. Consultado el 28 de octubre de 2018 desde <https://web.archive.org/web/20180530135530/https://kotaku.com/oh-no-there-are-women-in-battlefield-v-1826275455>.
- RAMSAY, D. (2016). *American media and the memory of World War II*. Routledge, Nueva York.
- REYES MATE, M. (2003). *Memoria de Auschwitz: actualidad moral y política*, Trotta, Madrid.
- ROBINSON, M. (2017). «*Horizon Zero Dawn* review». *Eurogamer*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://www.eurogamer.net/articles/2017-02-19-horizon-zero-dawn-review>.
- ROSENBERG, A. (2017). «*Call of Duty: WWII* won't ignore the Holocaust anymore». *Mashable*. Consultado el 6 de agosto de 2019, desde <https://mashable.com/2017/04/26/call-of-duty-wwii-holocaust-interview/?europa=true>.
- ROUGEAU, M. (2017). «Inside the Post-Post-Apocalypse of *Horizon Zero Dawn*». *Glixel*. Consultado el 5 de agosto de 2017, desde <http://www.glixel.com/interviews/inside-the-post-post-apocalypse-of-horizon-zero-dawn-w465656>.
- SÁNCHEZ-BIOSCA, V. (2006). *Cine de historia, cine de memoria*, Cátedra, Barcelona.
- SCHRADER, H. (2006). *Sisters in Arms: British & American Women Pilots During World War II*. Casemate Publishers.
- SHAW, A. (2013). «How Do You Say Gamer in Hindi?: Exploratory research on the Indian digital game industry and culture», en *Gaming Globally*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 183-184.
- SHAW A. (2015). «A Conspiracy of Fishes, or, How We Learned to Stop Worrying About #GamerGate and Embrace Hegemonic Masculinity». *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 59-1.
- SHLOMO, S. (2004). *El siglo XX en pantalla: cien años a través del cine*, Crítica, Barcelona.

- ŠISLER, V. (2013). «Video game development in the Middle East: Iran, the Arab world, and beyond», en *Gaming Globally*, Palgrave Macmillan, New York, pp. 251-271.
- SMITH, R. (2018). «*Call of Duty WWII* with Historian Marty Morgan». *HistoryNet*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.historynet.com/call-of-duty-marty-morgan-conversation.html>.
- SOTTEK, T. C. (2018). «After 16 years of war, Battlefield V is a turning point». *The Verge*. Consultado el 28 de octubre de 2018 desde <https://www.theverge.com/2018/6/29/17518286/battlefield-v-grand-operations-pc-ps4-xbox-one>.
- STAHL, R. (2010). *Militainment, Inc. War, Media and Popular Culture*. Routledge, Nueva York.
- STUART, K. (2017). «*Call of Duty WWII* is about killing for fun. Why pretend otherwise?» *The Guardian*. Consultado el 5 de agosto de 2019, desde <https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/27/call-of-duty-wwii-activision-realism-killing>.
- SUID, L. H. (2002). *Guts and Glory: The making of the american military image in film*. The University Press of Kentucky, Lexington.
- TAKAHASHI, D. (2018). «*Wolfenstein II* postmortem interview: Nazi storytelling is risky and complicated». *VentureBeat*. Consultado el 4 de agosto de 2019, desde <https://venturebeat.com/2018/03/27/wolfenstein-ii-postmortem-interview-nazi-storytelling-is-risky-and-complicated/>
- TINNER, P. (5 de mayo de 2019). «Only 2 Franchises Now Have Sold More Than Call of Duty». *ScreenRant*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, desde <https://screenrant.com/call-duty-pokemon-mario-franchises-sold/>.
- TRAVERSO, E. (2011). *El Pasado, instrucciones de uso: historia, memoria y política*. Prometeo, Buenos Aires.
- VENEGAS RAMOS, A. (2017). «La prehistoria a través del videojuego: representaciones, tipología y causas». *Espacio, tiempo y forma. Serie I: Prehistoria y Arqueología*, 10, pp. 13-36.
- VENEGAS RAMOS, A. (2018). «Entre el cine y el videojuego: ética y estética en las producciones sobre la II Guerra Mundial», en J.F. Jiménez y G.F. Rodríguez (coords.), *Videojuegos e Historia: entre el ocio y la cultura*, EDITUM, Murcia, pp. 87-105.
- VENEGAS RAMOS, A. (2019). «Emergencia y formación de subjetividades históricas en los videojuegos de acción contemporáneos. El caso del desembarco de Normandía». *Tropelias: Revista de teoría de la literatura y literatura comparada*. 31, pp. 116-131.

- WETTE, W. (2010). *La Wehrmacht: los crímenes del ejército alemán*. Crítica, Barcelona.
- WILSON, J. (2017). «*Steel Division: Normandy 44* is Paradox Interactive's grand entrance into tactical combat». *VentureBeat*. Consultado el 15 de febrero de 2018 desde <https://venturebeat.com/2017/03/01/steel-division-normandy-44-is-paradox-interactives-grand-entrance-into-real-time-tactical-combat/>
- WOOTSON JR, C. R. (2017). «Even a video game's 'Make America Nazi-free Again' slogan ticked some people off». *The Washington Post*, consultado el 5 de agosto de 2019, desde https://www.washingtonpost.com/news/arts-and-entertainment/wp/2017/10/07/even-a-video-games-make-america-nazi-free-again-slogan-ticked-some-people-off/?utm_term=.5b79a4c6f435.
- YIN-POOLE, W. (2017). «How *Call of Duty: WW2* handles swastikas and female soldiers». *Eurogamer*. Consultado el 3 de julio de 2019, desde <https://www.eurogamer.net/articles/2017-06-19-lets-talk-call-of-duty-ww2-swastikas-and-female-soldiers>.



ISBN 978-84-17865-28-3



edit.um

Ediciones de la Universidad de Murcia



KOCH MEDIA



Virtualware
Labs



Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"



Proyecto de investigación I+D+I:
*Historia y videojuegos (II): cono-
cimiento, aprendizaje y proyección
del pasado en la sociedad digital*
(HAR2016-78147-P)

