



Naoto Ohshima. *Sonic The Hedgehog*. 1990

Diseñando lo hiperreal: Del juego al videojuego. Lo lúdico al servicio de la tecnología

Sebastián ARTEAGA GÓMEZ
Universidad de Málaga

Resumen

El desarrollo de la industria del videojuego ha configurado nuevas maneras de relacionarnos con el espacio lúdico. La construcción de escenarios virtuales pone de manifiesto la existencia de realidades intensas e intangibles más verdaderas que algunas experiencias de juego tradicionales. Los videojuegos constituyen un epítome de la teoría de la estética contemporánea, abarcando conceptos que van desde la poética simbolista hasta las ideas de las vanguardias artísticas. Como representación de este movimiento, analizamos brevemente la consola Sega Mega Drive II, en forma y contenido.

Palabras clave: Sega Mega Drive, hiperrealidad, videojuego, tecnología, sociedad del espectáculo.

*Designing hyperreality.
From game to videogame. Playful at the service of technology.*

Abstract

The development of the videogames industry has created new ways of relationship between us and the playful space. The buiding of virtual stages, states the strong realities existences that are more real than traditional playing experiences. The videogames are a contemporary aesthetic theory abstract. On behalf of this movement, we make a brief analysis about videogame machine Sega Mega Drive II .

Keywords: Sega Mega Drive, hyperreality, videogame, technology, society of the spectacle.

«Luces, cámara... ¡Acción!». Estas populares y cinéfilas palabras significan mucho más de lo que aparentan, pues no sólo indican los momentos previos al rodaje de una escena fílmica, sino que definen de forma contundente toda una línea de pensamiento surgida desde la década de los sesenta, que cristalizó en la polémica y famosa postmodernidad.

Caracterizada por la enorme acumulación de imágenes y espectáculos sobre los que Guy Debord (1931-1994) y los situacionistas reflexionaron¹, esta nueva era trajo a la luz nuevas prácticas artísticas, filosóficas, políticas y sociales. Pero lejos de los presupuestos convencionales de la historia del arte, no es sólo una manifestación artística tradicional la que recoge el testigo de estos nuevos cambios, sino también un objeto funcional destinado al ocio, a menudo asociado² a un juguete infantil, adolescente o juvenil, pero depositario de toda la teoría estética desde finales del siglo XIX, integrando desde la poética simbolista hasta las ideas de las vanguardias artísticas. Se trata de una consola de videojuegos: Sega Mega Drive II.

El diseño de su estructura morfológica responde a la intención del autor por transmitir elegancia y sobriedad formal, estética lograda gracias a una bicromía básica en blanco y negro que domina el conjunto y tan solo se ve mínimamente rivalizada por el tono rojo claro que ornamenta los botones de *power* y *reset*, y que junto con la presencia del logotipo de la compañía en el centro refuerza su carácter simétrico y minimalista³: claridad, equilibrio, proporción y atractivo visual.

¹ DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Madrid 1999.

² Peyorativa y superficialmente, en la mayoría de los casos.

³ Sucede de igual modo con la tipografía que indica la capacidad gráfica de la consola y su nombre, datos presentes debajo de cada botón rojo.



Nombre: Sega Mega Drive II⁴

Finalidad: Lúdica / recreativa. Consola de videojuegos de sobremesa.

Autor: Hayao Nakayama.

Productora: Sega Corporation.

Año: 1988.

Material: Circuitos integrados en el interior y plástico⁵ a modo de carcasa exterior.



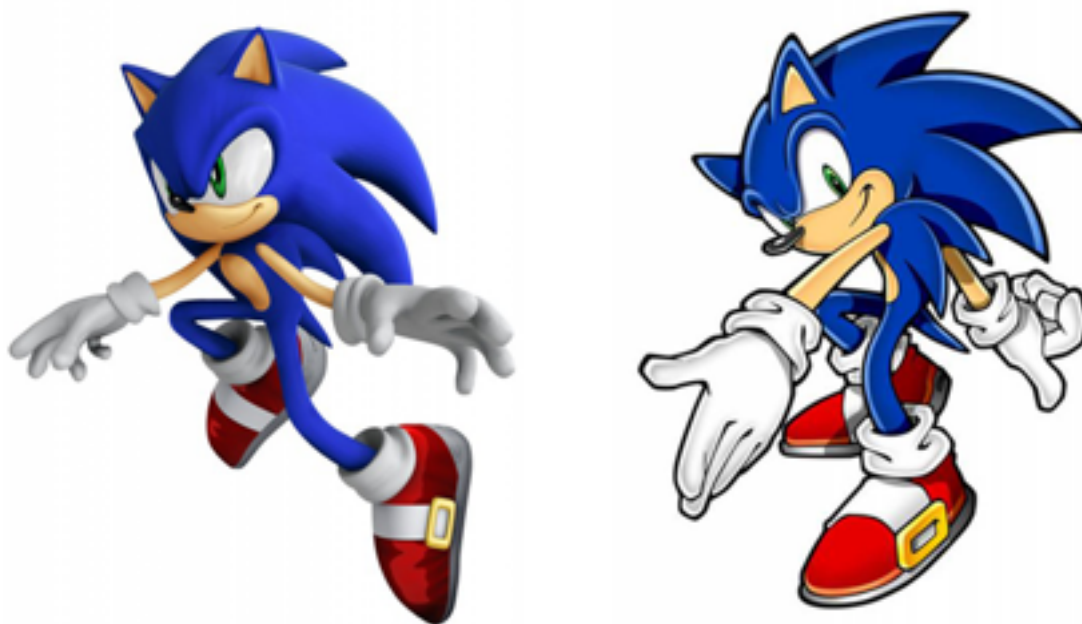
Logotipo de Sega Corporation, 1976

⁴ Sega Genesis 2 en la versión de Canadá y Estados Unidos.

⁵ Termoplástico compuesto de polipropileno.

Las formas curvas y el minimalismo tanto del logo corporativo como de la propia consola son símbolos de modernidad y reflejan la idea de tratar con un producto industrial tecnológicamente avanzado⁶. Esta idea es heredera de la estética futurista proclamada por Marinetti, mas las cuidadas líneas que decoran la consola a modo de bajo relieve evocan formas aerodinámicas que remiten a un automóvil de carreras, un avión o la obra escultórica de Brancusi (1876-1957).

Es imposible disociar los conceptos de progreso y ocio, por los cuales apuesta el videojuego. Sin embargo, y en relación con lo anterior, esta industria bebe de la fuente del pensamiento de tres autores que definieron anticipadamente los rasgos claves de la sociedad postmoderna y actual: Baudelaire (1821-1867), Johan Huizinga (1872-1945) y Jean Baudrillard (1929-2007). Mas lejos de lo que *a priori* pueda parecer, las teorías de estos pensadores confluyen reflejándose en un pilar fundamental tanto de la identidad como de la imagen corporativa de Sega Corporation: Sonic *The Hedgehod*⁷, mascota oficial de la empresa, inseparable de esta consola.



Sonic *The Hedgehod*, mascota oficial de la empresa, gráfica o en 3D

Diseñado por Naoto Ohshima a principio de los noventa, Sonic no sólo es un personaje jugable ni una mascota, sino un auténtico emblema dentro del sector del videojuego. De apariencia enérgica y amable, en el erizo se hallan la velocidad y el frenetismo de nuestra época, así como una nueva manera de

⁶ El propio nombre de la consola alude a ello: “Mega Unidad”.

⁷ “El erizo/puercoespín”.

entender un súper héroe, ya que la violencia únicamente queda reducida al impulso deportivo por ser más veloz y ágil que el contrario recogiendo aros. En este sentido, cobra lógica la teoría de Huizinga al afirmar que la competición capitalista anularía el sentido más lúdico y sano del deporte: el enriquecimiento personal⁸.

Sonic hace gala de un diseño sencillo y divertido que atrae a las masas de cualquier edad. Su policromía alude ostensiblemente a los tonos presentes en la consola: el negro de su superficie; el rojo de sus zapatillas a los botones isó cromos, sus guantes blancos a la tipografía de la compañía y el azul eléctrico al logotipo de Sega, evocando el poder que desprende un circuito. Además, las líneas curvas que se hallan en el cuerpo y picos del cabello de la mascota nos remiten del mismo modo al dinamismo que manifiesta la sinuosidad de la tipografía redondeada del logotipo.

Para muchos de nosotros, hablar de Sega Mega Drive II y de Sonic es algo más que identificar una videoconsola y videojuego. Más bien se trataría de enfrentarnos a una nostalgia que nos devuelve a nuestra infancia, cuando la figura de un simpático erizo abrazaba nuestras inocentes necesidades: el juego por el juego. Sin embargo, no hay que olvidar que aunque real, esta felicidad era simulada, lo que pone de manifiesto el triunfo del concepto de lo hiperreal asociado a Baudrillard. El teórico acertó plenamente, pues la imitación del modelo —en este caso el frenetismo del deporte— superó con creces la realidad⁹. Así, lo ‘falso’ se convirtió en algo más real que la propia realidad, es decir, en hiperreal¹⁰. El videojuego se había convertido en el auténtico lenguaje del siglo XX. Por tanto, constituye el símbolo perfecto que traduce la idea de tener que consumir para alejarse de los problemas, así como conseguir la felicidad y libertad sustentada de ilusión, pensamiento que ya expuso Baudelaire en sus *Paraísos artificiales* (1860). Satisfacer una necesidad inherentemente humana ahora tiene un precio. Y es que como afirma Feuerbach:

"Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... lo que es 'sagrado' para él no es sino la ilusión, pero lo que es profano es la verdad. Mejor aún: lo sagrado aumenta a sus ojos a medida que disminuye la verdad y crece la ilusión, hasta el punto de que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado"¹¹.

Referencias:

BAUDRILLARD, J. *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona 1993.

⁸ HUIZINGA, J. *Homo ludens*, Alianza, Madrid 2008.

⁹ Y también el interés de practicarlo, fomentando la pasividad y una vida sedentaria.

¹⁰ BAUDRILLARD, J. *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona 1993.

¹¹ DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Madrid 1999, p. 3.

DEBORD, G. *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Madrid 1999.
HUIZINGA, J. *Homo ludens*, Alianza, Madrid 2008.
WALES, J.Y.-VV.AA. *Sega Mega Drive*. http://es.wikipedia.org/wiki/Sega_Mega_Drive
10.02.2013
VV.AA. *Sonic the Hedgehog*. http://es.wikipedia.org/wiki/Sonic_the_Hedgehog 10.02.2013