

Narrativa

Recuerdo mis primeras partidas en una vieja consola, cuando jugar en México significaba mirar siempre hacia afuera: Japón, Estados Unidos, Europa. Las grandes compañías dominaban todo, y parecía imposible imaginar que aquí, en mi país, algún día se harían videojuegos. Éramos jugadores, sí, pero nunca protagonistas. Tener un cartucho nuevo era casi un lujo, algo que dependía más de lo que llegará a las tiendas importadas que de lo que realmente queríamos jugar.

Con el paso del tiempo, me di cuenta de cómo la industria fue cambiando. Hoy, más de 66.9 millones de personas en México jugamos, y esa cifra sigue creciendo cada año. La diversidad es enorme: desde los chavos que pasan horas en la computadora jugando títulos clásicos comprados por ellos, hasta quienes prefieren partidas rápidas en el celular sin gastar un peso. Incluso hay quienes se han vuelto jugadores profesionales, compitiendo en torneos de eSports y transmitiendo en vivo para miles de espectadores. Yo mismo he pasado tardes enteras jugando dos horas seguidas, cuatro días a la semana, como si fuera parte de la rutina.

Lo increíble es que también se transformó quién puede crear. Antes, un estudio internacional necesitaba invertir miles de dólares y años de trabajo para lanzar un juego. Ahora, hasta un adolescente de 15 años puede programar desde su casa con una computadora, descargando motores gráficos gratuitos y aprendiendo a través de tutoriales en internet. Y no hablo de sueños: hay más de 1400 videojuegos mexicanos publicados o en desarrollo, muchos con historias locales, inspiradas en nuestra cultura, nuestras leyendas o incluso en la vida cotidiana de nuestras ciudades y pueblos. Cada vez más se sienten juegos “hechos para nosotros”, con referencias que reconocemos y que nos hacen sentir identificados.

Uno de los ejemplos que más me inspiran es el estudio Lienzo, de Chihuahua. Ellos fueron capaces de demostrar que en México también podemos crear juegos de talla internacional. Su título más famoso, Mulaka, retoma la cultura rarámuri y la lleva a un videojuego de acción y aventura que llamó la atención en todo el mundo. Como jugador, fue emocionante ver que nuestra historia y tradiciones podían convertirse en un producto de calidad, exportado a consolas como Nintendo Switch y PlayStation. Al jugarlo, sentí por primera vez que un videojuego me hablaba directamente a mí como mexicano, mostrándole al mundo algo que siempre había estado aquí.

Claro que no todo ha sido fácil. Muchos estudios nacionales ni siquiera llegan a nosotros porque no tienen campañas de marketing populares. También pesa la percepción cultural de que “en México no se hacen cosas chidas”. A esto se suman las dificultades técnicas: equipos costosos, falta de inversión, poca información en español y la dura competencia contra gigantes internacionales.

Aun así, algo está cambiando. La Asociación Mexicana de Videojuegos busca dar visibilidad y apoyo a estos estudios, y poco a poco estamos dejando de ser solo consumidores para convertirnos en creadores. Además, los modelos de negocio se han

transformado: ya no solo compramos un juego físico, ahora existen micropagos, contenidos descargables y comunidades activas alrededor de cada título. Esta evolución ha permitido que los videojuegos no solo sean entretenimiento, sino también un motor económico y cultural.

La industria en México y Latinoamérica ya no es solo un reflejo de lo extranjero; ahora contamos nuestras propias historias, y como jugador, me emociona ser testigo y parte de esa evolución que apenas comienza a mostrar su verdadero potencial.