



---

Cuadernos del CILHA n 35 – 2021 | publicación continua

ISSN 1515-6125 | EISSN 1852-9615

<https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/cilha>

CC BY-NC 4.0 international

Recibido: 03/06/2021 Aprobado: 27/07/2021 | pp. 1-19



<https://doi.org/10.48162/rev.34.022>

## Una reflexión sobre el paradigma tecnológico y su relación con los modos de producción de narrativas: las franquicias y el caso *Final Fantasy VII*

*A reflection on the technological paradigm and its relationship with modes of narrative production: franchises and the Final Fantasy VII case*

**Gabriel Romero**

Universidad Nacional de Cuyo

✉ [romerogabriel@hotmail.com](mailto:romerogabriel@hotmail.com)

Argentina

### **Resumen:**

A partir del análisis del desarrollo del videojuego *Final Fantasy VII* (1997), el siguiente trabajo reflexiona sobre la relación entre paradigma tecnológico y modos de producción de narrativas en la actualidad. Partiendo del análisis de Manuel Castells sobre el informacionalismo como paradigma tecnológico dominante, proponemos que las franquicias, cuyas características principales son la reproducción y la redundancia, se imponen como uno de los modos de producción de narrativas en la actualidad por ser las formas más eficaces frente a la concentración de riquezas, objetivo último del sistema económico capitalista.

**Palabras clave:** Franquicia, Videojuegos, Narrativas.

**Abstract:**

Based on the analysis of the development of the video game *Final Fantasy VII* (1997), the following paper reflects on the relationship between technological paradigm and modes of narrative production, today. Based on Manuel Castells' analysis of informationalism as the dominant technological paradigm, we propose that franchises, whose main characteristics are reproduction and redundancy, are imposed as one of the modes of production of narratives today because they are the most effective forms in the face of the concentration of wealth, the ultimate goal of the capitalist economic system.

**Keywords:** Franchise, Videogames, Narratives.

## Introducción

En las sociedades anteriores a la escritura, donde “lo que no se repite en voz alta está condenado a desaparecer” (Levy, 1990, p. 108), los mitos y los ritos eran una de las fuentes principales de conservación de los conocimientos. Luego, con la aparición de la escritura, las narraciones ya no dependían de la memoria de los individuos para ser conservadas. Conforme el tiempo fue pasando, la escritura tomó un lugar cada vez más central en la vida en sociedad. Más adelante, los avances en la técnica como el uso a gran escala de la imprenta y la aparición de la prensa no solo conmovieron las estructuras de poder, sino que, en el campo de las narraciones, permitieron que la escritura tuviera un lugar de privilegio en la producción de historias (ficcional o no).

Si continuamos con el devenir de las narraciones, en el presente encontramos que la escritura, si bien sigue teniendo un papel central, no es el único medio que permite contar historias. La aparición y masificación del cine y la radio en la primera mitad del siglo XX, la popularización de la televisión (y en especial de la televisión de ficción) a partir de los años setenta y ochenta o el comienzo de los videojuegos narrativos en especial, sobre finales de los años ochenta, son algunos de los ejemplos del surgimiento de nuevos medios en los que la narrativa tiene un papel central.

Marie-Laure Ryan, en la introducción del libro *Storyworlds across media: towards a media-conscious narratology* (2014), propone que

The proliferation of the term “media convergence” (Jenkins) in the discourses of advertising and academia has created the sense that media are currently



entering a new phase of control over culture and over our lives, capturing us in their increasingly thick web. But until we are able to tell what it is that media converge around, the term will remain a buzzword [...]. In *Storyworlds across Media*, we take the deliberate step of placing narrative at the center of media convergence (p. 7).

Pensar las narrativas en el centro de la convergencia medial, independientemente de cuál sea su medio, permite redimensionar la importancia que el acto de narrar tiene para el estudio de los medios y para “understanding the dynamics of culture and society” (Ryan, 2014, p. 7). Además, al mismo tiempo, permite repensar y reenfocar el uso de las herramientas de estudio de la narrativa literaria para analizar fenómenos que no necesariamente sean del medio escrito: narrativas interactivas, como los videojuegos, o nuevas narrativas asociadas a otras plataformas mediales como narrativas transmediales, *films*, series, formatos web y hasta fenómenos socioculturales. Pensar las narrativas como centro de la convergencia abre la posibilidad de trabajar, tal y como Ryan propone en su libro, análisis “conscientes de las plataformas mediales”. Aún más, para estudiar fenómenos como las franquicias, pensar la narrativa como el común denominador de una constelación de productos que pertenecen a diferentes medios, ordena las observaciones y permite analizar aspectos que de otra manera quedarían ofuscados por la cuestión meramente tecnológica.

### **Paradigmas tecnológicos, el industrialismo y las narrativas**

Desde la entrada de las computadoras al mercado, y aceleradas por el internet comercial, las discusiones sobre el paradigma tecnológico imperante se han tornado un asunto de relevancia en las últimas décadas, debido a las implicancias que tuvo la aparición de esas tecnologías en la organización social a nivel mundial. Retomando la definición de paradigma propuesta por Thomas Kuhn en su libro *La estructura de las revoluciones científicas* (2004), quien los define como “realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (p. 13), Manuel Castells propone que un paradigma “establece los criterios estándares de interpretación” (Castells, 2002, p. 110). Y en su texto “Informativismo y sociedad red” (2002) escribe que un

paradigma tecnológico “organiza la gama disponible de tecnologías en torno a un núcleo que realza el rendimiento de cada uno de ellos” (p. 110)<sup>1</sup>.

Así mismo, no toda aparición de nuevas tecnologías impacta de la misma forma en el entramado sociopolítico y cultural, sino que cuando los cambios tecnológicos graduales suponen un avance cualitativo de gran magnitud, se produce una “revolución tecnológica” que lleva a un “cambio de paradigma tecnológico” (Castells, 2002, p. 110). Uno de los ejemplos del pensador catalán es el del paradigma Industrial:

Alrededor del núcleo de una revolución tecnológica se arraciman y convergen tecnologías de diversos campos. La revolución en la tecnología de la energía (primero con el vapor y, luego, con la electricidad) condujo a sentar los fundamentos del industrialismo (Castells, 2002, p. 110).

Es decir que, a partir de una nueva forma de generación y distribución de energía, la humanidad deja de depender del todo del factor natural para dichas tareas (como por ejemplo los animales de carga, el automatismo de las máquinas, entre otros), y esto converge junto a los avances en la mecánica, la biología, la metalurgia y muchas otras ramas de la ciencia para dar lugar a un nuevo paradigma que no solo impacta en el desarrollo tecnológico, sino que cambia radicalmente la organización social al influir sobre los hábitos de consumo de las personas.

Los rasgos centrales de la sociedad industrial fueron la fábrica, la gran empresa, la burocracia racionalizada, la supresión progresiva del trabajo agrícola, el proceso de urbanización a gran escala, la formación de sistemas centralizados para la prestación de servicios públicos, el ascenso de los medios de comunicación de masas, la construcción de sistemas de transporte nacionales e internacionales, y el desarrollo de armas de destrucción masiva. El industrialismo aparecía en una variedad de expresiones culturales e industriales. El capitalismo industrial y el estadismo industrial eran formas antagónicas de organización social, aunque compartían similitudes esenciales en sus

---

<sup>1</sup> A su vez, Castells define tecnología como “el uso del conocimiento científico para establecer procedimientos que permitan su funcionamiento de una forma reproducible” (p. 110).



fundamentos materiales. La historia, la cultura, las instituciones y los patrones evolutivos de dominación política crearon una gama de sociedades industriales diversas, tan diferentes como Japón y Estados Unidos, España y Suecia. Con todo, no eran más que variaciones históricas de una especie sociotecnológica común: el industrialismo (Castells, 2002, p. 111).

A partir del análisis de ejemplos como estos, Castells concluye que “la tecnología es una dimensión fundamental del cambio social” (p. 167).

Este enfoque de Castells puede filiarse en la relación que establece Karl Marx entre las condiciones de producción (estructura) y el modelo social correspondiente (superestructura), en el *Prólogo a la contribución a la crítica de la economía política*:

En la producción social de su vida, los hombres contraen determinadas relaciones necesarias e independientes de su voluntad, relaciones de producción que corresponden a una determinada fase de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. El conjunto de estas relaciones de producción forma la estructura económica de la sociedad<sup>2</sup>, la base real sobre la que se levanta la superestructura jurídica y política, y a la que corresponden determinadas formas de conciencia social. El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de la vida social, política y espiritual en general. [...]

Al cambiar la base económica se revoluciona, más o menos rápidamente, toda la inmensa superestructura erigida sobre ella. Cuando se estudian esas revoluciones, hay que distinguir siempre entre los cambios materiales ocurridos en las condiciones económicas de producción, y que pueden apreciarse con la exactitud propia de las ciencias naturales, y las formas jurídicas, políticas, religiosas, artísticas o filosóficas, en una palabra, las formas ideológicas en que los hombres adquieren conciencia de este conflicto y luchan por resolverlo (Marx, 2001).

---

<sup>2</sup> En Castells, la relación estructura - superestructura es equivalente a la relación paradigma tecnológico - modelo social.

Si trasladamos analógicamente este pensamiento y lo aplicamos a la historia de las narrativas, podemos pensar cómo la aparición de nuevas tecnologías repercutió directamente sobre las características de los productos culturales de cada época. Pierre Levy en su libro *Las tecnologías de la inteligencia* (1990) propone que la característica central de las sociedades de la oralidad primaria<sup>3</sup> es que “cualquier proposición que no se retome periódicamente y que no se repita en voz alta está condenada a desaparecer”. Esto está directamente relacionado con los mitos, las narraciones orales y los relatos como fuente de transmisión del conocimiento. “En la sociedad con oralidad primaria”, escribe Levy, “casi todo el edificio cultural descansa sobre los recuerdos de los individuos” (1990, p. 101).

La aparición de la escritura permite no solo un cambio radical en las sociedades, sino que cambia la percepción del tiempo y de la historia. Levy propone que la figura asociada a la concepción de la historia de las sociedades de la oralidad primaria era el círculo, el devenir:

un devenir sin puntos de referencias ni huellas. Las cosas cambian, las técnicas se transforman insensiblemente, los relatos se alteran según el capricho de las circunstancias, ya que la transmisión es siempre recreación; pero a falta de un punto fijo resulta difícil poder medir sus desvíos (Levy, 1990, p. 108).

La aparición de la escritura, para Levy, está íntimamente relacionada con la aparición de sociedades agrícolas. La caza o la recolección son acciones cuya resolución ocurre inmediatamente, en cambio, la agricultura es una inversión a futuro. Es decir, el éxito del proceso se verá al tiempo, así como en la escritura donde “se instaura una comunicación en diferido, con todos los riesgos de malentendidos, de pérdidas y de errores que ello implica” (Levy, 1990, p. 112).

Sin detener la atención en demasía en estos fenómenos, las relaciones entre paradigma tecnológico y organización sociopolítica y cultural pueden encontrarse muy fácilmente.

---

<sup>3</sup> Este concepto es utilizado por Pierre Levy (1990), y lo define como: “Función del habla antes de que una sociedad haya adoptado la escritura” (p. 100). La aparición de la escritura produce sociedades donde la oralidad deja de estar en el centro, y pasan a ser sociedades de “oralidad secundaria”.



Por lo tanto, si pensamos en el alcance de la imprenta y luego en la posibilidad de producir libros de forma industrial, podremos pensar cómo la aparición del industrialismo repercute sobre las características particulares de las narrativas.

La prensa y “novela burguesa”, como dirá Walter Benjamin en su texto *El narrador* (1991), son los productos narrativos del período industrial.

La novela, cuyos inicios se remontan a la antigüedad, requirió cientos de años, hasta toparse, en la incipiente burguesía, con los elementos que le sirvieron para florecer. [...] Por otra parte, nos percatamos que, con el consolidado dominio de la burguesía, que cuenta con la prensa como uno de los principales instrumentos del capitalismo avanzado, hace su aparición una forma de comunicación que, por antigua que sea, jamás incidió de forma determinante sobre la forma épica. Pero ahora sí lo hace. Y se hace patente que sin ser menos ajena a la narración que la novela, se le enfrenta de manera mucho más amenazadora, hasta llevarla a una crisis. Esta nueva forma de la comunicación es la información (p. 57).

La prensa, las noticias, la supremacía del hecho sobre la experiencia son para Benjamin algunos de las características de esta nueva forma de narrar. Esto provoca, para el filósofo, un interés cada vez más marcado por la verosimilitud y verificación de lo narrado. A partir del interés cada vez mayor por la explicación sobre el misterio necesario de la narración, que propone en su texto, podemos pensar la serie de características centrales del realismo decimonónico, modo imperante de narrar bajo el paradigma industrial: el interés por la verosimilitud, las “novelas mundo” donde el narrador actúa como un dios omnisciente y objetivo que trata de recrear el funcionamiento de una sociedad. El valor de las narraciones estaba, pues, en el grado de plausibilidad o verificabilidad de la información que transmitían (Benjamin, 1991).

## **El informacionalismo y la sociedad red**

El planteo de Castells continúa hacia la aparición de un nuevo paradigma, que llama “informacionalismo”. Y aclara que la aparición de un nuevo paradigma no significa que ocurre un cambio abrupto y tajante en las sociedades, sino que la transición es lenta, dispar y particular para cada sociedad. De todos modos, para poder pensar sobre la

hegemonía de determinado paradigma frente a otros, Castells propone que un paradigma domina cuando “su rendimiento [es] superior en cuanto a acumulación de riqueza y poder” (Castells, 2001, p. 111). Si a esto lo pensamos en función de la historia del capitalismo, el dominio de un paradigma está ligado a la lógica de acumulación y concentración imperante en este sistema económico.

Así como la aparición y afianzamiento del industrialismo como paradigma tecnológico dominante permite el desarrollo de la sociedad industrial, un nuevo paradigma tecnológico permite el desarrollo de una nueva sociedad. Este nuevo paradigma, para Castells, es lo que llama “informacionalismo”, y la sociedad que se desarrolla sobre esta plataforma es “la sociedad red”.

El informacionalismo se define como

un paradigma tecnológico que se basa en el aumento de la capacidad humana de procesamiento de la información en torno a las revoluciones parejas en microelectrónica e ingeniería genética. [...] Las nuevas tecnologías de la información de nuestra época [...] tienen una relevancia muy superior porque marcan el comienzo de un nuevo paradigma tecnológico sobre la base de tres principales rasgos distintivos:

1. la capacidad de estas tecnologías para ampliar por sí mismas el procesamiento de información en cuanto a volumen, complejidad y velocidad;
2. su capacidad recombinatoria, y
3. su flexibilidad distributiva (Castells, 2001, p. 112-13).



Ahora, sobre estas bases tecnológicas, la “sociedad red” se desarrolla y expande. La sociedad red es “una estructura social<sup>4</sup> hecha de redes<sup>5</sup> de información propulsada por las tecnologías de la información características del paradigma informacionalista” (Castells, 2001, p. 116).

Algunas de las características de esta nueva forma de organización social son la dependencia del sistema financiero global de las redes y del procesamiento de señales electrónicas<sup>6</sup>; el hecho de que la economía global está conformada por una red de empresas multinacionales que a su vez están descentralizadas y relacionadas con pequeñas y medianas empresas a través de alianzas estratégicas, de la cual proveedores y clientes también forman parte.

La productividad y la competitividad se ven muy realizadas por esta forma interconectada de producción, distribución y gestión. Dado que las redes de la nueva economía se extienden por todo el mundo, la nueva economía red, al retirar paulatinamente por medio de la competencia las formas menos eficientes de organización, pasa a ser la economía dominante en todas partes. Las unidades económicas, los territorios y las personas que no rinden bien en esta economía o que no presentan un interés potencial para estas redes dominantes son desechados. Por otro lado, cualquier fuente de valor potencial, en cualquier lugar, acaba conectada y programada en las redes productivas de la nueva economía (Castells, 2001, p. 118).

---

<sup>4</sup>“Por estructura social entiendo las disposiciones organizativas de los seres humanos en las relaciones de producción, consumo, experiencia y poder, tal como se expresan en la interacción significativa enmarcada por la cultura” (Castells, 2001, p. 116).

<sup>5</sup>“Por definición, una red carece de centro y sólo tiene nodos. Si bien éstos pueden diferir en tamaño y, por tanto, tienen una relevancia variada, todos son necesarios a la red. Cuando los nodos pasan a ser redundantes, las redes tienden a reconfigurarse: eliminan algunos y añaden otros nuevos y productivos. Los nodos aumentan su importancia para la red absorbiendo más información y procesándola de forma más eficiente. La relativa importancia de un nodo no deriva de sus rasgos específicos sino de su capacidad para aportar información valiosa a la red. En este sentido, los principales no son centros sino llaves y protocolos de comunicación, que en su funcionamiento siguen una lógica de red y no una lógica de mando” (Castells, 2001, p. 117).

<sup>6</sup>“Las consecuencias de estas señales y de su procesamiento en las redes electrónicas de los mercados financieros son los valores reales asignados a cualquier activo en toda economía” (Castells, 2001, p. 117)

Siguiendo esta lógica, se comprende la aparición del Neoliberalismo “como mutación del Capitalismo” (Aleman, 2016, p. 78) donde el trabajo se individualiza y los trabajadores, de no cumplir con los estándares de rendimiento y competitividad, son desechados y reemplazados por otros.

En lo referido a lo cultural, de lo que nos ocuparemos a continuación, la aparición del hipertexto, el internet y la capacidad de la recombinación, de la fragmentariedad y la interactividad, entre otras, permiten pensar los productos culturales propios de este tipo de sociedad.

### **Los nuevos modos de producción de narrativas: convergencia, transmedia y franquicias**

Así como la sociedad industrial encuentra en la novela burguesa su máxima expresión narrativa, la sociedad red también explota sus capacidades tecnológicas para generar nuevas formas de narrar.

A su vez, el concepto de “cultura de lo convergente”, planteado por Henry Jenkins, es otra explicación de la influencia del informacionalismo sobre los modos de producción donde la convergencia es una manera de pensar “the current moment of media change, one which is defined through the layering, diversification, and interconnectivity of media” (Jenkins, 2011). Las similitudes entre los autores se hacen evidentes: la fragmentación, diversificación e interconectividad (red) son algunos de los elementos centrales. Y al pensar cómo la convergencia afecta a la producción medial, Jenkins introduce el concepto de “transmedia”.

El concepto de la producción transmedia o el surgimiento de las narrativas transmedia es todavía objeto de discusiones<sup>7</sup>, ya que el interés en este tipo de narrativas nació casi

---

<sup>7</sup>Entre ellas, si la importancia de lo transmedial reside en el aspecto multiplataforma o no. Ante ello, la respuesta de Jenkins corre del foco este tema para plantear uno aún más central: la lógica bajo el funcionamiento de lo transmedia:

I have been troubled by writers who want to reduce transmedia to the idea of multiple media platforms without digging more deeply into the logical relations between those media extensions.



con el principio del nuevo siglo. Jenkins, en una entrada del 31 de Julio de 2011 de su sitio web, reflexiona que “Transmedia storytelling describes one logic for thinking about the flow of content across media” (Jenkins, 2011), y aleja a las narrativas transmedia de las franquicias al decir que el sistema de franquicias solo se interesa por “to move icons and brands across media channels, but not necessarily an attempt to extend the story in ways which expanded its scope and meaning” (Jenkins, 2011). Por lo tanto, para el autor, el pilar de las franquicias se reduce a dos procesos: “*reproduction and redundancy*” (Jenkins, 2011). En alguna medida, según el académico, esto y la falta de participación<sup>8</sup> de los usuarios se debe al problema legal de las licencias:

Much of franchising has been based on licensing arrangements which make it hard for media producers to add or change anything beyond what is already in the primary text or the mother ship. True transmedia storytelling is apt to emerge through structures which encourage co-creation and collaboration (Jenkins, 2011).

Si bien a Jenkins no le interesa tanto el fenómeno de la franquicia y se preocupa por alejarlo, no deja de considerarlo como una forma de dichas narrativas. Las franquicias, como género particular de lo transmedia, hereda muchas de sus formas de allí. Ahora bien, las narrativas transmedia entonces se ocupan de “extender”, ese el término elegido por el autor, profundizar y generar cambios en el mundo en el que la historia ocurre. Para ello, la co-creación de los usuarios y la creación de comunidades son vitales. Y es a partir de la extensión donde la historia comienza a migrar entre las plataformas mediales.

---

So, if you are a guild, it matters deeply that you have a definition which determines how many media are deployed, but for me, as a scholar, that is not the key issue that concerns me. As we think about defining transmedia, then, we need to come back to the relations between media and not simply count the number of the media platforms (Jenkins, 2011).

<sup>8</sup> Es interesante la siguiente distinción que hace Jenkins entre “participación” e “interacción”. Para él, la diferencia radica en la propiedad: “a computer game stresses interactivity and thus preprogrammed entertainment experiences. Fan culture is high on participation, where fans take the resources offered by a text and push it in a range of directions which are neither preprogrammed nor authorized by the producers” (Jenkins, 2011).

Para terminar de ligar el auge de las narrativas transmedia y las franquicias a la sociedad red y al paradigma informacionalista propuesto por Castells, retomamos lo dicho por Jenkins, quien plantea que, si bien hay proyectos con características similares que antedatan las posibilidades tecnológicas de la computación en red y el entretenimiento interactivo, como los mundos de John R. R. Tolkien, L. Frank Baum o Walt Disney,

The current push for transmedia has emerged from shifts in production practices (shaped by media concentration, in some cases) or reception practices (the emergence of Web 2.0 and social media), but it has also come from the emergence of new aesthetic understandings of how popular texts work (Jenkins, 2011).

Otro de los aspectos centrales de las narrativas transmedia, además del hecho de que la cantidad de plataformas mediales que estén involucradas sea un detalle menor frente a las posibilidades de participación, extensión y relación entre dichas plataformas, es el de que su modo de producción puede aplicarse tanto a historias ficcionales como a todo otro producto de una plataforma medial, desde una marca hasta una persona o hecho.

I've argued that Obama is as much a transmedia character as Obi Wan is. I do not mean by this simply that our everyday lives are conducted across multiple media platforms, though this is true. I also mean that we tend to connect those dispersed pieces of information together to form a story, that the story we construct depends on which media extensions we draw upon (Fox News vs. The Huffington Post), and that there are architects who seek to coordinate and construct the range of meanings which get attached to that story. In that sense, the Obama story, as constructed by his campaign, includes both radical intertextuality and multimodality (Jenkins, 2011).

Por lo tanto, las narrativas transmedia, si bien hay antecedentes y puede trazarse una especie de arqueología de lo transmedial, tienen su auge en la sociedad red debido a lo que permiten los avances tecnológicos producto del nuevo paradigma tecnológico. Ahora bien, este nuevo modo de producción de narrativas trae una serie de matices. Estos se desprenden de las capacidades de producción, es decir de los recursos disponibles a la hora de la producción, y del fin o la intención con la que se produce. Si

el interés es imponer un producto o marca, nos encontraremos con las técnicas de franquicia clásicas, donde el mismo producto es adaptado y replicado en diferentes plataformas mediales para maximizar su consumo y las ganancias; o si el interés está en la creación de una experiencia basada en la extensión, la creación de una comunidad de fans que tengan la posibilidad de participar creativamente de dicha extensión.

### Hacia una historia de *Final Fantasy VII*

Para pensar cómo el cambio de paradigma tecnológico permite que se desarrollen nuevas formas de narrar, observar el fenómeno del juego *Final Fantasy VII* sirve de ilustración<sup>9</sup>.

Así como lo indica su número, es el séptimo título de una antología de juegos. A su vez cada entrega es autoconclusiva, ocurre en un mundo y con personajes propios. Lo que mantiene la unidad son una serie de elementos y rasgos como mecánicas de batalla por turnos, mundos de fantasía habitados por humanos con nombres recurrentes, criaturas y temas como la lucha entre el bien y el mal, preocupaciones ambientales y tramas políticas, o elementos de diseño, como la música de Nobuo Uematsu. La serie *Final Fantasy* comenzó como el proyecto de una empresa de videojuegos japonesa llamada Square, hoy Square Enix, fundada en 1986. Hironobu Sakaguchi, luego de diseñar algunos títulos de NES<sup>10</sup> de poco éxito, dirige *Final Fantasy*, que salió al mercado en 1987. El RPG (Juegos de Rol, género en el que el jugador asume el rol de un personajes en un entorno ficcional) fue un éxito en Japón y tardaría algunos años en llegar al

---

<sup>9</sup> Dado que no hay muchas fuentes oficiales, más allá de una línea del tiempo que puede verse en <https://eu.finalfantasy.com/histories>, y como muchos de los fenómenos relacionados a los videojuegos, una de las fuentes más ricas para encontrar información son las wikis, los blogs, los videoensayos que pueden encontrarse en plataformas como YouTube. Esto se debe a que las grandes comunidades de fanáticos se comunican por internet y colaboran en la construcción de historias a partir de la recopilación de datos que cada uno hace. Además, y para complementar esta información, la experiencia de uso de muchas de estas instalaciones permite reflexionar sobre las características de cada juego, cada cambio y cada capacidad tecnológica (en el caso del avance de las posibilidades de cada consola). Por lo tanto, la historia de la serie, tanto como la descripción de las características de los juegos es producto de la suma de lecturas de fuentes del *fandom* como de la experiencia personal de haber jugado las diferentes entregas. Otro detalle interesante es que todos los fanáticos son usuarios de los juegos, por lo tanto su conocimiento no solo viene desde las diferentes fuentes desperdigadas por internet sino de su experiencia de primera mano.

<sup>10</sup> *Nintendo Entertainment System*. Consola de videojuegos también conocida como “*Family computer*”.

mercado norteamericano, por lo que las numeraciones de las primeras entregas varían entre los países.

Las seis primeras entregas de la serie fueron lanzadas para las consolas de Nintendo NES y SNES<sup>11</sup>, aunque luego serían relanzados para otras consolas. Conforme la tecnología de las consolas fue permitiéndolo, fueron introduciéndose algunas innovaciones mecánicas como un sistema de batallas en tiempo real en lugar del clásico sistema por turnos. Pero con la séptima entrega ocurrieron una serie de cambios que marcarían el camino de los próximos desarrollos, que hoy llegan hasta el número XVI, anunciado en 2020 para Playstation 5.

*Final Fantasy 7* fue la primera entrega lanzada en 1997 para la consola de Sony, PlayStation. La relación cercana entre Sony y la serie de *Final Fantasy* todavía sigue vigente en 2021, luego de una renegociación tras la aparición de la PlayStation 5<sup>12</sup>. Debido a las capacidades tecnológicas de la consola, el juego introdujo cambios en su diseño como el uso de personajes modelados con polígonos 3d que se mueven sobre escenarios 2d pre-renderizados. A su vez, introduce el uso de "FMVs" o *Full Motion Videos*, archivos de video, cinemáticas pre-grabadas para hacer avanzar la acción o presentar elementos de interés que no son interactivas. En el nivel del equipo que lo desarrolló, es el primero en los que Hironobu Sakaguchi dejó el lugar de director para ser tomado por Yoshinori Kitase, y él tomó el rol de productor. A su vez, fue el primer *Final Fantasy* en tener su versión oficial para PC, dado que la consola de Sony todavía no se había extendido tanto en el mercado europeo y norteamericano.

El éxito de esta historia, tanto para la crítica como para los usuarios, permitió que este juego se relanzara con el correr de los tiempos. En 2009, PlayStation lo agregó a sus mercados, haciéndolo disponible para PlayStation 3, PSVita, PSPortable y se relanzó una versión de PC compatible con los nuevos sistemas operativos en 2012. En 2015 llegó a la PlayStation 4, y lanzaron versiones para iOS y luego para Android. En 2019, la entrega llegó a Xbox One y a Nintendo Switch. Además de estas reversiones, también juegos

---

<sup>11</sup> *Super Nintendo Entertainment System*, también conocida como "Super Nintendo" o "Super Famicom".

<sup>12</sup> <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350738083/square-enix-asegura-que-final-fantasy-xvi-es-exclusivo-de-ps5/>



como *Kingdom hearts* permitían usar al protagonista de *FFVII*, Cloud Strife, como personaje jugable.

Más allá de los relanzamientos, con ajustes menores, *FFVII* en sí mismo se convirtió en una franquicia. Por demanda de la comunidad de usuarios, nuevas historias comenzaron a narrarse: otros juegos como *Before Crisis: Final Fantasy VII* (2004), *Dirge of Cerberus: Final Fantasy VII* (2006) y *Core Crisis: Final Fantasy VII* (2007), la película *Final Fantasy VII: Advent Children* (2005), el OVA (*Original video animation*, producciones animadas audiovisuales) *Last Order: Final Fantasy VII* (2005)<sup>13</sup>. A su vez, también se lanzaron cuentos, cortos animados y minijuegos para móviles. Pero una de las noticias que marcó un hito en la historia de la franquicia fue la de que se haría un *remake* del juego, ampliando y cambiando la historia original, siendo el primer título de la serie en ser re-hecho desde cero.

La primera entrega de *Final Fantasy VII: remake* (2020) cubre tan solo una fracción de la historia original, expandiendo los trasfondos de los personajes y presentado nuevos conflictos. En las comunidades de fans calculan que el juego original podía completarse en unas 40-50 horas de juego<sup>14</sup>, el *remake* puede terminarse en unas 30-40 horas, pero calculan que solo cubre un tercio de la entrega original<sup>15</sup>.

La segunda entrega del *remake* se encuentra en producción, y todavía no se ha comunicado cuántas partes conformarán este nuevo juego. A su vez, además de hacer uso de las capacidades tecnológicas harto superiores de la PlayStation 4, hubo cambios en los sistemas de juego y los personajes fueron dotados de voces. Junto con el anuncio del *remake*, se anunciaron dos juegos más: *Final Fantasy VII: The First Soldier*, un *battle*

---

<sup>13</sup> [https://vgsales.fandom.com/wiki/Final\\_Fantasy](https://vgsales.fandom.com/wiki/Final_Fantasy)

<sup>14</sup> Los cálculos, como se ven en la discusión de los comentarios, varían dependiendo de cómo se juegue, pero ambas aproximaciones están tomadas en función de lo que calculan en una primera pasada del juego, concentrados en la historia. [https://vgsales.fandom.com/wiki/Final\\_Fantasy](https://vgsales.fandom.com/wiki/Final_Fantasy)

<sup>15</sup> <https://www.pushsquare.com/guides/final-fantasy-vii-remake-how-long-to-finish-the-game#:~:text=Final%20Fantasy%20VII%20Remake%20lasts,to%2040%20hours%20to%20complete>

*royale*<sup>16</sup>, y una remasterización del juego original y de sus *spin-off*, *Dirge of Cerberus*, *Core Crisis* y *Before Crisis*, para ser jugado en móviles, de forma cronológica y episódica.

### Reflexión final: *Final Fantasy VII* y los modos de producción de la sociedad red

En el caso historizado anteriormente podemos encontrar muchas de las características desarrolladas en el cruce de las teorías de Castells y Jenkins. Es decir, que el paradigma tecnológico permite el desarrollo de una sociedad que, a su vez, genera nuevas formas de producción, y en particular, de narrativas, a partir de las posibilidades de dicho paradigma. Por lo tanto, *Final Fantasy VII*, juego nacido en el seno de la revolución digital y el nacimiento del internet comercial, se convierte en un fenómeno que permite que se creen a su alrededor comunidades de fanáticos con tal grado de fidelidad<sup>17</sup> que el juego, lejos de quedar en el olvido, es relanzado numerosas veces, es expandido, es migrado a otras plataformas y hasta realizado nuevamente. Su popularidad le permitió pasar de ser una entrega en una serie a una franquicia en sí mismo.

Tanto para Jenkins como para otros teóricos<sup>18</sup> la franquicia es una forma de transmedia, cuyo fin principal es la de imponer un producto y generar la mayor cantidad de consumo posible. Para lograr este cometido, muchas veces la narrativa es expandida; secuelas, precuelas, *spin-off* y *remakes* son lanzados al mercado junto con otros productos de *merchandising*. Y todavía más, en el caso de *FFVII* no solo tenemos que la redundancia, elemento característico de las franquicias para Jenkins, está presente en el hecho de

---

<sup>16</sup> Género de juego en donde múltiples jugadores se enfrentan en una arena hasta que quede uno solo de pie. <https://www.redusers.com/noticias/funcionan-los-juegos-battle-royale/>

<sup>17</sup> Para Acuña y Calogueria, autores de la *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*, la fidelización de la audiencia es lo que hace posible que un producto sea visto entre la multiplicidad de productos, efecto de la sobreoferta. Para ello, los estudios de datos de consumo, por parte del productor, son una parte esencial. Elegir un público objetivo y brindarle contenido para mantenerlo “fiel” a su marca.

<sup>18</sup> El productor Nuno Bernardo en su libro *Transmedia 2.0* propone tres modelos de producción transmedia: “*The Brand extension*”, “*The stepping stone*” y “*Organic Transmedia*”. La extensión de marca podría homologarse al modelo clásico de las franquicias propuesto por Jenkins donde un producto o marca es replicado en diferentes plataformas con el objetivo de imponer una serie de productos. Para Bernardo, este tipo de producción transmedia puede presentar productos que extiendan la narrativa, pero todas orbitan alrededor de un centro o producto principal. Bernardo escribe que muchos “*argue that brand extension is nothing more than a marketing tool*”.



ser relanzado casi a lo largo de quince años, sino que además nos encontramos con que en el futuro apunta a llegar a nuevos usuarios.

La aparición del género *battle royale* de la mano de juegos como *Fortnite* (2017) y *PlayerUnknown's BattleGrounds*, también conocido como *PUBG* (2017), impactó en el mercado de los videojuegos debido a su rápido éxito. Como ejemplo, podemos observar al juego *Fortnite*, que desde su lanzamiento en agosto de 2017 a mayo de 2020 logró llegar a los 350 millones de usuarios<sup>19</sup> y a su vez generó 127 millones de horas de *stream* por plataformas como Twitch o YouTube Live<sup>20</sup>. A su vez, el 62% de los usuarios son menores de 24 años<sup>21</sup>. Lo que permite inferir que quienes prefieren este tipo de juegos son personas que nacieron al mismo tiempo o después de 1997, fecha del lanzamiento del *FFVII*.

Estos datos son relevantes dado que permiten conjeturar que el lanzamiento de un *battle royale* dentro de la franquicia del juego de Square Enix tiene el propósito de aumentar la base de usuarios, y no tanto expandir la narrativa del mundo ficcional. Esta evaluación se apoya en que, si revisamos los blogs y wikis<sup>22</sup> que describen cuál es uno de los puntos de identidad de la serie de los *Final Fantasy*, encontramos que su género, *Role Playing Game* es una constante que no ha cambiado a lo largo de sus casi cuarenta años de historia. El funcionamiento de las franquicias como modos de producción de narrativas de la sociedad red puede constatarse al volver sobre lo escrito por Castells al plantear que el dominio de un paradigma se observa cuando “su rendimiento [es] superior en cuanto a acumulación de riqueza y poder” (Castells, 2001, p. 111).

---

<sup>19</sup> Los datos fueron consultados en estudios de mercado como <https://www.businessofapps.com/data/fortnite-statistics/> o blogs especializados en finanzas como <https://www.roundhillinvestments.com/research/esports/battles-royale>

<sup>20</sup> Dato relevado del estudio realizado por Roundhill Investments <https://www.roundhillinvestments.com/research/esports/battles-royale>

<sup>21</sup> En el apartado “User statistics”, el informe realizado por Bussiness of Apps releva la edad de los usuarios <https://www.businessofapps.com/data/fortnite-statistics/>

<sup>22</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Final\\_Fantasy#cite\\_ref-151](https://en.wikipedia.org/wiki/Final_Fantasy#cite_ref-151), <https://www.ign.com/articles/2009/06/18/ign-presents-the-history-of-final-fantasy>, [https://finalfantasy.fandom.com/wiki/Final\\_Fantasy\\_series#Development](https://finalfantasy.fandom.com/wiki/Final_Fantasy_series#Development) son algunos ejemplos.

Uno de los aspectos de interés sobre estos casos es que este modo de producción puede aplicarse a cualquier tipo de narrativa, sin importar su plataforma. Otros fenómenos de los últimos tiempos, de gran magnitud y presupuesto, pueden ser franquicias como *Game of Thrones* (donde se desarrollaron series, videojuegos, juegos de rol de mesa, juegos de mesa, etcétera), o la franquicia del Universo Marvel (que partió de comics y donde se han desarrollado series, películas, videojuegos, entre otros productos).

Ahora bien, estos ejemplos son franquicias exitosas de alto costo. Pero estos nuevos modos de producción también pueden aplicarse, retomando a Jenkins, a producciones de bajo y mediano costo que apunten a desarrollos de alto costo, como lo fue la serie de Amazon *Modern Love*, que comenzó como una columna semanal del New York Times, luego fue un libro, un podcast, y finalmente una serie de televisión.

Estas reflexiones partieron del desarrollo teórico de Castells, de base marxista, en el que la estructura tecnológica influye y permite determinados modelos sociales y, por lo tanto, determinados modos de producción y consumo de narrativas. Es decir, que, estudiar dichos modos, como propone Marie-Laure Ryan, nos permite comprender mejor las dinámicas de la cultura y la sociedad. Y de tal forma es así, que siguiendo a Jenkins y a Benjamin, la producción de narrativas no se detiene en la ficción, dado que la prensa y todo aquello que no es ficción, por un lado, toma un lugar central en las sociedades, y por el otro, se estructura con las mismas herramientas narrativas. Parfraseando a Jenkins (2011), los arquitectos que acoplan sentido a las historias podrían ser tanto los autores de mundos ficcionales como conglomerados de medios que construyen su poder. Por lo tanto, el factor ideológico puede siempre ser construido sobre cualquier narración, ficcional o no.

Más allá de la relación tecnología-sociedad, este estudio de caso se centra en el par tecnología-narración. Al pensar, con Castells (2001), que la tríada “capacidad de almacenamiento e interpretación de datos”, “capacidad recombitoria” y “flexibilidad”, movidas por el motor de todo paradigma en el sistema capitalista que es la concentración de poder y de riqueza, permiten que modos de producción como las franquicias tomen una relevancia inédita. La posibilidad de conformar una comunidad de consumo e imponer en un mercado durante más de veinte años, 1997-2021, un



mismo producto casi sin alteraciones permite pensar en la maximización de las ganancias a el menor costo de producción. Y todavía más, la capacidad de recolección e interpretación de datos de usuarios, inédita en la actualidad<sup>23</sup>, permite que las franquicias tomen sus decisiones comerciales en función de ampliar la base de usuarios, sin importar cuál sea la filiación del producto desarrollado con los elementos identitarios de la franquicia, en primer lugar.

Para concluir, tal y como lo plantean Ryan, Castells y Jenkins, la reflexión sobre los modos de producción de narrativas, sin importar su plataforma medial, son un vasto campo que no solo permite pensar sobre las novedades de las formas de narrar.

### Referencias

- Acuña, F. y Caloguerea, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Facultad de Comunicaciones. Universidad Católica de Chile.
- Benjamin, W. (1991). *El narrador*. Taurus.
- Bernardo, N. (2014). *Transmedia 2.0*. beActive.
- Castells, M. (2002). Epílogo. Informacionalismo y sociedad red. En P. Himanen. *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información* (págs. 109-124). Destino.
- Jenkins, H. Transmedia 2020: Further Reflections. *Confessions o fan Aca-Fan*  
[http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html) Consultado 26 de mayo de 2021.
- Kitase, Y. (dir.) (1997). *Final Fantasy VII*. [Videojuego] H. Sakaguchi (prod.). Sony Computer Entertainment.
- Levy, P. (1990). *Las tecnologías del pensamiento en la era informática*. Edicial.
- Marx, K. (2001 [1859]). Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política. *Marxists Internet Archive*. <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1850s/criteconpol.htm> Consultado 26 de mayo de 2021.

---

<sup>23</sup> Los casos como los de *Cambridge Analytica* y *Facebook* son ejemplos de cómo el análisis de datos permite no solo crear comunidades de consumo sino también ser los arquitectos del sentido ideológico de las narrativas electorales a nivel mundial.