**FORTNITE: EL NEOLIBERALISMO EN LINEA**

**TEC. U GUSTAVO EDUARDO SAIENTZ**

***Objetivos***

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental demostrar como un producto aparentemente “inocente”, como un videojuego puede estar determinado por los rasgos ideológicos más profundos del sistema capitalista y de la sociedad de consumo neoliberal a través del análisis y el desarrollo de los conceptos de Neoliberalismo, el capitalismo de plataformas, la legitimación social, la definición y la conceptualización del video juego Fortnite y por ultimo las conclusiones.

Para poder entender la relación de la industria del entretenimiento y el ocio en relación a su función social es necesario desarrollar la conceptualización del neoliberalismo.

***¿Qué es el neoliberalismo?***

Las teorías clásicas económicas definen al Neoliberalismo como una corriente económica y política capitalista, inspirada y responsable del resurgimiento de las ideas asociadas al liberalismo clásico y que tiene como principales características la liberalización de la economía, el libre comercio, una drástica reducción del gasto público y de la intervención del Estado en la economía en favor del sector privado aunque en la actualidad se instaló como un sistema asociado a la privatización y la flexibilización laboral, relacionándolo con la tecnocracia de los organismos públicos internacionales, debido a que sus políticas son principalmente Impulsadas desde el Banco Mundial, la Organización Mundial del Comercio, y el Fondo Monetario Internacional (FMI), organismos que no dependen de las Naciones Unidas y están por ello exentos del control directo de la comunidad internacional de países y a los que en ocasiones se acusa de ejercer presión política y extorsión.

La evolución en la concepción del término está íntimamente relacionada con la expansión del sistema capitalista. El sistema económico como producto de la caída de las economías comunistas, junto con principios propios del neoliberalismo, tales como la limitación de la intervención estatal en las relaciones comerciales, y la oposición a las regulaciones y los aranceles, todo ello bajo el esquema del libre mercado, ha ido provocando una unidad económica mundial, con fronteras cada vez más abiertas y mercados comunes cada vez mayores, propia de una economía globalizada, lo que termino acuñando el término de “Régimen Neoliberal”. Sin embargo, este “régimen” tiene características propias que fueron evolucionando a medida que el capitalismo va expandiendo sus fronteras.

Frente a la presunción de Marx, no es posible superar la contradicción entre las fuerzas productivas y las relaciones productivas mediante una revolución comunista. Es insuperable. El capitalismo, precisamente por esta condición intrínseca de carácter permanente, escapa hacia el futuro. De este modo, el capitalismo industrial muta en neoliberalismo o capitalismo financiero con modos de producción posindustriales, inmateriales, en lugar de trocarse en comunismo. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

El neoliberalismo no funcionaría si las personas fuéramos distintas: “la gente se vende como auténtica porque “todos quieren ser distintos de los demás”, lo que fuerza a “producirse a uno mismo”. Y es imposible serlo hoy auténticamente porque “en esa voluntad de ser distinto prosigue lo igual”. Resultado: el sistema solo permite que se den “diferencias comercializables”. Cuanto más iguales son las personas, más aumenta la producción; esa es la lógica actual; el capital necesita que todos seamos iguales”. (Han, “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose”, 2018).

Quien fracasa en la sociedad neoliberal del rendimiento se hace a sí mismo responsable y se avergüenza, en lugar de poner en duda a la sociedad o al sistema. En esto consiste la especial inteligencia del régimen neoliberal. No deja que surja resistencia alguna contra el sistema. En el régimen de la explotación ajena, por el contrario, es posible que los explotados se solidaricen y juntos se alcen contra el explotador. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

Tomando como referencia las definiciones de Han, el neoliberalismo se podría definir como: Un régimen de igualdad, en un sistema que homogeniza a los individuos para aumentar el consumo, buscando la diferenciación de los individuos a través de la comercialización de “diferencias”, ya no como un sistema económico sino como una lógica productiva.

El sujeto del rendimiento, que se pretende libre, es en realidad un esclavo. Es un esclavo absoluto, en la medida en que sin amo alguno se explota a sí mismo de forma voluntaria. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

En el contexto de este sistema liberal, los individuos solo ejercemos el papel de sujetos de rendimiento que consumimos bajo la ilusión de la libre elección.

El neoliberalismo es un sistema muy eficiente, incluso inteligente, para explotar la libertad. Se explota todo aquello que pertenece a prácticas y formas de libertad, como la emoción, el juego y la comunicación. No es eficiente explotar a alguien contra su voluntad. En la explotación ajena, el producto final es nimio. Solo la explotación de la libertad genera el mayor rendimiento. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014)

Dentro de la lógica neoliberal los medios de comunicación solo ejercen la función de panópticos digitales.

La libertad y la comunicación ilimitadas se convierten en control y vigilancia totales. También los medios sociales se equiparan cada vez más a los panópticos digitales que vigilan y explotan lo social de forma despiadada. Cuando apenas acabamos de liberarnos del panóptico disciplinario, nos adentramos en uno nuevo aún más eficiente. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

Los residentes del panóptico digital, por el contrario, se comunican intensamente y se desnudan por su propia voluntad. Participan de forma activa en la construcción del panóptico digital. La sociedad del control digital hace un uso intensivo de la libertad. Es posible solo gracias a que, de forma voluntaria, tienen lugar una iluminación y un desnudamiento propios. El Big Brother digital traspasa su trabajo a los reclusos. Así, la entrega de datos no sucede por coacción, sino por una necesidad interna. Ahí reside la eficiencia del panóptico. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

***Capitalismo de Plataformas***

El concepto de Big data es un concepto fundamental en la teoría de definir que el neoliberalismo desarrolla ya no como un concepto de capitalismo financiero sino como un capitalismo de plataforma como un modo de producción capitalista neoliberal. Son las nuevas fuerzas productivas que friccionan claramente con los restos de las relaciones de producción todavía existentes, provenientes del modelo fordista. Hay una desregulación de la mano de obra y se elimina al estado como mediador entre el dueño de los medios de producción y la fuerza productiva.El sentido de esa mutación continua fue cortar costos, eliminar competidores, controlar a los ejércitos de trabajadores, reducir los tiempos muertos y ganar participación en el mercado. Y para plasmar ese propósito, uno de los caminos más transitados fue el de transformar en forma permanente el proceso laboral. Esta fue la fuente del inmenso dinamismo del capitalismo, dado que los capitalistas tienden a incrementar constantemente la productividad laboral y superarse unos a otros en la manera de generar ganancias de modo eficiente. (Srnicek, 2019).

Sin embargo, el Big Data permite hacer pronósticos sobre el comportamiento humano. De este modo, el futuro se convierte en predecible y controlable. La Psicopolitica digital transforma la negatividad de la decisión libre en la positividad de un estado de cosas. La persona misma se positiviza en cosa, que es cuantificable, mensurable y controlable. Sin embargo, ninguna cosa es libre. Sin duda alguna, la cosa es más transparente que la persona. El Big Data anuncia el fin de la persona y de la voluntad libre. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

La función de los medios de comunicación se transforma y el rol que cumplen se ajusta a la lógica productiva como un sistema que homogeniza a los individuos potenciando el consumo, ofreciendo una falsa ilusión de elección y como una herramienta de marketing de recolección de datos para su utilización transformando los procesos productivos en una herramienta potencialmente eficiente y que comienza a friccionar con la lógica productiva moderna, estas funciones solo son posibles si se introduce la emocionalidad al proceso de consumo.

***Capitalismo emocional***

El capitalismo del consumo introduce emociones para estimular la compra y generar necesidades. El emotional design modela emociones, configura modelos emocionales para maximizar el consumo. En última instancia, hoy no consumimos cosas, sino emociones. Las cosas no se pueden consumir infinitamente, las emociones, en cambio, sí. Las emociones se despliegan más allá del valor de uso. Así se abre un nuevo campo de consumo con carácter infinito. (Illouz, 2007).

Esta situación genera que los medios de comunicación obtengan una nueva dimensión dual, por un lado la de legitimar ideológicamente el sistema productivo y de igual manera se transforman en el soporte o plataforma de este sistema emocional, y los videojuegos no quedan fuera de esta lógica.

***¿Los videojuegos son medios de comunicación?***

Patrick Charaudeau define: el acto de lenguaje como un resultado de dos actividades, la producción y la interpretación. En la primera de ellas, entran en juego una serie de factores que determinan la enunciación del mensaje, mientras que en la segunda interviene el destinatario, quien interpreta el mensaje. La comunicación, en su instancia más elemental, consiste en la transmisión y recepción de mensajes. Cada sujeto interpreta el mensaje de acuerdo a sus propias experiencias y percepciones, y emite a su vez una valoración. Con los videojuegos, ocurre algo muy similar, así como ocurre con las películas, series y libros. La interpretación y el contexto del jugador, espectador o lector será determinante a la hora de atribuir un sentido particular a la obra. (Charaudeau, 2003).

En este sentido, podemos enunciar sin temor a equivocarnos que los videojuegos son actos de lenguaje, determinados por ciertas condiciones de producción que adquieren su significado a través de ciertas condiciones de interpretación.

La interpretación que mencionamos anteriormente apela a una constante interactividad entre el videojuego y el usuario, los videojuegos son “textos hechos para usar”. El relato de los juegos requiere de la intervención de un receptor –en este caso, un jugador– que lleve adelante la acción del personaje.

***¿Por qué elegir un videojuego determinado para analizar el neoliberalismo y el capitalismo de plataformas?***

Porque como producto cultural es un resultado discursivo lógico y dialectico del sistema que lo contiene.

Para generar mayor productividad, el capitalismo de la emoción se apropia del juego, que propiamente debería ser lo otro del trabajo. Ludifica el mundo de la vida y del trabajo. El juego emocionaliza, incluso dramatiza el trabajo, y así genera una mayor motivación. A través de una rápida experiencia exitosa y de un sistema de gratificación instantánea se aumentan el rendimiento y el producto. Un jugador con sus emociones muestra mayor iniciativa que un actor racional o un trabajador meramente funcional. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

***¿Por qué Fortnite?***

Sin dudas, Fortnite es uno de los fenómenos comunicacionales más populares en los últimos años, registra más de 200 millones de usuarios registrados, 15 millones de descargas entre los usuarios de dispositivos Android, genera una ganancia de

3.000 millones de dólares en 2018, 125 millones de usuarios pagaron alguna vez por alguna de las funciones adicionales, Fue valuado en más de 15 mil millones de dólares y por si esto fuera poco genera torneos de e-Sports, donde promete 100 millones de dólares en premios. Sin embargo, lo que lleva al análisis del mismo no es su indiscutido éxito como plataforma lúdica sino el concepto creativo como herramienta de marketing que el mismo utiliza y que lo transformó en una de las industrias culturales más eficiente y exitosa frente a la debacle de los medios tradicionales de comunicación.



***¿Que es Fortnite?***

Es un videojuego en línea, similar a plataformas o redes sociales donde uno puede interactuar con otros usuarios para entretenerse, en donde participan hasta 100 jugadores en una arena virtual y que a medida que avanza el tiempo de la partida el escenario se va transformando en una isla cada vez más pequeña y donde luchan todos entre si pudiendo construir plataformas y escondites hasta que solo queda uno vivo: el ganador. El éxito del mismo está relacionado a su forma de distribución, si bien existen dos versiones, una donde el juego es solitario y en forma de aventura, el éxito llego con la salida de la versión online para múltiples plataformas y donde la descarga y su jugabilidad son gratuitas, además de contar con actualizaciones en línea de eventos específicos cada cierto periodo de tiempo.Si bien Fortnite puede ser analizado como una red social de distracción y entretenimiento, también se puede analizar bajo el foco de un producto propio de la ideología neoliberal y por tanto como una forma de generar discursos y signos que permiten legitimar esta ideología. Bajo esta perspectiva Fortnite no solo es un éxito de marketing, sino también una plataforma simbólica diferente Plantea un escenario necesariamente singular y similar al concepto de mundo globalizado, necesario para el aceleramiento del consumo y que forma parte de lo que se denomina capitalismo de plataforma, se puede observar a través del mismo como se puede generar un discurso hegemónico bajo las reglas posmodernas del no espacio, o de ejecutar un video juego casi como si fuera una “tarea de ocio”.

El juego en sí, profundiza el individualismo, es individual, rasgo característico de las sociedades posmodernas, como define Lipovetsky: “El individualismo se impone no como una reclusión del individuo en sí mismo; sino como una inclusión osmótica en lo social, asumido con indiferencia. Los individuos se hacen cada vez más atentos a sí mismos, aún sin convicciones” (Lipovetsky G. –S., 2009).

La persona se halla en un constante proceso de personalización en el contexto de una lógica individualista. Ya no se busca sólo la libertad política y económica, la libertad de creatividad artística o en el ámbito del conocimiento; sino además y principalmente en el ámbito de las costumbres y de lo cotidiano. (Lipovetsky G. , 1994). En Fortnite uno se enfrenta en el campo de batalla a 100 jugadores que tienen el mismo objetivo, sobrevivir y no morir durante la partida.

En cuanto al consumo, en la sociedad posmoderna, la persona desea consumir, nunca ha había habido tanto productos para consumir como en esta época, en Fortnite tenemos diversas opciones de consumo, incluso como un catálogo neoliberal se nos ofrecen desde compra de atuendos, armas o mascotas, concepto relacionado a la búsqueda de diversidad planteada por Han, pero además en el videojuego podemos abonar asistencia a eventos, lo curioso es que dentro del desarrollo del juego no existe publicidad concreta, salvo que se trate de un evento como el conocido caso del DJ Marshmallow o en la compra de accesorios de marcas determinadas que se ubican en el catálogo de accesorios.

Otra de las características posmodernas o neoliberales que se encuentran en Fortnite, encontramos la posibilidad de personalización. La persona, en la cultura posmoderna del consumo, no deja de tener rasgos contradictorios, convividos sin sobresaltos, dado que la lógica y la racionalidad no son un valor primordial, sino el seducir y ser seducido, sin perder su identidad. La pasión, en la personalidad íntima, no se desentiende de la búsqueda de calidad de vida. El abandono de los grandes sistemas de sentido no se opone a la búsqueda de creencias locales y a la conformación de tribus juveniles. No es extraño que uno de los motivos del éxito de Fortnite esté relacionado con su vinculación a Twitch una red social de gamers donde se conforman tribus de jugadores de determinados videojuegos, otra característica de Fortnite es el permitir que cada jugador pueda personalizarse a través de la compra de diferentes productos del catálogo.

Juntamente con el irrenunciable deseo de consumo (de músicas, de placeres, de encuentros, de bebidas y mercancías), se revaloriza lo local y se disuelven las exigencias de centralidad; se busca más la identidad personal que la verdad universal. (Lipovetsky G. –S., 2009).

.En cuanto a la relación de espacio tiempo tal como define Han: En el juego habita una temporalidad particular. Se caracteriza por las gratificaciones y las vivencias inmediatas de éxito. Las cosas que requieren una maduración lenta no se dejan ludificar. La duración y la lentitud no son compatibles con la temporalidad del juego. La actividad de la caza se aproxima al juego, mientras que las tareas de un labrador, que requieren una maduración lenta, un crecimiento silencioso, escapan a toda ludificación. La vida no se deja transformar totalmente en caza. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

La ludificación del trabajo explota al homo ludens. Mientras uno juega, se somete al entramado de dominación. Con la lógica de la gratificación del me gusta, de los amigos o los seguidores, la comunicación social se somete actualmente al modo juego. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014).

En cuanto al espacio físico de Fortnite, Marc Augé acuñó el concepto "no-lugar" para referirse a los lugares de transitoriedad que no tienen suficiente importancia para ser considerados como "lugares". Son lugares antropológicos los históricos o los vitales, así como aquellos otros espacios en los que nos relacionamos. (Auge, 1993).

El campo de batalla donde se desarrolla Fortnite tiene las caracterististicas propias de un No-lugar, efímero, sin tiempo continuo ya que a medida que avanzamos en el juego y transcurren los segundos el mapa empieza a reducirse gracias a una neblina que consume todo a su paso, este esquema es esencial para entender el carácter posmoderno o sobre moderno del juego ya que no se puede construir un tiempo histórico y por ende no se pueden delimitar fronteras específicas, por lo tanto no se puede construir un meta relato que identifique el tiempo y el espacio de la batalla.

En Fortnite sucede, el fenómeno de la ludificación tal como lo expresa Han: La ludificación de la comunicación corre paralela a su comercialización. Destruye la comunicación humana. (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014). Y quizás este es el rasgo más característico de Fortnite como elemento de construcción simbólica de la posmodernidad, la manera en que va deconstruyendo el límite entre lo real y lo virtual, los eventos que el juego lanza cada periodos determinados de tiempo son la expresión gráfica de la desaparición de los límites entre lo real y la virtualidad y que por supuesto están financiados por grandes marcas o franquicias de películas, series o productos específicos, el mayo ejemplo de esta situación fue el concierto realizado de manera virtual por el DJ Marshmello donde asistieron más de 10 millones de jugadores con sus avatares (Estirado, 2019) o enterarnos de que grandes empresas comenzaron a buscar a sus empleados dentro de la plataforma del juego por sus habilidades. (13, 2019).

***Conclusiones***

Han plantea que bajo esta lógica productiva el entretenimiento ha sido absorbido por la necesidad de producir. Bajo esta lógica de producción los entretenimientos se transforman en objetivos de rendimiento (Han, Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder., 2014). Incluso el juego ha sido absorbido hoy por el trabajo y el rendimiento. El trabajo se ludifica. Es decir, las ganas que todos tenemos de jugar se ponen al servicio del trabajo, que las explota y saca partido de ellas. Suponiendo que aún quede un entretenimiento al margen del trabajo, se ha degradado a una mera desconexión mental, que es cualquier cosa menos buen entretenimiento (Han, Buen entretenimiento. Una deconstrucción de la historia occidental de la Pasión., 2018).

Este cambio de lógica produce también un cambio de valores ideológicos y sociales. Una de las formas lógicas de este sistema de producción es encarnada por los grandes grupos hegemónicos de la comunicación y entre ellos uno de los medios que surge con mayor fuerza es la industria de los videojuegos.

**Vicenç Navarro** en su artículo La promoción del neoliberalismo fascista a través de los videojuegos define: Existe un cambio muy significativo en los valores ideológicos y culturales hegemónicos en sus sociedades, de manera que se han ido sustituyendo los valores de solidaridad, así como de universalidad de derechos políticos, sociales, laborales y culturales (que habían surgido después de la derrota del nazismo y el fascismo en la II Guerra Mundial), por los valores de competitividad sin límites, con un individualismo feroz, en un proceso de selección darwiniano en el que la responsabilidad colectiva, pública y social es repudiada. Su objetivo es conseguir el máximo nivel de acumulación de riqueza, instrumentalizando el Estado para obtener tal fin, habiendo provocado una enorme concentración de la riqueza y de los ingresos a nivel nacional e internacional. (Navarro, 2019).

Entendiendo el neoliberalismo como un sistema hegemónico dominante tanto en materia ideológica y cultural, hay productos culturales que fluyen con rasgos característicos de ese sistema y los videojuegos no son una excepción, Fortnite presenta el campo del neoliberalismo como un exponente social con características propias de una red social inocente. Ante estas características y el rotundo éxito del videojuego habrá que preguntarse si Fortnite no representa las condiciones de un nuevo orden mundial, o solo se trata de un inocente videojuego para la distracción y el entretenimiento.

# *Bibliografía*

13, C. (20 de mayo de 2019). ¿El empleo soñado?: Empresa ofrece mil dólares por jugar Fortnite. *Canal 13 noticias*, págs. https://www.t13.cl/noticia/mundo/tendencias/el-empleo-sonado-empresa-ofrece-mil-dolares-jugar-fortnite.

Auge, M. (1993). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Antropología de la Sobremodernidad.* Madrid: Gedisa.

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información mediática. La construcción del espejo social.* Madrid: Gedisa.

Estirado, L. (2 de Mayo de 2019). Fortnite y DJ Marshmello: así ha sido el mayor concierto de la historia. *El periodico de Catalunia*, págs. https://www.elperiodico.com/es/extra/20190205/fortnite-marshmello-mayor-concierto-virtual-historia-7286762.

Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder.* Madrid: Herder.

Han, B.-C. (7 de febrero de 2018). “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose”. (C. G. país), Entrevistador)

Han, B.-C. (2018). *Buen entretenimiento. Una deconstrucción de la historia occidental de la Pasión.* Barcelona: Herder.

Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo.* Madrid: Katz Editores.

Lipovetsky, G. (1994). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.* Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. –S. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna. .* Barcelona: Anagrama.

Navarro, V. (20 de febrero de 2019). *La promoción del neoliberalismo fascista a traves de los videojuegos*. Recuperado el 16 de agosto de 2019, de Publico: https://blogs.publico.es/vicenc-navarro/2019/02/20/la-promocion-del-fascismo-neoliberalismo-a-traves-de-los-videojuegos/

Srnicek, N. (2019). *Capitalismo de plataformas.* Buenos Aires: Caja Negra.