

¿Por qué dos tigres no deben pelear a muerte? Una introducción al juego del go

*Carlos Vladimiro González Zelaya,
Universidad Panamericana.
cvgonzalez@up.edu.mx*

RESUMEN

Esta ponencia trata acerca del go, un antiguo juego de estrategia oriental. El escrito se divide en tres partes: en la primera se da un panorama general del mundo del go, en la segunda se explican las reglas básicas para jugarlo y en la tercera se hacen algunas analogías entre el go y los negocios.

Palabras clave: estrategia, juego, negocios.

WHY SHOULDN'T TWO TIGERS FIGHT TO DEATH? AN INTRODUCTION TO GO

ABSTRACT

This lecture is about go, an ancient oriental game of strategy. It is divided in three parts: on the first part, a broad perspective of the world of go is given; the second part deals with the basic rules of the game, and on the final part some analogies are made on go and business.

Keywords: go, baduk, weiqi.

INTRODUCCIÓN

The rules of go are so elegant, organic and rigorously logical that if intelligent life forms exist elsewhere in the universe they almost certainly play go.

-Edward Lasker (1885-1981)

Ego –también conocido como *wéiqí* en China, *baduk* en Corea e *igo* en Japón– es un juego de tablero que, si bien no pertenece al mundo de las matemáticas ni al de los negocios, tiene importantes relaciones con ambas disciplinas del conocimiento humano. Se trata de un juego de estrategia similar al ajedrez, aunque con importantes diferencias entre ambos, mismas que iremos desarrollando a lo largo de esta ponencia. Este ensayo está dividido en tres partes: en la primera, nos ocuparemos de introducir el juego desde su historia, su situación actual y su futuro. La segunda parte aborda las reglas del juego, suficientes para que al terminar de leer este escrito el lector sea capaz de jugar una partida. Finalmente, en la tercera parte abordaremos la relación del go con el mundo de los negocios, particularmente desde las perspectivas filosófica y estratégica del juego.

El primer registro que tenemos del go data del 550 a. C., aunque podría tener más de 4000 años de antigüedad. Cuenta la leyenda que fue inventado por un sabio a petición del emperador Yao, de China (2357-2255 a. C.) como una herramienta que le permitiera enseñar a su hijo cómo gobernar. Fue considerado como una de las cuatro artes que todo miembro de la aristocracia china debía practicar, junto con la caligrafía, la música y la pintura. Además de su desarrollo en China, el go tuvo una época dorada

durante el periodo *Edo* en Japón (1603-1808), pues tuvo un gran apoyo por parte de los gobernantes, quienes crearon cuatro casas o academias dedicadas al estudio y desarrollo del go, mismas que competían entre sí.

Contrario a lo que uno pudiera pensar, en la actualidad el go es sumamente popular, aunque la mayoría de sus jugadores se ubican en oriente, particularmente en China, Corea, Japón y Taiwán, donde existen –además de millones de jugadores *amateur*– ligas profesionales de go donde los mejores jugadores del mundo compiten por títulos patrocinados por grandes compañías asiáticas, por ejemplo Samsung, LG, Toyota y Fujitsu. Además, se realizan anualmente dos torneos mundiales *amateur* –uno en Corea y otro en Japón– donde participan jugadores de más de 70 países.

Aunque la popularidad del go ha decaído un poco en Japón, en China y Corea sigue teniendo una gran base. De hecho, es posible jugarlo en prácticamente cualquier parque –donde millones de aficionados asisten a jugar–, así como en salones especializados para su práctica. Existe además un canal de televisión que transmite 24 horas de go en Corea (*Baduk TV*), y existen también diversos servidores de go en internet, mediante los cuales es posible enfrentarse con jugadores de todo el mundo.

En occidente el go no es tan popular, aunque poco a poco ha ido ganando adeptos, particularmente en medios académicos, tales como universidades e institutos. Diversos científicos famosos han sido aficionados al go, desde Leibniz hasta Bill Gates, pasando por Albert Einstein, Alan Turing, Paul Erdős y John Nash.

Recientemente, tanto la *European Go Federation* como la *American Go Association* decidieron impulsar el juego en occidente mediante la creación de ligas profesionales de go en Europa y en

Estados Unidos. En Latinoamérica se realiza anualmente también el Campeonato Iberoamericano, cuya sede va rotando entre los países miembros de la *Federación Iberoamericana de Go*.

El 2016 fue un año importante para la historia del go, pues por primera vez un programa computacional, *AlphaGo*, desarrollado por Google, fue capaz de vencer al campeón mundial humano –el coreano Lee Sedol– utilizando las más avanzadas técnicas de redes neuronales y búsqueda en árboles. Este reto tomó a la humanidad más de 25 años desde el hito anterior en Inteligencia Artificial, cuando en 1989 *Deep Blue* de IBM venció al campeón mundial de ajedrez Garry Kasparov.

Además del interés computacional y lúdico del juego, diversos estudios han mostrado que la práctica del go ayuda a prevenir el desarrollo de enfermedades neuro-degenerativas, particularmente el Alzheimer, por lo que su práctica se recomienda en personas de todas las edades.

CÓMO SE JUEGA

El go se juega entre dos jugadores sobre un tablero con una rejilla de 19×19 líneas (aunque también se puede jugar sobre tableros más pequeños, de 9×9 ó 13×13). Uno de los jugadores tendrá las piedras negras y el otro llevará las piedras blancas. Los jugadores colocarán una piedra de su color sobre la intersección de su preferencia (ver Figura 1).

Si dos o más piedras del mismo color son adyacentes (esto es, si están colocadas en intersecciones contiguas), diremos que estas forman un grupo. Un grupo de piedras tendrá cierto número de libertades, que consistirán en el número de intersecciones vacías a su alrededor (ver Figura 2).

Figura 1. Colocando las piedras.

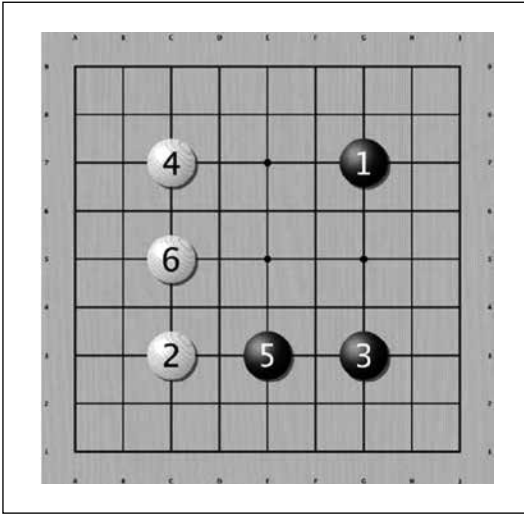
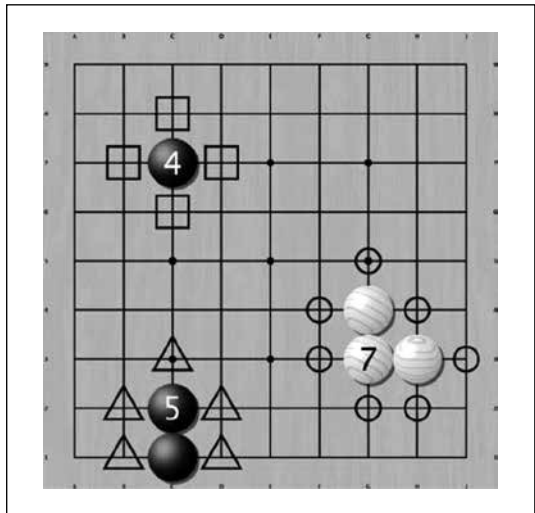


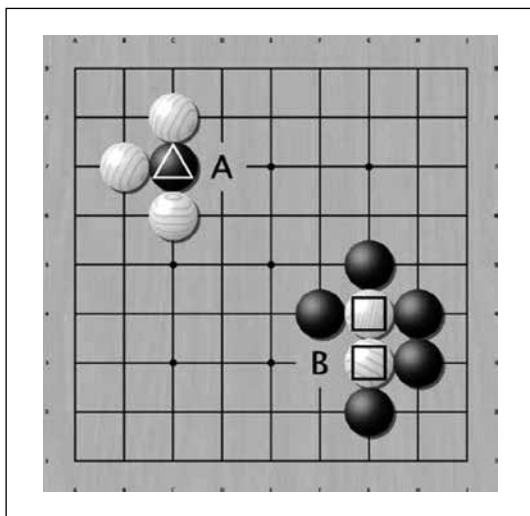
Figura 2. Grupos y libertades.



Si en algún momento algún jugador deja sin libertades a un grupo de piedras del otro color, este grupo es capturado y se reti-

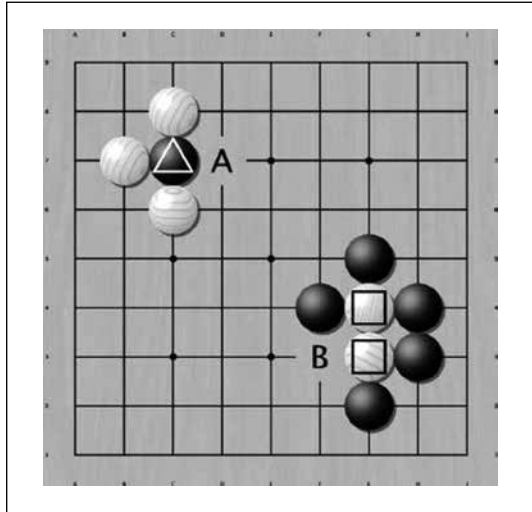
ra del tablero. Un grupo a punto de morir (con una sola libertad) se dice que está en *atari*, el equivalente del jaque en el ajedrez, aunque en el caso del go, si un jugador decide que un grupo no merece la pena, no está obligado a salvarlo. En la Figura 3 podemos ver que tanto la piedra negra como las dos piedras blancas marcadas están en atari. Tanto para capturar como para rescatar, la jugada será la misma: A para la piedra negra y B para las piedras blancas.

Figura 3. *Puntos vitales.*



Finalmente, el juego termina cuando no hay más jugadas de valor por hacer. Si un jugador considera que ese es el caso, puede pasar en su turno, y después de dos pases consecutivos se considera que la partida ha terminado. El ganador será entonces el jugador que más puntos haya controlado. En la Figura 4, podemos ver una partida concluída, en la que el jugador blanco consiguió 23 puntos del lado izquierdo, mientras que el jugador negro

Figura 4. Final de partida.



consiguió 29 puntos (28 de territorio y una piedra capturada) del lado derecho, por lo que sobre el tablero gana negro por 6 puntos. Sin embargo, para compensar la ventaja de negro por tener el primer turno, se otorga a blanco una compensación –o *komi*–, de 6.5 puntos. De esta forma, la partida mostrada es una victoria para blanco por 0.5 puntos.

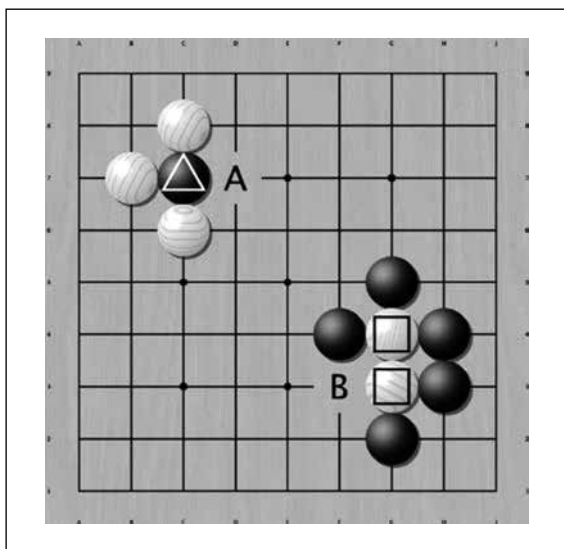
Con estas pocas reglas es posible jugar una partida de go. Sin embargo, no debe confundirse la sencillez de sus reglas con la complejidad que el juego posee, pues existen aproximadamente 2×10^{170} partidas posibles. A modo de comparación, en el Universo conocido hay alrededor de 10^{81} átomos. Comprender y dominar el go es un camino que puede llevar toda la vida, e incluso volverse un jugador principiante puede tomar algo de tiempo. No en vano el primer proverbio de go que todo jugador debe aprender es: *pierde tus primeras 50 partidas lo más rápido posible*.

UN JUEGO DE BALANCE

En el go, a diferencia del ajedrez donde el objetivo es aniquilar al rival, el tablero debe compartirse, y no comprender este principio fundamental llevará inevitablemente a la derrota. En una partida de go, es igual ganar por un punto de diferencia que por cien, por lo que a menudo los jugadores fuertes optan por estrategias conservadoras que maximicen su *probabilidad* de ganar, no el *margin* por el cual ganarán.

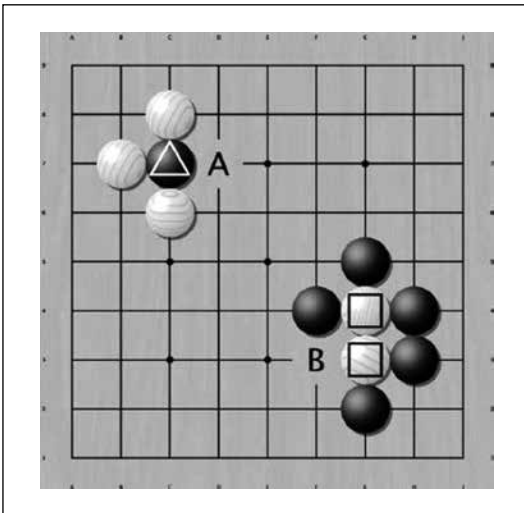
Además de este balance territorial entre los jugadores, existen conceptos estratégicos en el go que también deben ser balanceados para poder tener éxito. En el go, el *territorio* (puntos seguros) y la *influencia* (puntos potenciales) son ambos importantes, y una estrategia dedicada a uno solo de estos objetivos llevará casi siempre al fracaso.

Figura 5. Territorio (izquierda) e influencia (derecha).



Son también igualmente importantes el pensamiento *global* (o estrategia) y el *local* (o táctica). La estrategia nos permitirá encontrar la zona del tablero en la que es más importante concentrarse en un momento dado, mientras que la táctica nos permitirá encontrar la mejor secuencia de jugadas en una situación particular. En ocasiones, es posible encontrar jugadas sobresalientes tanto en el ámbito táctico como en el estratégico. Un ejemplo clásico se muestra en la Figura 6, quizás la jugada más famosa en la historia del go, conocida como la jugada de las orejas rojas, pues cuenta la leyenda que cuando el jugador negro (Shusaku, uno de los mejores jugadores de todos los tiempos) hizo esta jugada, su oponente no pudo ocultar su molestia, ya que sus orejas enrojecieron súbitamente.

Figura 6. La jugada de las orejas rojas (Kuwahara Shusaku vs. Gennan Inseki, 1846).



Finalmente, es muy importante un balance general en la actitud de un jugador: si juega de manera *cobarde*, obtendrá pocos

dividendos, mientras que si es demasiado *agresivo*, sus piedras probablemente acabarán capturadas. La jugada correcta suele ser el *justo medio* entre ambos extremos.

EL GO Y LOS NEGOCIOS

Para el éxito de un negocio es necesario desarrollar tácticas y estrategias apropiadas, así como desarrollar un pensamiento racional y deductivo que permita prever las consecuencias de cada acción que se tome. El go es un juego que desarrolla precisamente el pensamiento lógico, así como la comprensión de conceptos estratégicos y tácticos profundos. Por lo tanto su práctica puede ayudar a desarrollar las habilidades requeridas en el mundo de los negocios.

Durante milenios, la sabiduría oriental en diversas disciplinas se ha conservado a través de *proverbios*, breves consejos de aplicación general que, interpretados de forma adecuada, pueden ayudarnos a tomar correctamente una decisión difícil. El go no es la excepción, y existen una infinidad de proverbios que permiten comprender más fácilmente conceptos estratégicos profundos. Dado el carácter ambiguo de los proverbios, es posible trasladar su sabiduría a campos similares a aquel sobre el que se trataba originalmente. Así, muchos de los proverbios del go contienen consejos que se pueden aplicar a los negocios.

El texto clásico *Las diez reglas doradas del go*, escrito por Wang Jixin durante la dinastía Tang (618-907 d. C.), provee a los jugadores de un decálogo de buenas prácticas que, de ser llevadas a cabo de manera adecuada, permiten desarrollar un mejor nivel y comprensión del juego.

LAS DIEZ REGLAS DORADAS DEL GO¹

1. La codicia lleva a la derrota.
2. Entra al terreno rival sin prisa.
3. Si estás en peligro, sacrifica.
4. Protege tus debilidades al atacar las del rival.
5. Abandona piedras a cambio de la iniciativa
6. Descarta lo pequeño, salva lo grande.
7. Juega sólido y sin prisa.
8. Que tu jugada responda a la del rival.
9. Contra posiciones sólidas, juega seguro.
10. Si tu posición es débil, no pelees.

En su ensayo *The Ten Golden Rules of Wéiqí Applied to Business Strategy*, M. François-Barsheghian encuentra analogías entre los consejos de Wang y estrategias –unas veces exitosas y otras no– seguidas por diversas empresas a lo largo del siglo XX.

A continuación se muestran dos ejemplos de cómo estas reglas pueden emplearse en el mundo de los negocios de manera exitosa.

La codicia lleva a la derrota: Sony vs. JVC

En la década de los 70, el mercado de las copias personales de películas despegó. A la vanguardia estaba Sony decidió que, con el formato de video casetes Betamax, que ofrecía una buena calidad de imagen y sonido en un formato compacto. Sony decidió que no compartiría la patente de su formato, conservando para sí todo el mercado de los reproductores de Betamax. Esto forzó a su com-

¹ Traducción de la versión en inglés recuperada de Sensei's Library.

petidora JVC a desarrollar junto con otras empresas el formato VHS, que contaba con algunas ventajas y otras desventajas frente a Betamax. Sin embargo, su estrategia fue diferente: permitió que diversas compañías produjeran sus propios reproductores, lo que llevó a una mayor competencia entre estas compañías y un subsecuente descenso en los precios de los reproductores VHS. No fue el caso con Sony, quien nunca bajó sus precios y acabó perdiendo esta guerra de los formatos de video.

Entra al terreno rival sin prisa: Apple iPod

En su artículo *Apple & The Art of Weiqi*, Eng Tong nota la siguiente relación entre el go y los negocios. A finales del siglo pasado surgieron los reproductores digitales de música, un sustituto más compacto y práctico a los reproductores personales de CD y casetes, populares en décadas anteriores. Fueron pioneros en este mercado las empresas Diamond, con su reproductor Rio, y Creative Labs, con su reproductor Nomad, mismos que aparecieron en 1998. Este mercado fue creciendo, y eventualmente Apple decidió competir en dicho mercado. Sin embargo, lo hizo de una manera serena y estudiada, pues en enero de 2001 lanzó su reproductor de música iTunes para Mac, en octubre de 2001 lanzó el iPod exclusivamente para usuarios de Mac y fue solo hasta julio de 2002, más de año y medio después de haber colocado su primera piedra (iTunes) que se aventuró a competir por el mercado de los usuarios de PC, lanzando iTunes para Windows y permitiendo a los iPods comunicarse con este sistema operativo. Este ingreso estudiado al mercado permitió a Apple convertir al iPod en el reproductor digital más popular de todos los tiempos.

Como muestran estos ejemplos, la sabiduría se encuentra en todas partes, lo importante es ser capaz de detectarla y aplicarla al

propio campo de acción. En particular el go es una inmensa fuente de ideas y conceptos que pueden ser trasladados al ámbito de los negocios y beneficiar de este modo a quien lleve a cabo este ejercicio mental.

RECOMENDACIONES FINALES

Desde luego no basta este ensayo para abarcar las infinitas ramificaciones y curiosidades del juego. Espero más bien haber provocado la curiosidad del lector, y lo invito a practicar y conocer más de este hermoso juego. Algunos buenos lugares para iniciar este camino son:

The Interactive Way to Go (<http://playgo.to/index-e.html>) Un excelente tutorial interactivo para jugadores principiantes.

Sensei's Library (<http://senseis.xmp.net>) Wiki con gran cantidad de información acerca del juego.

OGS (<http://online-go.com>) Un servidor que permite jugar en línea con personas de todo el mundo.

AMGo (<http://www.go.org.mx>) Página de la Asociación Mexicana de Go, con información sobre cursos, torneos y reuniones periódicas de jugadores en México.

FUENTES DE CONSULTA

Anderson, T. (2004) *The Way of Go: 8 Ancient Strategy Secrets for Success in Business and Life*. New York, NY: Free Press

Bozulich, R. (2001) *The Go Player's Almanac 2001*. Tokyo, Japan: Kiseido Publishing Company

Miura, Y. (1995) *Go, an Asian Paradigm for Business Strategy*. Tokyo, Japan: The Ishi Press

- Power, J. (1996) *Invincible: The Games of Shusaku*. Tokyo, Japan: Kiseido Publishing Company
- Shotwell, P. (2003) *Go! More Than a Game*. North Clarendon, VT: Tuttle Publishing
- François-Barsheghian, M. (2012, diciembre 9) *The Ten Golden Rules of Wéiqí Applied to Business Strategy*. Recuperado de <http://test-matieux.blogspot.mx/2012/12/the-ten-golden-rules-of-weiqi-applied.html>
- Tong, E. (2011, enero 20) *Apple & The Art of Weiqi*. Recuperado de <http://alphatech.sg/2011/01/the-art-of-weiqi/>
- Celebrities who have played Go* (2016, junio 8). Recuperado de <http://www.britgo.org/general/celeb/>
- The Ten Golden Rules List* (2015, octubre 4). Recuperado de <http://senseis.xmp.net/?TheTenGoldenRulesList>

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.