

Abriendo el juego,

una aproximación a las prácticas de consumo en el fandom de los board games

Gabriel Medina,
est. Lic. en Cs. de la Comunicación - UBA
turbaweb@gmail.com

Finalizando la década del 80 del pasado siglo, la casa de fin de semana de una familia patricia se convierte durante las madrugadas de verano en el escenario donde se despliega la recreación a escala, de las más épicas batallas históricas. Un selectísimo círculo de notables se reparten en torno a ejércitos de miniaturas de plomo debatiendo acaloradamente la conveniencia de sus jugadas. Mientras los Alsogaray y sus invitados se deleitan en la sala, Luis Canobbio, “rengo peronista”¹ ya afiliado al PCA por aquellos años, asalta la heladera de sus anfitriones; quienes han decidido ignorar deliberadamente el derrotero biográfico del invitado que en ese momento los intrusa avanzando sobre el jamón, a partir de su expertise y su capacidad de proveerlos de las tan codiciadas réplicas de piezas bélicas, salidas del crisol de su taller en Parque Avellaneda.

- Texto del guión de **Hombre de Metal**,
(biopic sobre Luis Canobbio en proceso de rodaje)

La escena improbable del epígrafe, ilustra la efectiva génesis histórica del hobby de los juegos de mesa en nuestro país; y la compleja trama que imbrica el acceso de una elite cultural a los productos de importación que definirá la impronta dominante del hobby, la variopinta comunidad configurada en torno al mismo, y los procesos de circularidad cultural (Bajtin 2000) a través de los cuales se producirán apropiaciones plebeyas recepcionando y poniendo en circulación estos consumos desde propuestas, abordajes y circuitos alternativos.

El presente trabajo, un avance de mi tesina de grado en proceso para la licenciatura de Cs de la Comunicación Social de la UBA, se propone abordar las disputas en el seno del emergente faldón lúdico; asumiendolo como la superestructura sobre la que se despliegan los sentidos que intentan hegemonizar un naciente circuito que integra, en términos materiales y simbólicos, la producción, circulación y consumo de estos bienes culturales. Entendemos con Hall (1984) que en toda esfera social se expresa «la lucha de clases en la cultura y por la cultura» y desde esta perspectiva nos interesa aproximarnos al particular modo en el que en ámbitos marginales de la cultura de masas, se confrontan imaginarios y miradas de mundo inescindibles del conflicto social estructural. Jenkins (2015) por su parte nos advierte que los estudios sobre fandoms han desplazado de sus agendas las subalternidades vinculadas a la clase. El ámbito de lo lúdico, sin embargo, nos permite pensar sus tensiones y disputas como un diálogo entre las identidades y posiciones que asumen los cultores del juego, y las condiciones materiales de producción donde se despliega esta actividad. Si como señala Libertad Borda (2015) «El fanatismo (...) se ha convertido en un fondo de recursos diversos, disponible para las audiencias, pero también para la industria.» en este campo en particular las cosmovisiones en contienda están también implicadas en la definición de los modelos de proto industria del *Juego de Mesa Moderno* (de ahora en adelante JMM) para el país, y el tipo de diseño de políticas públicas vinculadas al sector, en su dimensión productiva, pero también cultural o educativa.

¿De qué modo se dan estas luchas que tienen a los juegos de mesa por arena del sentido? ¿Cuales son esos

sentidos en pugna? ¿De qué estrategias de legitimación se valen los actores para consagrar sus posiciones como válidas? Intentaremos responder indagando en las materialidades discursivas extraídas de entrevistas, debates en redes sociales y producciones de los actores, ya sea como productos, propuestas institucionales o performatividades.

El recorte temporal sobre el que trabajaremos será el del lustro 2014-2019, momento de configuración del JMM como un campo de prácticas culturales por primera vez autonomizado de los demás fandoms de fantasía. Abordaje que requiere además reponer diacrónicamente el devenir de la industria cultural global que va a generar desplazamientos y reconfiguraciones sobre un conjunto de actores que desde el ámbito local serán los agentes de la actual escena lúdica, ya sea como editores de juegos, desarrolladores, productores de eventos, difusores o clubes y comunidades.

El tablero

Contra lo que se podría pensar, y la bibliografía de consulta sobre el tema ratifica, la actual escena de JMM no encuentra su génesis en cultores de los tradicionales juegos de mesa comercializados en el siglo XX (*Monópoli, Scrabble, Risk*, etc)². Los entrevistados más veteranos de este fandom coinciden en que en Argentina los pioneros de una escena o fandom lúdico, fueron los *wargames*³ y el *juego de rol*⁴.

Los *wargame* emergen, como un consumo suntuario y quizá vergonzante, donde coleccionistas de miniaturas militares muñidos de rudimentarios manuales de reglas traídos de alguna visita al viejo mundo simulaban combates bélicos. Sus aficionados estuvieron en sus orígenes más emparentados al coleccionismo y al modelismo a escala, sobre todo en círculos militares, que a un ámbito lúdico *per se*.

Los juegos de rol llegarán de la mano de quienes pudieron hacerse de un libro de reglas en la lengua de Shakespeare durante algún viaje al extranjero. El rol (por compartir orígenes con los *wargames* en el EE UU de los 70s) utilizaba miniaturas de plomo como complemento. Y a partir de la aparición de *Warhammer* y sus ejércitos de fantasía, donde hubo *wargames* podían encontrarse también “roleros” intentando hacerse de minis para sus partidas. Más tarde, en épocas del 1 a 1, la importación de manuales en castellano por parte de Librerías Sta Fe y su continua réplica via fotocopias, consagraban el ingreso al mundillo característico de aquellos años.

El lugar donde *wargames* y rol convergen a principio de la década del 90, sería la feria de Parque San Martín. Allí Luis Canobbio tuvo su mítico puesto de miniaturas y en torno a él y su iniciativa de copiar (piratear) figuras de plomo comenzó un proceso de paulatina democratización del hobby, e incluso la gestación de una juvenil “bohém lúdica” que tendría a esa plaza como escenario. Para mediados de los 90s *wargame* y rol no eran ya inaccesibles y se desplazaban de la elite cultural que los introdujo hacia sectores medios, medios aspiracionales o incluso sectores populares del conurbano que se arrimaba a los clubes que florecieron durante esa década en la ciudad puerto.

Piratería mediante, Argentina muestra credenciales de madurez como potencial mercado lúdico integrado a las usinas de la industria cultural global cuando Ediciones de Mente edita *Toons*, el hasta ahora único juego de rol licenciado para el país; y se convierte en el importador y distribuidor oficial de *Magic the*

gathering, el icónico TCG⁵ que revolucionará el mercado mundial de los boardgame.

El FantaBaires de 1999, con su sección de rol y al que se ingresaba gratuitamente solo con enseñar el deck de Magic (o 5 tapitas de Fanta!), será el crepuscular corolario de esta etapa. Y aquellos adolescentes de los 90s, los protagonistas del actual escenario, devenidos emprendedores del rubro como editores de juegos, productores de eventos o referentes de comunidades.

Con la crisis del 2001, la devaluación corta todas las importaciones que pudieran mantener surtida o actualizada la escena. Coincidentemente con el ascenso de internet y novedad de los foros se va a dar un periodo de repliegue del hobby sobre las comunidades de fans, ya sin ninguna mediación de un circuito comercial interesado en promoverlo. Un periodo de ostracismo donde el tráfico p2p de PDFs escaneados toma el relevo a la fotocopia, al mismo tiempo que se hace notoria la merma de clubes u eventos convocantes, y donde poner a circular prácticas lúdicas como espacios de encuentro “cara a cara”.

En el 2009 reaparecen tiendas especializadas en el rubro, importadores vía plataformas de e-commerce y una nueva escena se reconfigura pero teniendo ahora a los JMM como nuevo elemento aglutinante.

Con lo cual el derrotero del juego de mesa y sus cultores puede sintetizarse del siguiente modo: La introducción al país de novedosas formas de juego y hobbismo a cargo de sectores con los recursos materiales y el capital cultural que le permitía acceder a estos consumos. Un cierto grado de masificación a partir del acceso por vía de la copia primero. Una continuidad por medio de las comunidades virtuales luego de la crisis económica. Y finalmente, una revitalizada escena de emprendedores del sector que le dará impulso pero esta vez en torno al JMM.

Fichas, tokens y dados

Si como sostiene Traversa (2001) “cuando hablamos de producción de sentido hablamos de cosas que remiten a materialidades”, para comprender la mutación del fandom que va de los hobbistas del wargames a la actual escena “geek” nos aproximamos los juegos, en tanto *dispositivos*. Es decir, como la concurrencia de “una materialidad signíca y una técnica” productora de un espacio asimétrico que habilita una dimensión significativa (Traversa, idem). Cuestión inseparable de transformaciones sociales y culturales que impactan la industria del juego en el primer mundo, generando reconfiguraciones en sus productos y produciendo nuevos tipos de usuarios y subjetividades lúdicas.

Como dijimos Magic reinventa los boardgames y surge toda una tendencia en diseño de juegos que desplazan los temas predominantes en el rol, a mecánicas que pueden resolver partidas no solo en menos tiempo y con menos inversión de energía creativa; sino también con un producto que requiere constante actualización a partir de la continua compra de expansiones. El rol por su parte, poco accesible para su difusión y portador de una ilimitada rejugabilidad que hace de suplementos y expansiones caprichos prescindibles, es percibido como un producto poco o sencillamente no rentable. La multinacional Hasbro adquiere TSR⁷ y Wizard of the Coast⁸, para profundizar la transposición de los temas y licencias explotadas en los nichos del rol a formatos de tablero más accesibles a los neófitos⁹

En sintonía con esto, Games Workshop intenta que la 8ª ed. de Warhammer se centre en los diseños de las

miniaturas por sobre la versatilidad del esquema táctico. Las novedades en materia de wargames apuntan a sets de “escaramuzas”¹⁰, reduciendo a unas pocas horas las partidas y brindando a los hobbistas menos exigencia de espacio y mayor portabilidad para sus colecciones de ejércitos.

Si como asegura Julián Bracco, editor y desarrollador de juegos de mesa de nuestro país en la coop Épica Juegos “*D&D, Warhammer y Magic, son la santa trinidad lúdica. Pero cuando nosotros comenzamos con la idea de producir un juego de mesa con temática nacional, de pronto tropezamos con el mundo del boardgame. Era como que había todo un sector que coleccionaba juegos de mesa, pero que no se había tocado ni con el rol, ni con el Magic, ni con el wargame. Como que ese circuito obligado estaba roto y de repente te encontrabas con gente que tenía colecciones y colecciones y una clave fiscal nivel tres por hacer seguidas sus adquisiciones al exterior. Un mundo mucho mas cheto, con el que supimos que nunca nos habíamos cruzado*”. Volveremos al este señalamiento sobre la estratificación social del nuevo fandom. De momento cabe apuntar que efectivamente hay un desplazamiento del rol, el WG y los TCG por los llamados JMM, pero más como convergencia que como disrupción. O en todo caso la disrupción es entre *espacios sociales* (Boudieu 1988) que hasta la hegemonía del JMM nunca se habían encontrado en un mismo circuito de consumo.

Es que en 1997 la edición de *Die Siedler von Catan*¹¹, inaugura la era del JMM. A partir de sus mecánicas novedosas y el surgimiento de filosofías y escuelas de diseño sobreviene una cornucopia des desarrollos que van a erigirse como los pilares de este reverdecer de la industria del boardgame. Sobre la que cabe aclarar, a pesar de su dinamismo y continua innovación, no necesariamente aspira a la masividad, siendo sus productos verdaderos consumos de élite que muchas veces se producen o hacen lanzamientos exclusivamente por preventas que agotando su tirada para determinados nichos, no verán la luz ediciones para el *retail*. Con lo cual el fandom vuelve a ser clave como elemento superestructural y reproductor del sistema productivo subyacente.

Hay dos elementos a destacar que han hecho del dispositivo JMM el corazón del mundo lúdico no digital contemporaneo. Por un lado la escasa exigencia de tiempo que requiere disponer una partida y concluirla con relativa brevedad. En el caso de los juegos “de estilo europeo” la brevedad es una de las premisas de su filosofía de diseño. En los llamados “ameritrash” (la otra gran escuela) la adaptación de franquicias roleras como “aventuras autojugables” elimina la necesidad de un director de juego, proporcionando una rejugabilidad limitada. En estos últimos se apela a la nostalgia de un jugador adulto cuya vida familiar ya no le permite el tiempo para las extensas veladas de rol junto a amigos de su adolescencia, pero mediante estos producto se puede permitir una reunión de algunas horas en torno a un tablero que evoca temáticamente universos ficcionales de sus viejas partidas de juventud.

El otro elemento es la apelación al culto por el objeto, el item de colección y su carácter “cerrado”, “concluso”, testeado y garantido a partir del peso de su “autoría”. Mientras que la *regla de oro del rol* es “ningún sistema de reglas puede contemplar toda situación narrativa, el juego es tuyo y eres libre de definir el criterio que más divierte a la mesa” o en el hobbismo del wargame el pulido, montaje y pintado

de miniaturas representa una práctica constitutiva donde el hobbista puede dejar huellas en el dispositivo, la forma mercancía del boardgame clausura cualquier tipo de performatividad sobre el objeto. Este desplazamiento es justificado como un elemento de estilización (Bourdieu 1998) que intenta homologar juegos a obras artísticas. El paso del producto a la obra es una operación de legitimación de la industria de vieja data, que encuentra en el premio Oscar su expresión más icónica. Pero en el caso de los juegos, no solo hablamos de discursos estéticos (que en alguna dimensión efectivamente lo son), sino también de mecanismos de performatividad colectiva. De prácticas grupales, antes que de objetos de pasiva expectación. Que sin embargo a partir de la puesta en relieve de la autoría se pretende desplazar *de la práctica a la obra*, que debe ser abordada mediante una unívoca interface.

En una época donde la sobre oferta de entretenimiento hace al ocio competir entre miles de alternativas a un click de distancia, los JMM se abren paso a partir del fetichismo y la practicidad.

Jugadores:

Durante los 90s, como se dijo, existió una iniciación plebeya al mundo del rol y el wargame. Ser rolero no era tanto un “life style”, sino una suerte de esoterica fraternidad que hacía constelación con otros consumos culturales. Por qué jugar rol era también leer a Tolkien o Lovecraft y por supuesto escuchar a King Diamond o Blind Guardian. Aquellos jóvenes se agregaban en tribus urbanas más deudoras de estéticas musicales con las que hacían una continuidad temática (Medina 2017) que por adscripción a prácticas lúdicas¹². En el oscuro segundo lustro de los 90s, imperio del neoliberalismo y el nihilismo de la generación X postgrunge, este conjunto de consumos recuperaban para esos jóvenes una dimensión letrada en la cultura de masas, al tiempo que les permitía una adscripción identitaria que tenía por alteridad *lo maistream televisable* de ese burdo y superficial mundo adulto que los estigmatizaba por rockeros e incluso por jugadores de rol¹³. Estos hobbistas devienen verdaderos curadores de la cultura que esgrimían el consumo de cómics, cine clase B o metal progresivo, como una suerte de actitud contracultural o resistente. Locus que con las comunidades virtuales va a dejar de ser el dominante.

Los Geeks heredarán la tierra

Post 2001 comienza a fraguarse la identidad geek. Pedro José García (2011) trabaja representaciones de jóvenes inadaptados retratados por la industria cultural, que advierte, con el transcurrir de las décadas irán configurando arquetipos etariamente atemporales. Estos serían: el freak, el nerd, y el geek.

Mientras que la impronta de insurrección cultural de los roleros de los 90s podría asumirse dentro de lo que el autor rastrea como *freak*, lo *nerd* estaría dado, además de por ciertas estéticas características (lentes gruesos, indumentaria inadecuada o falta de criterios de elegancia como expresión de su carácter socialmente inadaptado) por la dificultad para socializar y la torpeza corporal o empática que indefectiblemente culmina en rechazo por parte de sus pares. Lo *geek*, si bien aclara García que muchas veces opera como intercambiable por *nerd*, se caracteriza además por su obsesividad en determinados temas, preferentemente vinculados a lo tecnológico, aunque no de modo exclusivo. Agrega el autor que fan y geek, son términos inseparables ya que lo que define al geek es su pasión por participar y aportar a

la comunidad de cultores de sus aficiones, probablemente vinculadas con tópicos de ciencia o productos de la cultura de masas. Completan el cuadro su entusiasmo, optimismo y pasión por investigar, resolver desafíos y salir adelante a pesar de las adversidades que su estigmatizada condición le representa.

Estos rasgos se aluden recurrentemente en los discursos fandom. *Planeta Geek*, el canal de Youtube dedicado a reseñar novedades sobre videojuegos, cómics y cine fantástico lleva por slogan “sumáte a la comunidad *virgen* más grande de internet”, haciendo énfasis en el carácter socialmente desafortunado de los geeks. Los españoles han fusionado nerd y geek bajo “friky”, incluso llegando a establecer el 25 de mayo (conmemoración del estreno de *Stars Wars*) como el *Día del Orguyo Friky* que celebran desde el 2006 y en cuyo manifiesto señalan las siguientes proclamas como “*derechos inalienables del friky*”: “*Derecho a no tener pareja y ser virgen hasta la edad que sea.(...) Derecho a no gustarnos el futbol ni el deporte en general.(...) Derecho al sobrepeso y a la miopía.(...) Derecho a dominar el Mundo.*”

Nuestra tesis es que desde el sociotipo propuesto por la ficción hasta la asunción de una identidad social surgida al calor de esa narrativa mediática, media un proceso en el cual aquellos jóvenes estudiantes de carreras tecnológicas refugiados en su obsesión por el conocimiento y los mundos de fantasía que los resguardaba de su “impopularidad”, pasan en la siguiente década a popes de la industria digital. Es el derrotero que va desde aquellos nerds de las películas *Porky's* (Bob Clark, 1982) o *La venganza de los nerds* (Revenge of the Nerds, Jeff Kanew, 1984), hasta los excéntricos pero exitosos cuellos blancos de las industrias informáticas de *The Big Bang Theory* (CBS, 2007-2019) o *Los informáticos* (The IT Crowd, Channel 4, 2006-2013). Subalternizados en su adolescencia, acceden a un éxito empresario. Posición que hace de su universo de consumos culturales la pauta legítima que hipsters y otros modos de snobismo incluirán como repertorios de estilización.

Buena parte de la actual escena de JMM se autodefine geek. Y no es fortuito que elijan este anglicismo tan común a la ficción norteamericana, ya que expresa su pertenencia a sectores medios culturalmente dependientes de las metrópolis productoras de la industria global del entretenimiento. De allí una curiosa sensibilidad progresista que pondera el valor de la diversidad, el multiculturalismo y el espíritu cosmopolita. Por contrapartida, como ciudadanos del mundo, “padecen” el estar confinados a vivir en un lugar en el que sin libre mercado se les haga siempre costoso acceder a los bienes culturales que los apasionan. Erreguerena Albaitero (2016) en un texto con el sugerente título de *Los geeks, los héroes de la hipermodernidad*, señala que lo geek ha advenido en modelo hegemónico de realización social. Y es que el discurso de *made self man* informático que tiene a M. Zuckerberg o B. Gates como iconos idealizados bajo el relato de ser quienes contra la hostilidad del mundo persiguieron su sueño con pasión, ingenio y dedicación para finalmente ver los frutos, no tiene poco predicamento en estos sujetos. Para esta autora son lo que Zizek denomina “los comunistas liberales de Porto Davos”. Los que creen que pueden generar la torta y devorarsela al mismo tiempo, verbigracia de su sagacidad e inteligencia superior. Y es que educados en la autosuficiencia, autodidactas de actitud “proactiva” y prácticamente sin haber experimentado en su vida necesidades que el Estado haya debido suplirles, ven con recelo cualquier

vínculo con lo público y aborrecen de la política, considerándola el terreno de intereses que se les hacen tan superfluos como incomprensibles.

Si tenemos en cuenta que los productos más comercialmente exitosos de la industria del entretenimiento tienen su cuna en los consumos antaño casi restringido a geeks, existen argumentos para que milenials y generación X reconvertidos apuesten ingenuamente a que sus hobbies, sean ese “desafío creativo” que en un giro del destino les permitirá proyectarse sin escalas al éxito en el mercado global.

Board Game Geek es la gran web de referencia a escala global donde en formato wiki, sus usuarios pueden fichar los juegos de mesa existentes, puntuarlos, publicar el catálogo de su ludoteca privada, etc. Pero no fue hasta el 2011 que el user NicoCel abrió el “guild” Argentina, que a la fecha alberga un puñado de 400 usuarios que convergen en debates sobre el panorama lúdico local. Por otra parte el matrimonio Witter desde el “Dungeon de Saavedra”, irán integrando una red de clubes y aficionados para dar vida a la comunidad Geek Out. Ámbito que desde el el evento Geek Out Fest en el 2014 se ha convertido en la meca del JMM en nuestro país. Completan este entramado otros tantos actores, como el blog Euro Juegos Buenos Aires (y su respectivo canal de YT), OK Ediciones, la escena Geek de Villa Maria Córdoba, y los intermitentes vinculados con institutos privados con carreras de video juegos como *Escuela de Arte Multimedial da Vinci* o *Image Campus*.

La BGG es entonces, el ámbito de los geeks de paladar negro. Donde su antigüedad, participación y hasta la calidad de sus aportes está cuantificada, en la vieja tradición de los foros previos a la internet 2.0. GeekOut en cambio, es el frente de superficie bajo el que se cifran las expectativas de toda la comunidad para lograr la masividad. Una que solo podría darse bajo las gramáticas de interpelación de la industria del entretenimiento global, que dicho sea de paso, ya es hegemónica en nuestra sociedad.

Dados para el Pueblo

Otra parte de la escena, quizá no la más representativa pero tampoco minoritaria, es la que vamos a agrupar bajo el apelativo de “lúdicos populares” ya que en más de una ocasión algunos entrevistados así se han aludido. Se trata de la concurrencia de actores, no necesariamente ajenos a los consumos o la subcultura geek, pero cuyas trayectorias están transidas por el sistema educativo público, la práctica de la docencia y en más de un caso, la militancia social o territorial.

En el 2007 nace del corazón del *Instituto de Tiempo Libre y Recreación* de CABA, la ONG *La cantera, experiencias en el campo de la recreación*. Esta institución, contemporánea y partícipes del CuJuCa¹⁴, define su misión institucional como dedicada “a la investigación, difusión y puesta en marcha de actividades y proyectos en el ámbito de la Recreación, la Educación y el Juego” y donde los juegos de mesa son una parte de una mirada más amplia de iniciativas lúdicas. Si bien en líneas generales sostienen el discurso sobrio que cabe esperar de una ONG, las sensibilidades escoradas a la izquierda de sus miembros de vez en cuando asoman en su comunicación institucional¹⁵.

En el trato con sus integrantes, puede inferirse una cosmovisión que se fascina por los aspectos anti productivistas del juego, al que perciben como depositario de valores emancipatorios. Al momento

preparan un documento (todavía inédito) intitulado “El juego no tiene la culpa” donde se interrogan por los límites del uso instrumental del juego en tensión con entornos estatal/institucionales.

Épica Juegos es el proyecto cooperativo del que el ya mencionado Julian P. Bracco es su figura pública más referenciada. Se trata de un emprendimiento productivo que en 2013 a partir de un subsidio del Ministerio de Desarrollo Social, accede a la producción de su primer criatura: Combate de San Lorezso, un juego de mesa que permite revivir la gesta patriótica del Libertador. Desde entonces Épica ha publicado dos sucesores: Vuelta de Obligado y Cruce de los Andes. Dice Julian “Cuando diseñé Combate... no sabía lo que era un Euro, ni un Ameritrash (...), ni una comunidad de juegos de mesa. Pero si era un experto jugador y amateur diseñador de Wargames, Magic y de Juegos de Rol. De fusionar esas experiencias surge la base del Combate...” ratificando así como heredero de aquella genealogía que establecíamos al comienzo de este trabajo.

Sin embargo la labor de Épica no se reduce a la nada menor tarea de haber sido los pioneros en desarrollar JMM con temáticas históricas nacionales; sino incluso a un impecable trabajo gremial. Bajo el nombre de *TRIBU, juegos que juntan*, Épica impulsó la asociación de a un amplio conjunto de productores de juegos de mesa de todo el territorio, sin distinción de geeks o “lúdicos nacionales”, en post de trabajar una agenda de problemáticas comunes que van desde la participación conjunta en otras iniciativas, hasta la búsqueda de un sistema propio de distribución.

El Frente Rolero Argentino es un grupo de FB que comenzó como un chiste entre amigos (de allí lo pomposo del nombre) y terminó convirtiéndose en la comunidad virtual de rol más numerosa (hoy 6500 miembros) y activa del país. Martín Bravo, el número 2 de la comunidad (luego de quien escribe) define el éxito de este proyecto con una prejuiciosa sentencia donde traza distancia con el mundo geek: “Somos una rara avis, un grupo de roleros de Cs Sociales y Humanidades en lugar de nerds de UTN” y si algo de verdad hay en esta afirmación es que el FRA promueve continuamente un clima ecléctico y revulsivo que suierte etiquetas promoviendo el debate intelectual (pretencioso incluso) que excede ampliamente el rol para aludir a temas tan dispares e imprevistos en el fandom como, arte, sexualidad, deporte, o filosofía. Y por supuesto, la gran vedette: La política. El FRA fue probablemente el primer grupo fandom que no hizo de los temas políticos un tabú, aún a costa de perder frecuentemente miembros. Quizá la definición que da J.M.Vallejo (un habitual) sea una aproximación bastante objetiva “No es un grupo de rol, sino de roleros”. Y esto tiene como especial componente el cuidado puesto en sostener, a pesar de la explícita identidad peronista de su administración, una cuota importante de polifonía ideológica que permita el ejercicio del debate de ideas, sin que se incurra en el ataque se tolere el descalificativo.

Por su parte el FRA logró hegemonizar el debate sobre la actualidad local del rol, haciendo obligado (a partir de su volumen) que cualquier iniciativa del mundillo deba pasar por su time line, o morir en el ostracismo. Y no solo eso, sino que tiene una intensa vida interna que hace que de su seno surjan multitud de iniciativas tanto online como off line y de carácter y alcance federal.

En resumen, si bien los lúdicos populares (que integran también otros actores en los que por motivos de

extensión no nos detendremos) se trata de un agrupamiento que presenta disparidades, han podido articular acciones y a grandes rasgos comparten cierto consenso respecto a: A) Las potencialidades del juego como expresión de valores culturales/identitarios B) La dimensión didáctico/educativa que los juegos habilitan, vinculada al desarrollo de políticas públicas en esta clave. C) Una industria nacional del juego fundada en lógicas de economía social (mutualismo/cooperativismo, etc) que puedan también generar agrupamientos de representación sectorial.

La partida

la gente está aprendiendo a vivir colaborando en una comunidad de conocimientos. Estamos probando a través del juego pautas de interacción que pronto penetrarán en todas las demás--di.ñiieiúiones-de nue_stras vidas. En resumidas cuentas, Lévy nos ofrece un modelo para una política basada en los fans.”

- **Bajtín, Mijail** (2000): *La cultura popular en la época del Renacimiento*. La risa en el contexto de Rabelais. Barcelona, Alianza.
- **Hall, Stuart.** (1984): *Notas sobre la desconstrucción de lo popular* en Historia popular y teoría socialista. Barcelona: SAMUEL, Raphael. (ed.)
- **Jenkins, Henry** (2015): *¿Un poquito de diversidad?: notas para la conferencia de la Science Fiction Research Association*. Blog oficial del autor “Confessions of an Aca-Fan”.
- **Borda, Libertad** (2015): *Fanatismo y redes de reciprocidad*, en Revista La Trama de la comunicación. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario. Volumen 19.
- **Traversa, Oscar** (2001): Aproximaciones a la noción de dispositivo, *Signo y Señal N°12*, Buenos Aires Instituto de Lingüística, FFyL UBA
- **Bourdieu, Pierre.**(1988): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid:Taurus.
- **Bourdieu, Pierre** (2005): *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama
- **García, Pedro José** (2011): *Lo geek vende. Transformaciones de los topoi sobre el adolescente inadaptado en las series de televisión norteamericanas*. FRAME, n° 7
- **Medina, Gabriel** (2017): *Magos, Espadas y Dragones o de como el rol dialoga con el metal de literatura fantástica en tiempos de capitalismo postindustrial*, Cultura Metalica 4. Bs As Clara Beter Ediciones
- **Erreguerena Albaiteiro, María Josefa** (2016): *Los geeks, los héroes de la hipermodernidad*. El Cotidiano [en línea], (Enero-Febrero) : [Fecha de consulta: 26 de junio de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32543454005>>

discapacitados motrices que bajo la identidad peronista conformaban un colectivo político sectorial, también conocido como “rengos peronistas”.

2 *Diseño y publicación de juegos de mesa: de Argentina al mundo*, publicado en 2015 por Ok Ed, representa un relato nativo de este fandom que en virtud de cierto rigor historicista construye una genealogía que no se condice con la realidad local.

3 Los wargames son juegos de estrategia bélica con despliegue de ejércitos (usualmente miniaturas de plomo o plástico pero también los hay con fichas) sobre mesas acondicionadas con mapas o dioramas dispuestos para tal fin.

4 Los juegos de Rol, son juegos narrativos donde un director de juego despliega un relato (usualmente de carácter fantástico) y el resto de los jugadores interviene describiendo verbalmente las acciones de sus personajes, cuyo éxito se chequea con tiradas de dado.

5 Acrónimo de *Trade Card Game*, refiere a los juegos de customización de mazos de cartas coleccionables.

6 En la teoría del *game desing*, los temas representan la *conexión emocional* con el entorno de juego.

7 TSR fue la empresa propietaria de *Dungeons & Dragons*, el primer y más vendido juego de rol del mercado hasta nuestros días.

8 WoC es la empresa propietaria de *Magic*, la exitosa licencia del *trade card game* líder del mercado en su categoría.

9 A la polémica cuarta edición de *D&D* suele reprochársele sus mecánicas propias de videojuegos o juegos de tablero, como un deliberado intento de purgar la experiencia narrativas de sus partidas, y propia de los juegos de rol.

10 Por escaramusas se entienden partidas breves y compuestas por ejércitos modestos en número,

11 Hoy *Catán* (a secas), el juego de Klaus Teuber es considerado el hito refundacional del boardgame. Se trata de un juego de tablero con ocupación de superficies que en lugar de resolverse por la confrontación/eliminación de jugadores, establece una meta de puntos a lograrse mediante la obtención de recursos que muchas veces debe definirse por vía del comercio y la negociación.

12 No por nada el breve relevo que tuvo D&D como franquicia hegemónica de los juegos de rol durante los 90s estuvo dada por *Vampire, the mascarade*, título que se definía como “drama gótico punk” en perfecta línea con el tardío neogótico o gótico metal de final del milenio.

13 Mauro Viale llegó a dedicar dos programas enteros polemizando con jugadores de rol en el piso de sus programas de la tarde, a los que acusaba de potenciales psicopatas a partir del famoso “crimen del rol” acaesido en España en abril del 1994.

14 *La Cumbre de Juegos Callejeros fue una experiencia de inervención impulsada por La Casona de Humahuaca y replicada hasta hoy en múltiples localidades que en su blog es descrita como “La recuperación de los viejos juegos tradicionales recrea la identidad del barrio donde has crecido. Hace una transmisión a las nuevas generaciones de lo que es una fiesta popular, conciente de su potencialidad creativa y educativa. Un lugar de encuentro para la solidificación de redes sociales individuales e institucionales. Una maravilla Che, lo que se produce.”*

15 Por ejemplo en el siguiente fragmento de un texto que publicaron con motivo del día internacional del juego desde su fanpage: “¿Y si el juego no tuviera fecha de vencimiento en nuestras sociedades? ¿Si valiera jugar en cualquier momento de la vida (y no solo en la infancia)?/Quizá tampoco fuera suficiente... Porque hoy, la disputa, es del sentido. Porque hoy pareciera que competir fuera sinónimo de jugar, y ganar sólo el privilegio de unos pocos... lxs mismxs de siempre, lxs dueñxs de la pelota.”