Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), noviembre-diciembre 2024,
Volumen 8, Número 6.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6

MÁS ALLÁ DEL JUEGO: DEL CRUNCH AL CONSUMO CONSCIENTE EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

BEYOND THE GAME: FROM CRUNCH TO CONSCIOUS CONSUMPTION IN THE VIDEO GAME INDUSTRY

Yuritzi Llamas Mangin
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

Edson Javier Silva González
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

Elkin Tuexi Garza
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

Juan José Hernández Vidales
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

Jorge Eduardo Garza Sánchez
Universidad Autónoma de Tamaulipas, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.15003

Más Allá del Juego: Del Crunch al Consumo Consciente en la Industria de los Videojuegos

Yuritzi Llamas Mangin[1]
yuritzi.llamas@docentes.uat.edu.mx
https://orcid.org/0000-0001-6069-0216
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México

Edson Javier Silva González
a2203410100@alumnos.uat.edu.mx
https://orcid.org/0009-0000-3959-545X
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México

Elkin Tuexi Garza
a2203410106@alumnos.uat.edu.mx
https://orcid.org/0009-0009-1782-5109
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México

Juan José Hernández Vidales
vidales@docentes.uat.edu.mx
https://orcid.org/0009-0005-4501-3344
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México

Jorge Eduardo Garza Sánchez
jegarza@docentes.uat.edu.mx
https://orcid.org/0009-0007-0664-8974
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México

RESUMEN

Este estudio explora las percepciones y comportamientos de consumo de estudiantes universitarios en relación con las prácticas laborales en la industria de los videojuegos. La investigación utilizó un enfoque cuantitativo basado en encuestas anónimas a 30 jóvenes de 16 a 25 años. Los resultados indican que, si bien la mayoría (90%) conocía populares títulos como The Last of Us 2 y Call of Duty, casi todos (94%) desconocían que fueron desarrollados mediante sobreexplotación laboral. Aún más, dos tercios de los participantes (67%) afirmaron que comprarían estos videojuegos a pesar de saber sobre las condiciones de trabajo. Estos hallazgos sugieren la necesidad de generar mayor conciencia entre los consumidores sobre las prácticas éticas en la industria del gaming, pues parecen priorizar el entretenimiento por encima de las implicaciones laborales.

Palabras clave: crunch en videojuegos, ética del consumo, comportamiento del consumidor joven, explotación laboral, industria del gaming

[1] Autor principal.
Correspondencia: yuritzi.llamas@docentes.uat.edu.mx

Beyond the Game: From Crunch to Conscious Consumption in the Video Game Industry

ABSTRACT

This study explores the perceptions and consumer behaviors of university students in relation to working practices in the video games industry. The research used a quantitative approach based on anonymous surveys of 30 young people aged 16-25. The results indicate that while the majority (90%) were aware of popular titles such as The Last of Us 2 and Call of Duty, almost all (94%) were unaware that they were developed through labor exploitation. Furthermore, two-thirds of participants (67%) stated that they would buy these video games despite knowing about the working conditions. These findings suggest the need for greater consumer awareness of ethical practices in the gaming industry, as they appear to prioritize entertainment over labor implications.

***Keywords*:** crunch in videogames, consumer ethics, young consumer behaviour, labour exploitation, gaming industry

Artículo recibido 02 octubre 2024
Aceptado para publicación: 10 noviembre 2024

INTRODUCCIÓN

Los videojuegos entraron en la industria del entretenimiento en la década de los setenta, pero el primer videojuego de la historia se creó en el año de 1952 por Alexander S. Douglas. Se trata de "Nought and Crosses" u "OXO" el cual era una versión digital del famoso juego "Gato" o "tres en raya". Sin embargo, fue hasta el año de 1972 cuando se creó la primera consola doméstica de videojuegos con el nombre de "Magnavox Odyssey", la cual se podía conectar directamente al televisor y permitía jugar algunos juegos precargados en ella (Barcelona, 2020).

A partir de este punto la industria del videojuego ha podido desarrollar productos tanto sencillos como complejos. Muchos solo aparecen o se anuncian para generar un lazo con el usuario ya sea por ser una franquicia establecida, una versión más reciente de un juego antiguo o simplemente por la innovación técnica, gráfica o inmersiva que los desarrolladores prometen.

En la necesidad de la empresa por cumplir con los objetivos de lo prometido a los usuarios, se establece un periodo para el eficiente desarrollo del videojuego para así poder lanzarlo en la fecha anunciada. Es importante mencionar que la industria del videojuego funciona de la misma manera que cualquiera otra área de construcción de un producto. Es decir, se requiere de personal disponible para elaborar los videojuegos. Las personas deben acatar las fechas límite y deben esforzarse para cumplirlas. Esto ha creado un tipo de explotación laboral, mejor conocido internamente como "Crunch" que traducido al español significa "crujido". El término hace referencia a las jornadas excesivas en el ámbito laboral tecnológico, muchas veces sin ningún tipo de remuneración a cambio, o incluso, hasta con amenazas de despido si no cumplen con el trabajo en el tiempo acordado. Todo esto sucede porque al no tener listo un videojuego en la fecha anunciada, las distribuidoras pierden dinero. Además, puede implicar daños en la imagen pública de la empresa, ya que los usuarios en muchas ocasiones acusan a las empresas distribuidoras y desarrolladoras por el hecho de no tener el videojuego completo en el tiempo especificado (Márquez, 2018).

El Crunch lleva existiendo años en la industria. Muchos juegos exitosos han sido desarrollados en medio de entornos de explotación laboral. Sin embargo, esta es una historia desconocida para muchos porque las distribuidoras se encargan de que no se difunda.

Por ejemplo, Rockstar Games, una empresa de grandes dimensiones ha sido acusada de explotación laboral en el desarrollo de su exitoso videojuego “Red Dead Redemption 2”, ya que le pagaron muy poco a los desarrolladores, aunque el juego tuvo una alta cantidad de ventas.

El equipo de desarrolladores tras Red Dead Redemption 2 ha llegado a trabajar 100 horas semanales en varias ocasiones en 2018 como parte de este proyecto. Tras los retrasos en la fecha de lanzamiento, los desarrolladores declararon que este ha sido su proyecto más difícil.

Estas declaraciones, que parecen realizarse como una prueba de la calidad del juego, no hacen sino normalizar y dar más vida al ya tan extendido “Crunch”. Son centenares los trabajadores con los que Rockstar cuenta en su plantilla laboral, y para concluir Red Dead Redemption 2 a tiempo, cada uno ha tenido que invertir 100 horas de trabajo semanales o más. Desde luego, un abuso que difícilmente es justificable por el resultado final del juego, por muy bueno que sea este (Rodríguez, 2018).

Otro ejemplo podría ser “Activision Blizzard”. Esta distribuidora ha recibido miles de quejas debido al comportamiento del CEO y de los subordinados de este. Empleadas mujeres se han quejado de que sus compañeros varones les dejan todo el trabajo del desarrollo a ellas y ellos se llevan el crédito mientras a ellas no les pagan lo suficiente por hacer el trabajo de todos.

Las empleadas de esta empresa pusieron una demanda en California, con la cual se dio a conocer que existía discriminación hacia las empleadas en aspectos como compensaciones, sueldos, ascensos y despidos. Las afectadas pusieron al descubierto las malas condiciones de trabajo y las reprobables conductas de sus compañeros. En el texto se expuso que los empleados varones beben abundante alcohol y con frecuencia se comportan inapropiadamente con las empleadas.

Continúa el texto relatando que mientras los varones juegan a videojuegos durante la jornada, las empleadas son las encargadas de asumir todas las responsabilidades. En el aspecto de los ascensos, se señala que las empleadas han sido denegadas para un puesto mayor por la posibilidad de quedar embarazadas. Además de ser criticadas por irse a buscar a sus hijos a la guardería. Por otro lado, han llegado ser expulsadas de las salas de lactancia para que se pudiesen realizar reuniones en dichas salas (González, 2022).

Naugthy Dog es otra empresa desarrolladora de videojuegos con varias quejas en el desarrollo de su último lanzamiento The Last Of Us Part 2, ya que uno de los animadores acabó hospitalizado debido a

las intensas jornadas laborales que se hicieron para tener lista la versión demostrativa que se lanzó en septiembre de 2019. Este empleado también aseguró que Naughty Dog intentó obligarle a firmar un documento que le impedía hablar de las condiciones laborales. Si no lo firmaba, el estudio no le entregaría su último pago, algo que finalmente no ocurrió porque el trabajador les recordó que esa acción "probablemente fuera ilegal" (Matas, 2020).

En el contexto de México no se cuenta con una amplia variedad de empresas distribuidoras y desarrolladoras de videojuegos, pero esto no significa que no existan situaciones similares a las expuestas anteriormente. Uno de los casos de éxito mexicano ha sido la desarrolladora Bromio creadora del videojuego “Pato Box”. En palabras de uno de sus desarrolladores, los empleados tenían que mostrar un avance del videojuego, pero al no tener lista una prueba, tuvieron que pasar días y días trabajando sin parar para poder concluirlo a tiempo. Incluso trabajando hasta ver el amanecer. Esto quiere decir que, debido al poco tiempo estimado para el desarrollo del juego, tuvieron que recurrir al “Crunch” para su salida a tiempo. (Diseño, 2017)

Otro caso por mencionar es el videojuego “Mictlán”, que es desarrollado en México por “Meta Studios Creative Agency. Al ser un estudio pequeño y tener a muchos fans esperando información de ella, el propio director comentó en una entrevista que ha tenido que pedir a sus trabajadores que estén días en el estudio para sacar una prueba pronto y la gente lo pueda ver. Todavía en el año 2023 el juego seguía sin dar señales de que una prueba estuviera cerca desde su anuncio en 2021. Probablemente esto signifique que se están tomando el tiempo para desarrollar y pulir bien el proyecto que se está realizando (Sanchez, 2021).

Desde hace años, las empresas distribuidoras de videojuegos han anunciado sus próximos lanzamientos con varios años de antelación, calendarizando la fecha tentativa su disponibilidad en el mercado. Esto genera emoción y expectativa entre los video jugadores, los cuales, por querer ser los primeros en tener la próxima entrega, reservan el videojuego para tenerlo desde el primer día. Esto genera ganancias a las distribuidoras sin siquiera aun haber lanzado el videojuego.

Cuando el juego está inconcluso y la fecha de lanzamiento está cerca, las empresas pueden optar por dos posibilidades. La primera es posponer la fecha de lanzamiento para asegurar la buena calidad el videojuego. La segunda es lanzar el videojuego en la fecha señalada y forzar a los desarrolladores a

trabajar por largas jornadas. Aun haciendo ese esfuerzo, los vídeo juegos frecuentemente no funcionan bien, pues todavía existen errores críticos en su versión pública.

Un caso destacado es Cyberpunk, cuyo lanzamiento se había anunciado en 2012. El juego prometía atractivas características como innovación, mundo abierto y una inteligencia artificial que no se podría reconocer. El día de su lanzamiento ocurrieron múltiples errores al ejecutar el videojuego. Hubo interrupciones en el funcionamiento, fallos en texturas y mala optimización. El software no era operativo y fue la decepción para muchos video jugadores, quienes se sentían engañados ya que lo que había prometido la distribuidora era falso (Blancas, 2020). Esto se debió al corto periodo de tiempo que se tomaron para desarrollar todas las características del videojuego. Por si fuera poco, la empresa cambió múltiples veces de motor gráfico y, a pesar de saber los problemas que se tenían en el desarrollo, decidieron lanzar el videojuego en la fecha acordada y obligar a los desarrolladores a trabajar horas extras y a marchas forzadas sin descanso. Cabe recalcar que esto sucedió aun cuando en entrevistas previas, el CEO de CD Projekt RED (desarrolladora del videojuego) había expresado que no realizarían esta práctica, pues dañaba tanto a los trabajadores como a la misma compañía (Rose, 2020).

Así, aunque la compañía desarrolladora de Cyberpunk 2077 recurrió al Crunch para cumplir con las fechas de lanzamiento, el videojuego fue criticado por salir a la venta en pésimas condiciones. La comunidad se decepcionó por la mala calidad del producto final.

Se habla de que el costo del desarrollo de Cyberpunk 2077 fue de entre 121 y 316 millones de dólares. En su primer mes de lanzamiento tuvo ventas por 13,7 millones de dólares desde su lanzamiento en el final de 2020. Aproximadamente el 73% fue en formato digital, el 23% fue en formato físico. El 53% fue para las plataformas de PC, mientras que el 28% correspondió a Play Station 4 y el 17% a Xbox One. (Escribano, 2021)

Para el primer trimestre de 2021, Cyberpunk 2077 redujo su margen de ganancia en 8,84 millones de dólares, lo que representaba una disminución significativa en los ingresos de la empresa. Esto sucedió por haber entregado un vídeo juego en condiciones deplorables y no comunicar el verdadero problema que tenían con el proyecto (Alberto, 2021).

La mayoría de los usuarios se sentía inconforme y exigían una explicación y la devolución de su dinero.

Debido a que el juego para las consolas de antigua generación Xbox One y Play Station 4 tuvo fallas desde el primer día, la compañía accedió a que los usuarios que quisieran reembolsar su dinero pudieran hacerlo. Las versiones digitales se podían reembolsar desde la tienda en línea de la respectiva consola, mientras que la versión física se tenía que solicitar desde la tienda en donde fue comprado. Se estima que se devolvieron un aproximado de 215.000 unidades (Aviles, 2021).

Casos como estos dejan mucho que desear del comportamiento de las distribuidoras con sus empleados. Es importante recordar que tanto la explotación como la discriminación también sucede en las empresas tecnológicas y desarrolladoras, incluso con más frecuencia de la que se sabe.

El Crunch produce resultados desfavorables para todos. Las empresas, angustiadas por querer terminar de desarrollar el juego a tiempo, explotan a los empleados para hacerlos trabajar sin descanso hasta que el proyecto se concluya. Los programadores, cansados, descuidan detalles importantes como consecuencia de las largas jornadas de trabajo. Los proyectos serán defectuosos y los usuarios no estarán satisfechos con el resultado, lo cual generará perdidas para la distribuidora ya que ningún video jugador quisiera pagar 70 dólares (Rodríguez, 2018) por un videojuego inconcluso.

El presente trabajo se realizó con los objetivos de revisar la literatura sobre los entornos laborales en las empresas de los videojuegos y explorar las percepciones de las personas sobre este tema. En los siguientes apartados se exploran los detalles metodológicos, los resultados y las conclusiones.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada es de tipo cuantitativa y de alcance descriptivo. Se utilizó un cuestionario para la recolección de datos. Los objetivos del cuestionario fueron, por una parte, determinar el conocimiento de los participantes sobre el Crunch en algunos videojuegos, y por otra parte, conocer sus percepciones sobre comprar o no un videojuego que se ha creado a partir de la explotación laboral de los empleados de la compañía desarrolladora.

Instrumento

La encuesta fue anónima. Sin embargo, sí se les preguntó su edad. El instrumento de recolección de datos consistió en tres preguntas:

1) ¿Conoces The Last Of Us 2, Red Dead Redemtion 2 y COD Vanguard? (Sí/No).

2) ¿Esos juegos fueron desarrollados a través de la explotación laboral de sus desarrolladores? (Sí/No/No sé).
3) ¿Comprarías un videojuego después de saber que la compañía desarrolladora sobreexplotó a sus programadores para lograr obtener el producto en las fechas de lanzamiento? (Sí/No/No sé).

Muestra

Los participantes fueron 30 personas jóvenes universitarias de entre 16 y 25 años. Todos cursaban sus estudios de nivel licenciatura al momento del estudio. La muestra fue no probabilística por conveniencia.

Técnicas de análisis de datos

Se utilizó el cálculo de frecuencias para las respuestas a cada pregunta.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Ante la pregunta sobre si conocen los juegos como The Last Of Us 2, Red Dead Redemtion 2 y COD Vanguard, el 90% de jóvenes dijeron que sí, lo que significa que las personas son jugadoras y conocen los títulos populares de videojuegos.

Los juegos mencionados anteriormente fueron logrados a través de la sobreexplotación laboral. Así que se les preguntó a las personas si conocían que esos productos fueron desarrollados bajo esos términos. El 94% dijo que no sabía y el 6% dijo que sí sabía.

En cuanto a si las personas comprarían un videojuego después de saber que la compañía desarrolladora sobreexplotó a sus programadores, el 33% dijo que no compraría su producto, pero el otro 67% dijo que sí lo seguirían comprando.

CONCLUSIONES

Los hallazgos de este estudio revelan una serie de aspectos relevantes sobre el conocimiento y las percepciones de los jóvenes universitarios en torno a las prácticas laborales en la industria de los videojuegos.

En primer lugar, se encontró que la gran mayoría de los participantes estaba familiarizada con títulos populares como The Last of Us 2, Red Dead Redemption 2 y Call of Duty: Vanguard, lo que indica que son consumidores activos de este tipo de productos.

Sin embargo, en cuanto al conocimiento sobre si estos juegos fueron desarrollados mediante prácticas de sobreexplotación laboral, la inmensa mayoría desconocía esta información. Esto sugiere que, si bien los jóvenes consumen estos videojuegos, carecen de conocimiento sobre las condiciones en que fueron producidos.

Aún más revelador es que, cuando se les preguntó si comprarían un videojuego sabiendo que la empresa desarrolladora había explotado a sus empleados, dos tercios de los participantes afirmaron que sí lo comprarían. Este resultado indica que, pese a estar informados sobre las prácticas abusivas, una proporción significativa de los jóvenes estaría dispuesta a adquirir dichos productos.

En conjunto, estos hallazgos plantean la necesidad de generar mayor conciencia y educación entre los consumidores de videojuegos sobre las condiciones laborales en las que se producen estos productos. Si bien los jóvenes participantes demuestran ser jugadores activos, carecen de información sobre las problemáticas que rodean a la industria, lo cual se traduce en una aparente disposición a ignorar estos aspectos en sus decisiones de compra.

Los futuros trabajos de investigación deberían profundizar en los factores que influyen en las decisiones de consumo de los jóvenes ante este tipo de revelaciones, con el fin de comprender mejor cómo promover prácticas más éticas en la industria de los videojuegos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alberto, J. (2021). *IGN*. Obtenido de IGN: https://es.ign.com/cyberpunk-2077/173646/news/cd-projekt-red-confirma-grandes-perdidas-economicas-por-cyberpunk-2077-y-su-situacion

Aviles, L. (01 de 12 de 2021). *Mundo Deportivo*. Obtenido de Mundo Deportivo: https://www.mundodeportivo.com/alfabeta/bandai-namco/cd-projekt-desvela-cuantas-copias-de-cyberpunk-2077-se-devolvieron-en-2020#:~:text=El%20reporte%20financiero%20anual%20de,%2C%20denominada%20%22Otras%20disposiciones%22.

Barcelona, F. d. (01 de Febrero de 2020). *Facultat d'Informàtica de Barcelona*. Obtenido de Facultat d'Informàtica de Barcelona: https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html

Blancas, J. (11 de Diciembre de 2020). *BOTech*. Obtenido de BOTech: https://botechnews.com/analisis-digital-foundry-revela-cyberpunk-2077-injugable-playstation-4-y-xbox-one/

Diseño, J. (19 de Mayo de 2017). *RobottoMX.* Obtenido de RobottoMX: https://robotto.mx/2017/05/entrevista-los-creadores-pato-box/

Escribano, J. (22 de 04 de 2021). *HobbyConsolas*. Obtenido de HobbyConsolas: https://www.hobbyconsolas.com/noticias/cyberpunk-2077-vendio-137-millones-primer-mes-witcher-3-supera-30-millones-852653

González, S. (25 de Marzo de 2022). *MeriStation*. Obtenido de MeriStation: https://as.com/meristation/2022/03/25/noticias/1648194865_857694.html

Márquez, R. (16 de Octubre de 2018). *VidaExtra*. Obtenido de VidaExtra: https://www.vidaextra.com/industria/que-crunch-que-opina-ello-alguien-que-ha-vivido-sus-carnes#:~:text=En%20el%20mundo%20del%20videojuego,casos%20pueden%20alargarse%20durante%20meses.

Matas, F. G. (13 de Marzo de 2020). *VANDAL*. Obtenido de VANDAL: https://vandal.elespanol.com/noticia/1350732604/the-last-of-us-2-un-desarrollador-de-naughty-dog-acabo-hospitalizado-por-el-crunch/

Rodríguez, V. (15 de Octubre de 2018). *Areajugones*. Obtenido de Areajugones: https://areajugones.sport.es/videojuegos/el-crunch-de-rockstar-asola-red-dead-redemption-2-con-100-horas-de-trabajo-semanales/

Rose, L. (15 de Octubre de 2020). *Kotaku*. Obtenido de Kotaku: https://www.kotaku.com.au/2020/10/cyberpunk-2077-ps5-xbox-crunch-culture-former-dev/

Sanchez, J. (2021 de Octubre de 2021). *diez.* Obtenido de diez: https://www.diez.hn/diezgaming/entrevista-con-el-director-del-departamento-3d-de-mictlan-el-juego-que-GCDZ1498529#image-1