

## Videojuegos como productos culturales - El Mundo Castellón al Día - 14/02/2020



La UJI acogió la charla sobre videojuegos. EL MUNDO

# Videojuegos como productos culturales

El presidente de Arsgames España, Luca Carrubla, expuso ayer en la UJI otra visión del videojuego

**JONATHAN MARTÍNEZ CASTELLÓN**  
El videojuego ya no es un producto comercial que solo busca entretener, sino que se ha vuelto un objeto cultural reflejo de la realidad social y con la capacidad de transformar sociedades a muchos niveles. Esta es la tesis que defendió ayer el presidente de Arsgames España, Luca Carrubla, en el ciclo de conferencias 'Videojuegos Talks!' de la Universitat Jaume I de Castellón. El sociólogo de profesión y Doctor Cum Laude en Arte Digital habló de un nuevo movimiento que se posiciona de forma táctica entre el arte y el mercado, los Alt Games. «Estamos acostumbrados a pensar en los videojuegos como un elemento comercial que tiene el pro-

pósito de divertir. Los Alt Games son productos que puedes encontrar en cualquier tienda *on line*, pero también en una galería o museo de arte», expuso el presidente de Arsgames.

Carrubla ofreció una visión alternativa de los videojuegos a partir de un movimiento de pequeños creadores que surgieron en 2014: «Los Alt Games se han posicionado de forma alternativa a la industria tradicional a través de otro tipo de economía», explicó a los asistentes. El ponente declaró que este nuevo movimiento busca «polinizar de forma cruzada» utilizando el videojuego y la cultura fuera de los canales típicos para que lleguen a gente que normalmente no juega.