

Claves no sexistas para el desarrollo de software



plan
avanza

UNIÓN EUROPEA
Fondo Social
Europeo



Elaborado por:



fundación directa



e-mujeres

**Estudio realizado en el marco del proyecto
e-igualdad (<http://www.e-igualdad.net>)
Septiembre 2007**

CLAVES NO SEXISTAS PARA EL DESARROLLO DE SOFTWARE

E-IGUALDAD 2007

ÍNDICE

1. Introducción
2. Razones del crecimiento
3. La violencia extrema en los videojuegos
4. Análisis de contenidos
 - 4.1. Análisis de las situaciones de juego planteadas
 - 4.2. Análisis de los objetivos de los juegos
 - 4.3. Análisis de las estrategias de los videojuegos
 - 4.4. Análisis de recursos que ofrece al jugador para mejorar su nivel
 - 4.5. Análisis de los perfiles masculinos
 - 4.6. Análisis de los perfiles femeninos
5. Lara Croft, el nuevo modelo
6. La violencia contra las mujeres
7. Estudio de casos
 - 7.1. Juegos gratis en Internet
 - 7.2. Juegos comerciales
8. Software inclusivo
9. Marco normativo
 - 9.1. Código de autorregulación PEGI (Pan European Game Information)
 - 9.2. Marco normativo internacional
 - 9.3. Marco normativo español
 - 9.4. Marco normativo CCAA
 - 9.5. Marco normativo Unión Europea
10. Conclusiones
11. Documentación consultada

CLAVES NO SEXISTAS PARA EL DESARROLLO DE SOFTWARE

Materiales de apoyo a la e-igualdad

1. Introducción

El impacto que la rápida difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación está teniendo sobre la economía, la cultura y la propia sociedad, están transformando los modos y prácticas de la ciudadanía, las empresas y las administraciones. Está permitiendo las prestaciones de una serie de servicios digitales sobre las redes de comunicaciones electrónicas que están transformando los hábitos lúdicos, los modelos de negocio de las empresas especializadas han encontrado en internet un lugar privilegiado de difusión.

Las administraciones públicas están ante el reto y la exigencia de configurar Internet como un espacio de libertad y seguridad, desarrollando medidas que hagan compatibles el derecho a la libertad de expresión con la defensa de los intereses de los más débiles y con el respeto a los derechos civiles.

Las empresas del sector TIC se sitúan desde el punto de vista del mercado, pero comparten la responsabilidad sobre el tipo de modelos y patrones de comportamiento que se ofrecen a la juventud y a la infancia. Actualmente la mayoría de los juegos basan sus guiones en actuaciones violentas y del uso de la fuerza sobre “el enemigo” o los grupos más débiles.

La responsabilidad social corporativa de las empresas debe orientar el desarrollo de estos perfiles hacia un modelo de juegos y contenidos que respete los derechos.

El ocio debe basarse en situaciones de entretenimiento y diversión, siendo discutible que incluyan en su diseño condiciones didácticas, pues este requisito podría ceñirse a las aplicaciones educativas o pensadas para los primeros tramos de edad en la que se aprende jugando las capacidades básicas, pero también en estos desarrollos de software se presentan situaciones sexistas o de discriminación hacia las niñas, que suelen ocupar perfiles secundarios, más pasivos y representando roles tradicionales femeninos, que por otro lado ya no responden al papel actual de las mujeres y las niñas.

Este trabajo responde al interés del Proyecto *E-Igualdad, construyendo la Sociedad de la Información para y con las mujeres*, de profundizar en el fenómeno y ofrecer información, documentación y recursos gráficos a los agentes promotores. El trabajo gira sobre la violencia física y simbólica ejercida sobre las niñas y mujeres en los videojuegos, siempre relegadas a papeles secundarios, decorativos, o como simples objetos sexuales para satisfacer al protagonista. Cuando aparecen como figuras protagonistas suelen asumir modelos belicistas, masculinizados o como sugerentes guerreras llenas de erotismo como se ve a lo largo del informe.

Los videojuegos se benefician de la implantación de las TIC en los hogares, centros educativos, recreativos, salones de juego. Esta presencia accesible a la infancia y jóvenes tiene ventajas como el disfrute de las posibilidades gráficas y estéticas del ocio digital, desarrollan habilidades cognitivas, y rapidez de reflejos, pero también presentan inconvenientes que están en el uso que se haga de ellos, aislamiento, conductas agresivas, imitación de modelos negativos, uso excesivo de tiempo, adicción a determinados tipos de juego, y en los contenidos de algunos productos.

Las tecnologías son fuente de conocimiento y riqueza ofrecen grandes oportunidades y recursos para toda la población y grupos de edad, pero es importante estar alerta sobre las diferencias de acceso, combatir las brechas digitales entre países, nivel de riqueza y también de género. Esta brecha se suma como todas las desigualdades de las mujeres, sobre la del país en el que nace y la de su renta per cápita.

Los numerosos estudios realizados, que se citan en la bibliografía, sobre las consecuencias de los videojuegos en la infancia y juventud dan datos contrastados en el estudio de casos con grupos de personas usuarias sobre los tiempos y usos, pero ninguno puede establecer claramente una relación directa con la mejora de habilidades, pues los aprendizajes positivos no son exclusivos de los videojuegos también se adquieren con otras actividades lúdicas, educativas y sociales. Tampoco se pueden relacionar directamente con las consecuencias negativas, pues no está demostrada la transferencia de las conductas agresivas e individualistas de los juegos a la vida personal.

Sin embargo, es innegable que el valor de los modelos para la juventud y la infancia es una de las variables más importantes en su formación. La repercusión de los personajes de los juegos presentados como héroes es enorme, sus actuaciones y valores tienen un eco importante sobre estos grupos de población.

La investigación educativa y social ha despertado la alarma sobre los videojuegos, el tipo de modelos éticos que transmiten y como puede afectar a la infancia y a los jóvenes.

A ellos porque el patrón es siempre violento y cruel,



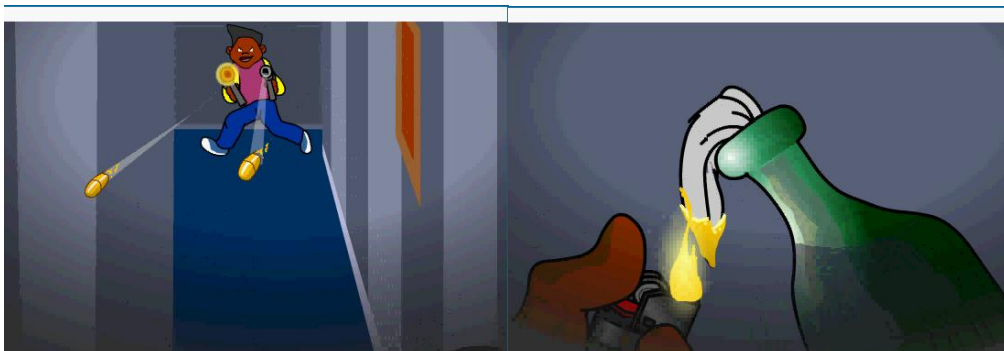
y a ellas porque aparecen como objetos y víctimas, o asumiendo modelos de comportamiento que reproducen patrones ajenos, la mayoría de las veces militaristas.



En situaciones extremas contra todo código ético de respeto



Con todo tipo de armamento y recursos



El resultado siempre es la muerte gratuita por violencia extrema de los personajes que aparecen en el juego.



Estas imágenes pertenecen a la animación “Crimen perfecto”, se puede encontrar fácilmente en internet dentro de espacios de descarga gratuita y en muchas de las web de juegos gratis dirigidas a adolescentes, que suelen incluir cientos de juegos de este estilo, junto a apartados de descarga gratis de apuntes, trabajos escolares, chuletas para exámenes, problemas resueltos, etc.

Esta combinación de servicios lúdicos con otros de resolución de deberes y tareas escolares es una estrategia para fidelizar las entradas de niños y jóvenes en edad escolar. Muchos editores de estas páginas de juegos recurren a la publicidad en sus sitios de espacios de pornografía, como forma segura de ingresos.

La mayoría de los productos están en páginas supuestamente dirigidas a los niños y jóvenes, presentan una entrada directa a sitios de adultos a los que se accede con la misma facilidad, sin ningún tipo de filtro. Dentro de estos sitios de “adultos” seguimos encontrando juegos con la misma apariencia infantil y mecanismo de juego sencillo pero con contenidos muy violentos, pornos y sexistas.

2. RAZONES DEL CRECIMIENTO

La creciente demanda está alimentada por su presencia en distintas plataformas y soportes: los videojuegos comerciales como un producto de software, los juegos de libre descarga desde páginas de internet, las campañas publicitarias que refuerzan la venta de su producto con juegos online, y también por las revistas especializadas en videojuegos o para jóvenes, que en la actualidad están presentes en todos los kioscos de prensa.

Al inicio los videojuegos eran un producto restringido a espacios comerciales reducidos, con poca tirada de edición, de difícil localización, normalmente se adquirían en tiendas muy especializadas y con precios altos. Esto los reducía a un público más adulto y menos numeroso. Pero desde hace unos años el desarrollo de la informática y el consiguiente abaratamiento de los equipos ha supuesto la generalización de los ordenadores personales en las casas, con lo que se ha dado un salto importante en el número de usuarios potenciales.

En el caso de España la implantación del ordenador en los hogares se inicia tímidamente en la década de los años 90, en la actualidad el parque

informático particular ha crecido rápidamente y ya es uno de los objetos habituales en el cuarto de los/las adolescentes, a pesar de ser uno de los países europeos con un índice menor de implantación tecnológica en las casas.

Los avances del número de conexiones a internet en las casas, supone otro salto cualitativo en la extensión de los videojuegos dando paso al crecimiento de los juegos online. Las conexiones de banda ancha (ADSL, cable óptico, satélite, o sistema eléctrico) han facilitado las descargas de copias de los juegos a través de páginas web que los ofrecen como reclamo, vinculados a otros productos casi siempre relacionados con la pornografía.

Estas circunstancias han cambiado por completo el mercado, afectando al sistema de producción y a la filosofía misma del producto. Pues por un lado las grandes empresas cinematográficas conscientes del negocio que generan los juegos los han incluido entre sus productos, y es ya habitual que antes del estreno de la película destinada al público infantil, salga el videojuego con los personajes y la historia de la película. En 1.994 llegó el primer gran éxito de un videojuego ligado al estreno de una película infantil, fue el juego del Rey León, un producto que dio más beneficios a la productora, que los ingresos de taquilla de la película.

El éxito de esta iniciativa abrió un mercado nuevo para los videojuegos, la industria del cine abre otro frente dirigido a la infancia, un público de 4 a 10 años que gracias a la publicidad insistente se convierte en un consumidor de primer nivel.

Así, de los juegos infantiles se pasa a los de adulto con facilidad y con las destrezas suficientes para saber manejar las pantallas y dificultades de un videojuego más sofisticado.

Por otro lado, la banda ancha permite acceder sin ninguna limitación a casi todos los juegos existentes. El mercado oficial se ajusta a una clasificación de los juegos según la peligrosidad de los contenidos que hace constar en el etiquetado del juego y los puntos de venta están obligados a advertirlo y colocarlos en determinados lugares según su clasificación.

Pero cuando alguien se conecta a internet y entra con toda facilidad a través de un buscador a una página de juegos, se puede descargar todo lo que encuentre sin superar un filtro de edad, ni registro de usuario, ni cifrado de contenidos. Es decir, se diluyen todos los mecanismos de clasificación por edades o contenidos y se tiene paso libre a participar en juegos online, o a descargarte en tu ordenador el juego completo.

Es tan fácil como entrar en un buscador y pedir Juegos, juegos gratis, on line, para niños, o jóvenes y rápidamente nos aparecen múltiples pantallas de accesos. En cada enlace encontrado ofrecen la descarga de miles de juegos de todo tipo, por ejemplo:

- La primera dirección que muestra Google ofrece textualmente: “Juegos Gratis y Juegos Online clasificados por categorías con instrucciones, juegos gratis de todo tipo: juegos eróticos, deportes, acción, reflexión...”. Al abrirlo aparece un espacio recomendando los 10 mejores enlaces y entre estos hay uno en el que muestra una mezcla de juegos inocentes con otros muy violentos, junto a ofertas de gasolina para hacer el Camino de Santiago, con accesos a casinos virtuales, y sus espacios estrella de Juegos porno X, Juegos sexo, Juegos eróticos, y descargas directas de mini videos porno, adornado con el reclamo de bajarte gratis los emoticones y las sintonías de moda para el móvil.
- El cuarto enlace en aparecer contiene: “Mas de 1.300 juegos online y 100% gratis, Juegos de billar, Juegos de aventuras, Juegos de acción, Juegos de plataformas, Juegos de disparos, Juegos ...”

Pero al abrirlo, lo primero que ofrece es Slap Dat . 1/9/2005 - xxx . Con la siguiente leyenda: “Si eres el típico tío que le gusta darle azotes a las tías para ponerlas cachondas este es tu juego”



- Otro de los enlaces de la primera pantalla del buscador bajo el epígrafe juegos online dice: “Miles de juegos y animaciones online, juegos divertidos de juegos acción, juegos deportes, juegos habilidad, juegos eróticos, juegos xxx,...

La dinámica de internet de renovación constante de sus contenidos, y la estructura en red de las páginas nos sitúa ante miles de posibilidades reales de navegar por la red entre juegos gratis de todo tipo. El equipo que ha trabajado el estudio de campo ha constatado que en todas estas páginas, exceptuando las editadas por centros educativos o miembros del profesorado que editan juegos didácticos, se pueden encontrar sitios de sexo en los que se trata siempre a las mujeres como objetos al servicio del jugador, o como mercancía de placer y en entornos de violencia extrema.

Para realizar este informe hemos realizado una búsqueda aleatoria en los nodos más importantes Google, Yahoo y Altavista, los dos últimos han dado unos resultados de cerca de 30 millones de enlaces cada uno, y en Google los resultados son en torno a 2 millones. Este buscador tiene herramientas de búsqueda on line más sofisticadas, que filtran más la información por lo que ofrece menos resultados cuantitativos pero más ajustados a la búsqueda solicitada, hemos trabajado a partir de su gestión de contenidos por ser el buscador más utilizado y conocido por las personas que entran en la red y por tanto el más representativo.

Datos obtenidos de la búsqueda realizada el día 17 de julio de 2.007 en el motor de búsqueda Google:

Google aproximadamente	6.340.000 de juegos
Google aproximadamente	2.450.000 de juegos online en español
Google aproximadamente	2.730.000 de juegos gratis en español
Google aproximadamente	11.000.000 de juegos niños en español
Google aproximadamente	2.370.000 de juegos jóvenes en español

En todas las pantallas aparecen enlaces directos a juegos eróticos y publicidad evidente de páginas de sexo, a las que se puede acceder directamente desde esa misma pantalla del buscador.

Además, en el interior de las páginas de juegos infantiles o juveniles, casi todas repiten los accesos directos a webs de sexo, de juegos eróticos, o de azar por lo que el efecto multiplicador es incontable.

- Google aproximadamente 2.730.000 de juegos gratis
- Yahoo unos 18.700.000 para juegos gratis
- Altavista ha encontrado 18.900.000 resultados para juegos gratis

En los tres buscadores más importantes, ya en los primeros enlaces aparecen vinculados los juegos con espacios eróticos, potenciando la relación entre el público masculino infantil o juvenil. Al abrir las páginas casi todas ofrecen imágenes eróticas y accesos a web de pornografía.

El panorama se completa con la implantación de las consolas en el mercado español, que a pesar de haber bajado su precio, siguen siendo muy caras, pero también el objeto más deseado y demandado en las campañas de Navidad, comuniones, premios de fin de curso, etc.

La batalla comercial entre las grandes marcas productoras de los soportes y contenidos de los juegos PlayStation, Xbox, Sega y Nintendo, se ha convertido en una pugna económica y mediática. Sus productos son ya tan sofisticados y de tanta calidad que están tirando de la mejora constante obligada del consumo del hardware, pues cada vez se necesitan ordenadores con mejores prestaciones gráficas y de mayor memoria que sean capaces de soportar sin problemas una carrera de coches en 3 D, un simulador de vuelo, o la reconstrucción de una batalla y sus ejércitos con un realismo absoluto. Las casas comerciales han desarrollado productos fijos unidos al ordenador o el televisor, y otros portátiles de pequeño tamaño que muchos niños y niñas, como numerosos jóvenes llevan siempre encima.

A esta gran oferta comercial hay que añadir el uso extendido entre los jóvenes y adolescentes de los teléfonos móviles multimedia, que han supuesto un desarrollo importantísimo de software específico para este utensilio que empezó siendo de comunicación y se está convirtiendo en un recurso de ocio electrónico, la red está llena de pequeños juegos diseñados para los móviles, y en el que se descargan juegos, fotos, sintonías y emoticones. Estos

subproductos están presentes en todas las páginas analizadas, los regalan como reclamo de entrada.



En la actualidad, la mayoría de los niños y niñas y jóvenes tienen habilidades informáticas y manuales muy desarrolladas, conocen los diferentes soportes y como manejarlos sin manifestar desconocimiento, rechazo, o miedo a usar las máquinas, al contrario son usuarios óptimos de ocio electrónico.

3. LA VIOLENCIA EXTREMA EN LOS VIDEOJUEGOS

El panorama expuesto explica la repercusión que tiene los juegos en la vida de la infancia y la juventud, se han convertido en el pasatiempo o el juguete más apreciado y valorado. La tecnología tiene una valoración social positiva y todos los desarrollos o productos tecnológicos ocupan los escaparates y espacios



publicitarios de mayor prestigio, es moderno y bonito, innovador y de prestigio. Bajo este paraguas se cobijan todo tipo de productos dirigidos a potenciar el consumo de tecnología lúdica entre los niños y jóvenes, son el público diana, los mejores consumidores.

Los contenidos de los videojuegos son por tanto de una importancia extrema, pues ya es evidente la dificultad de imponer controles o filtros en el acceso.



Lamentablemente la extensión del producto no va unida a la calidad en los contenidos, mientras hay un desarrollo espectacular en las interfaces gráficas, que recrean escenarios en 3D de gran realismo, en los contenidos se ha producido una generalización de actitudes violentas, racistas, xenófobas y sexistas.

Bandas callejeras que escenifican todos los rituales violentos de una guerrilla urbana.

Incluyen todos los elementos xenófobos y sexistas que sólo sirven para enlazar un pobre argumento lineal de buenos y malos, sin matices, sin legalidad, sin justicia. Los personajes imponen su ley por la fuerza.

Incluso en juegos deportivos las normas del juego incluyen agresiones al adversario, y actitudes de juego sucio en general pervirtiendo así el espíritu deportivo de cualquier competición. Por ej. El videojuego "Downhill Domineition" de PlayStation 2 es una carrera de bicicletas de montaña entre dos jugadores que pueden darse patadas uno a otro mientras esperan la señal de salida. Es necesario hacerlo así para salir en mejor posición que el otro jugador/a.

4. ANÁLISIS DE CONTENIDOS Y PERFILES

El análisis de los contenidos de los videojuegos se ha elaborado a partir de los grandes ejes que definen los parámetros de los videojuegos. Se han estudiado las situaciones que se presentan a quién use el juego, los objetivos, las estrategias que debe adoptar el jugador/a, los recursos que deben conocer para superar las dificultades del juego, y por último los perfiles masculinos y femeninos más usuales en estos productos.

4.1. Análisis de las situaciones de juego planteadas

Junto a los contenidos hay que analizar la metodología del juego, la estrategia y los recursos de los juegos.



Suelen marcar una pauta de agresividad absoluta. En el estudio presentado¹ por los profesores E. Díez Gutiérrez, E. Terrón Bañuelos y J. Rojo Fernández, se explica como en los juegos analizados en su estudio:

(...) Exhiben altos niveles de dureza, de exaltación del vencedor, de menosprecio del derrotado, a través de ellos se aprende a entender que la forma más adecuada, si no la única, de resolver los conflictos es a través de la violencia.



Podemos engañar, mentir; podemos asesinar a otros seres humanos y se nos dan premios por ello (más vidas, más energía, más tiempo, etc.); y cuantos más asesinemos más se nos condecorará (...)

¹ I Congreso Internacional sobre Ética en los Contenidos de los Medios de Comunicación e Internet Granada, 15, 16 y 17 de Octubre de 2001
<http://www.ugr.es/~sevimeco>



En todo caso, la violencia en si misma es el objetivo del juego, ejercerla tiene premio, ganar. No ser violento o muy violento, es una mala posición de juego, conduce a perder la partida.



La gratificación por ser lo más destructivo posible, es la victoria.



Con pantallas sencillas o muy sofisticadas el mecanismo del juego casi siempre es el mismo, ser el más rápido matando.

(...) Nunca tiene consecuencias para quién juega, no hay normas para frenar la agresión.



Suelen presentar una justicia paralela a la legalmente establecida, que como van aprendiendo y asumiendo progresivamente que es la que realmente es “eficaz”, puesto que la legal siempre fracasa y “no sirve de nada” (...)



Podemos ver en la imagen como el eslogan del juego advierte que la ley no funciona, y hay que crear la tuya propia.



Invita al jugador a convertirse en el castigador, para destruir al enemigo sin ninguna traba legal o moral, pues empieza advirtiéndole que la legalidad no funciona y tú debes crear la tuya propia.



Los modelos masculinos siempre repiten el prototipo del guerrero adaptado a distintos escenarios y situaciones, pero con el mismo esquema violento y androcéntrico.

4.2. Análisis de los objetivos de los juegos

La mayoría de productos carecen de argumento y desarrollo de una historia.



Los personajes tienen perfiles lineales con objetivos sencillos y de acciones básicas.

Están obligados a resolver situaciones elementales de agresión-respuesta, que se repiten bajo una supuesta amenaza, ante la que hay que actuar rápidamente sin tiempo para valorar otras opciones.

El protagonista, es decir, el jugador o jugadora, debe responder a la agresión sin preguntarse los motivos que lo mueven, pues no hay tiempo para pensar.



El ataque o la defensa se convierten en la única opción de juego en sustitución de un espacio para la reflexión y el criterio personal.

4.3. Análisis de las estrategias de los videojuegos

En casi todos los productos se juega con la muerte y la agresión a otros, unida a la velocidad y el uso de trampas que quien juega debe evitar y hacer caer al “enemigo”.



En general, se trata de ver quien es más rápido pegando, quien mata a quien, y al final del juego nada importa pues le das a “Iniciar juego” y vuelve a presentarse la pantalla con los personajes preparados para el nuevo combate.

La relación establecida con la violencia y la muerte es ficticia pero directa, todas las personas jugadoras saben que es un juego sin consecuencias, pero va habituando a quien juega, a desenvolverse en situaciones muy agresivas y sangrientas de las que además es su protagonista, pues este tipo de juegos exige a la persona jugadora identificarse con el personaje y actuar por él.



Estas conductas reiteradas van formando parte del entorno del ocio personal, y es difícil separar el juego de la realidad.

La violencia entre la juventud se ha convertido un problema emergente en nuestra sociedad. Es un fenómeno complejo producido por causas múltiples de raíz cultural y social. Se manifiesta en espacios deportivos, lúdicos, domésticos, y educativos. La violencia escolar está creciendo en las aulas, afecta a toda la comunidad educativa, al alumnado, el profesorado y los padres y madres. El fenómeno lo soporta la comunidad escolar, pero la escuela es un reflejo social a la que llegan todos los actores con su bagaje propio de valores y actitudes.

La aparición progresiva en los medios de comunicación de casos graves de violencia escolar ha aumentado la preocupación por el tema y el interés en la búsqueda de fórmulas de encuentro entre los agentes sociales y escolares que

rebajen los brotes de violencia y estudien sus causas para poder abordarla desde la prevención. En esta línea podemos consultar el informe presentado por el Defensor del Pueblo² en el que habla de la violencia entre el alumnado y con el profesorado.

La situación creada en las aulas hay que analizarla desde múltiples aspectos y no sólo desde la óptica escolar. Como se pone de manifiesto en el estudio consultado, hay que analizar las claves sociales en las que los/las adolescentes y niños viven, (...) son receptores y consumidores de una violencia presente en la actualidad a través de los medios de comunicación, el deporte, el ocio, y algunos productos culturales especialmente el cine y la televisión como una constante apología de la violencia. Estas muestras de violencia se convierten en modelos y valores para algunos sectores de la juventud que puede reproducir en sus comportamientos y pautas de relación (...)

Dentro de este contexto social hay que situar a los videojuegos, sus contenidos y la influencia que pueden tener sobre los jugadores y jugadoras.



En los videojuegos estudiados están claramente delimitados los valores y códigos de conducta como explica el estudio citado "Violencia en los videojuegos" el código ético se reduce a que el éxito es matar para ganar, y el fracaso es morir o perder; el bien o los buenos somos nosotros, y el mal o los malos, son ellos, los distintos a nosotros; lo justo es la venganza, que yo mate, para que yo gane y lo injusto es que yo pierda.

(...) No hay "grises", ni matices, ni argumentos, ni circunstancias, ni explicaciones. Esto supone una visión maniquea de la realidad. Un universo en donde la única alternativa es matar o ser matado, comer o ser comido, ganar o perder. En esta visión paranoide de la realidad, el otro diferente a mi, es siempre un enemigo que debe ser eliminado (...)

4.4. Análisis de los recursos que ofrece al jugador para mejorar su nivel



Los estudios que acompañan este informe demuestran que en los juegos analizados se suprime prácticamente el lenguaje oral o se reduce a la emisión de órdenes o claves técnicas, y es sustituido por las imágenes de relatos planos, que implican una respuesta mecánica. No hay pensamiento, ni tiempo para la reflexión, ni análisis de las situaciones, o toma de decisiones razonada. La acción es el valor esencial del juego.

² Estudio violencia escolar. Defensor del Pueblo.

Cuando el entorno de ocio se mueve en estos parámetros de conseguir el éxito sin esfuerzo y sin normas, con una gratificación inmediata. Es difícil aceptar que en la vida real no funcionan así las cosas. Es necesario mantener el trabajo y el esfuerzo constante para conseguir los objetivos, que hay metas a largo plazo sin gratificaciones inmediatas.

Si algo no se consigue inmediatamente “es un aburrimiento”. Las metas a largo plazo dejan de tener sentido en un contexto donde todo sucede fugazmente y sin apenas esfuerzo.

4.5. Análisis de los perfiles masculinos

En este tipo de videojuegos se ofrece una idea distorsionada de los modelos masculinos, bajo una aparente diversidad de personajes, siempre se representa un arquetipo común, que homogeneiza los personajes y los eleva a categoría de universal.



Una generalización en la que los valores que les dan vida son el honor, el valor, el poder, la venganza, la fuerza, el poder, el orgullo y el desprecio de lo ajeno.

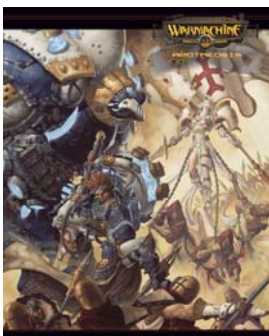


Un luchador invencible dedicado a mostrar su fuerza, convertida en el valor absoluto.



Un soldado indestructible, de un ejército universal, autorizado a realizar todas las acciones que considere necesarias para imponer “su ley, su paz”.

Las consecuencias de sus acciones sobre “los otros” no tienen un valor negativo, sus ataques están justificados por el tamaño de la amenaza.



Un guerrero poderoso avalado por el peso de la historia y una cosmogonía histórica basada en la guerra, las batallas y la dominación bélica de unos pueblos sobre otros.

Presentan un desprecio absoluto del enemigo y su mundo, que justifica su destrucción.

4.6. Análisis de los perfiles femeninos

Los perfiles femeninos se pueden estudiar desde distintos puntos de vista, por el tipo de contenidos que plantean, según el papel que tienen asignado en los juegos, o por el tipo de juego que analicemos.

Pero siempre tienen en común un perfil de figuras secundarias como adorno del paisaje, complemento del protagonista masculino, o víctimas de la violencia.

La red está llena de productos de pornografía basados en el uso del cuerpo de las mujeres como meros objetos, el soporte videojuego es sólo un recurso técnico más para “jugar” con el cuerpo femenino como un objeto al servicio del placer del jugador.



Aunque se les nombra y encuentra en los localizadores de internet clasificados como juegos, en realidad no lo son, pues no tienen estructura, ni objetivos de juego, suelen ser simples animaciones de pornografía. Los incluimos en este estudio porque están presentes en todas las páginas de juegos gratis a las que se accede fácilmente en internet.



Las mujeres que se presentan en los juegos están “cosificadas”, están en el mismo plano que los objetos de poder masculinos, como coches, motos, etc, en la mayor parte de los videojuegos lo femenino es asimilado a debilidad, a cobardía, conformismo y sumisión.

En entornos de lujo o posiciones de sometimiento y dominación masculina.

O en posturas de carga erótica evidente, que dejan ver cual es su papel en la representación del juego.



En juegos dirigidos directamente a los adultos, pero de acceso libre a jóvenes y niños, la representación de las mujeres deja fuera las sutilezas y se ofrece abiertamente el cuerpo femenino como objeto sexual para

todo tipo de fantasías sexuales ligadas a la dominación.



Este tipo de juegos están al alcance de cualquiera, pues aunque advierten de la dureza del contenido, o marcan una edad mínima de utilización, es sólo un aviso informativo, no tienen un código de entrada, ni un filtro de seguridad.



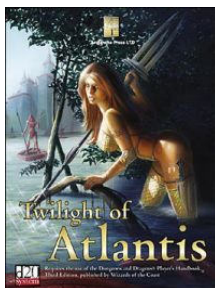
Otra forma de aparecer en los juegos es ser representadas como parte del paisaje, semidesnudas y agresivas, meros objetos, un elemento decorativo del entorno.



Pueden ser parte del decorado en el que los protagonistas masculinos desarrollan la acción. Es habitual que no tengan los rasgos de la cara trabajados, ni suelen mirar directamente al jugador, pues son parte de la escenografía y sólo actúan de acompañantes.



La distorsión del cuerpo femenino también se ve reforzada en el mundo de los videojuegos con el éxito del estilo Manga y Hentai, dibujos asiáticos que actualmente están muy de moda en el mundo de los videojuegos y en Internet.



Como dice el estudio de A.I. (...) La imagen de la mujer que aquí aparece es el de una eterna adolescente –nunca envejecen-, con ojos enormes que ocupan casi toda su cara³ y otros rasgos distintivos de este mundo: “es ya característica habitual que las chicas protagonistas luzcan estupendas delanteras, ropa ceñida, faldas cortas y que adopten posturas y vivan situaciones bastante eróticas”.

³ Cosa curiosa en una civilización –la japonesa, en donde tienen su origen- en la que predominan los semblantes con ojos oblicuos.

La representación de la imagen femenina tienen un alto contenido sexual, pero que nunca suele hacerse explícito. Lo que no ocurre en las producciones occidentales, que suelen ocupar las portadas imágenes próximas a la pornografía (...)

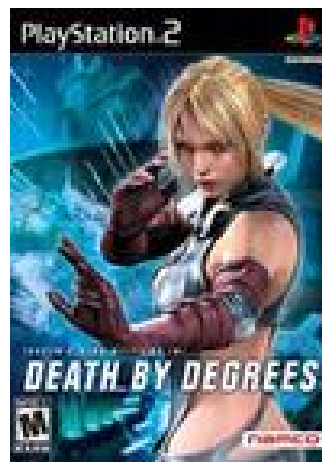


La presión de las asociaciones de mujeres y los organismos de igualdad denunciando el tratamiento discriminatorio de las mujeres ha alertado a algunos editores de la necesidad de incluir a las mujeres en los juegos con otro papel más positivo y desempeñando otros perfiles más activos.

Estos cambios también ocultan razones comerciales, los editores buscan llegar a las niñas y a las jóvenes como jugadoras habituales, al verse reflejadas en los personajes femeninos con situaciones más estimulantes de juego, sobre las que poder hacer la transferencia de roles o la identificación con el personaje.



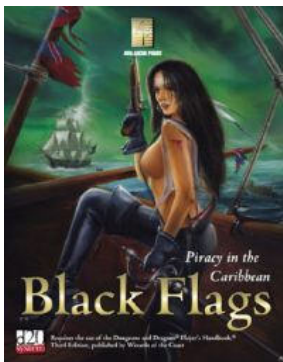
Como advierte el informe de Amnistía Internacional, este nuevo tipo de personaje, de rasgos andróginos y comportamiento agresivo, no trae, salvo con su propia presencia, nada nuevo.



Reproducen los esquemas de comportamiento de los héroes masculinos adornados por la dureza, el afán de venganza, el desprecio, el orgullo, etc.



La violencia y la fuerza como argumento.



Pero eso sí vestidas, o más bien, semidesnudas con trajes escasísimos de tela. Los hombres en situaciones similares siempre van vestidos, con corazas, o trajes especiales demostrativos de fuerza, o jerarquía reforzada por el armamento en primer plano.

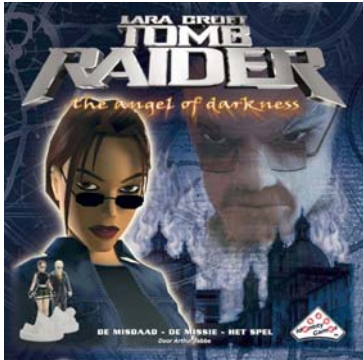


Una imagen seductora, que puede parecer inocente, pero el jugador sabe que esconde una mujer muy peligrosa.

Se reproducen todos los tópicos misóginos sobre las mujeres.

5. LARA CROFT, EL NUEVO MODELO

El prototipo del nuevo personaje femenino protagonista de los guiones es Lara Croft, aparece por primera vez una mujer representando el personaje central del juego en el juego Tomb Raider, desde que saliera a la luz en 1996 la han caracterizado las modelos más famosas para hacer la publicidad del personaje, y también se ha llevado al cine encarnado por Angelina Jolie.



Se ha convertido en un clásico de los juegos de PC y consola, el personaje tiene miles de webs especializadas o dedicadas a ella en internet.

Si se pide la búsqueda por su nombre Lara Croft, salen estos datos con fecha 17 de julio de 2007:

- Google España 239.000
- Yahoo España 183.000
- Altavista España 3.650.000

Si se busca por el nombre del juego Tomb Raider salen los datos siguientes:

- Google España 240.000
- Yahoo España 789.000
- Altavista España 31.500

Como dice Itziar Elizondo en su artículo "Querida Lara Croft":



Hay algo más que la indudable perfección técnica de tus creadores, que te han presentado en sociedad como "una mezcla explosiva de agente OO7 e Indiana Jones (independiente, decidida, inteligente), en un cuerpo ágil y deportista (55 kg, 1,72 m., ojos marrones, pelo castaño, 95-55-85)". En palabras de Hugh Falk, responsable de la revista norteamericana dedicada a los juegos C/NET, "caminas como una mujer pero disparas como un hombre". Bueno, quizás el tal Hugh nos esté dando una pista.



La imagen de Lara Croft representa un sexismo más sofisticado, el uso constante de la violencia refleja los usos simbólicos y unos arquetipos totalmente masculinos.

Si unimos en una misma escena estos dos componentes visuales que interaccionan (cuerpo femenino dominador que puede ser sometido),

tenemos como resultado una fantasía masculina tradicional.

El tratamiento de los modelos femeninos en los videojuegos tiene un gran impacto entre las niñas y jóvenes, que ven en estos personajes una forma de competir en igualdad con los chicos, compartiendo los recursos de fuerza, violencia, y códigos de comportamiento; es decir, para triunfar hay que asumir los valores (negativos) tradicionales masculinos. Sin dejar hueco para pensarse a sí mismas como iguales en derechos, pero diferentes en respuestas y valores. Implicando a los chicos y chicas en un binomio injusto y obligado de sometimiento y dominación.

6. LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

A lo largo del trabajo vemos como siempre la violencia contra las mujeres está presente en el mundo de los videojuegos, en unos casos por su presencia secundaria y pasiva, o como mero objeto propiedad del protagonista, pues la desvalorización por el hecho de ser mujer, ya es ejercer un tipo de violencia. En otros casos son víctimas colaterales de las batallas, guerras, peleas callejeras, etc. Incluso hay juegos como "Drive by2" en los que puntúa menos matar a una anciana en un tiroteo en la calle, que acertarle a un gato.

Otras veces la asimilación del modelo masculino genera "guerreras" implacables, llenas de armamento pero casi desnudas, donde tan importante es mostrar sus cuerpos idealizados, llenos de connotaciones eróticas más o menos evidentes, y una mezcla de dulzura y fiereza que regala sus sonrisas a través de las armas, otro de los tópicos que actúan sobre las mujeres en el imaginario de los guionistas y dibujantes. Esta visión manipulada de las mujeres también es violencia.

Pero hay otro tipo de espacios de descarga gratuita de internet, en los que la violencia sobre las mujeres es el objetivo directo del producto, sin otro tipo de elementos de juego, ni componentes que distraigan al jugador.

La pantalla suele mostrar un primer plano de una mujer en foto o dibujo a la que le puedes aplicar todo tipo de agresiones. La gratificación del juego está en medir respecto a otro jugador o en diferentes partidas del mismo, la rapidez o la fuerza de la agresión, en muchos casos hasta conseguir la muerte de la mujer. Incluyen contadores de tiempo o de fuerza para medir la habilidad/brutalidad del jugador, para completar la sensación de realidad las agresiones se ven reforzadas por el audio de los gemidos o gritos de la mujer agredida.

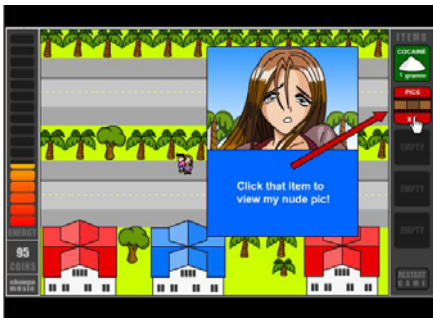
Hemos realizado un análisis de la muestra de juegos gratis, de flash y comerciales que exponemos. Se han seleccionado estos para hacer el estudio, pero hay miles similares a estos en la red con los mismos argumentos, o mejor ausencia de tales, y con iguales planteamientos de juego.

7. ESTUDIO DE CASOS

7.1. Juegos gratis en internet

Juegos encontrados al navegar en la página “Rincón del juego”.

Título: Frank's Adventure



Argumento: En un entorno de ciudad costera con playa, el personaje es un chico que necesita dinero y energía, para encontrar imágenes de mujeres desnudas y así completar un álbum de fotos pornográfico.

Pasea por las calles y se encuentra casinos, salas de cine porno, prostíbulos con escenas evidentes de sexo en los que se paga el servicio con cocaína, y camellos vendiendo drogas.

Juego: se trata de entrar en todos los espacios y consumir sexo, drogas y juego.

Título: King Stroker



Argumento: No tiene

Juego: es un masturbador mecánico.

Título: Masaje



Argumento: Mirar como una mujer se masajéa los pechos de forma provocativa.

Juego: Con el ratón puedes hacer que vaya más rápido.

Título: Photo Shoot



Argumento: Una modelo posa para ser fotografiada en posiciones obscenas.

posibles.

Juego: El jugador hace fotos porno, mientras una mujer posa. Debe estimular a la modelo para conseguir las fotos más obscenas

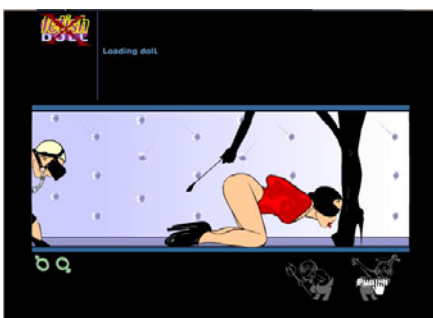
Título: Potentsimeeter



Argumento: Una habitación con 8 camas y mujeres acostadas en ellas.

Juego: El jugador debe ser rápido y meterse en la cama de todas.

Título: Fetish Doll o Muñeca fetiche



Argumento: No hay

Juego: Es un juego de dominación en un entorno sadomasoquista.

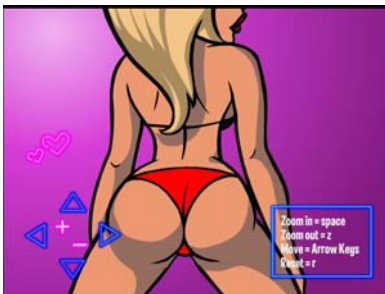
Título: Holy Virginity



Argumento: San José trata de evitar que los espermatozoides que lanza un ángel lleguen hasta la Virgen, sin poder evitar que se quede embarazada.

Juego: Es un juego de habilidad y rapidez, se debe mover a los personajes por la pantalla con el ratón.

Título: Striperella



Argumento: Una chica realiza un striptease.

Juego: El jugador controla el striptease con los mandos del teclado.

Título: Abofetea a la puta



Argumento: Con el pie, el puño, la mano, un tablero, puedes matar a palos a viejas estrellas del rock.

Juego: Se trata de abofetear a la estrella del rock. Suele ser ya una mujer mayor, famosa en otro tiempo. No aparecen puntos, ni barras de energía, la recompensa del jugador es el placer de apalear al personaje.

Título: Crimen perfecto



Argumento: Unos niños se matan entre ellos como un juego doméstico.

Juego: Animación presente en casi todos las web de juegos gratis, no es un juego es una animación. Es sólo para verla y “disfrutar”.

Título: Drive by 2



Argumento: Un coche recorre una calle disparando sobre todo, cuanto más se mata más puntos se ganan.

Juego: El jugador controla el disparo y debe combinar puntería con velocidad. Matar ancianas y mujeres puntúa menos que hombres o gatos.

Título: Kill Hill



Argumento: Una mujer guerrera supera enemigos con violencia extrema.

Juego: El jugador controla el combate de la protagonista con los mandos del teclado.

Título: Palmea el botín



Argumento: Golpear las nalgas de una chica.

Juego: El jugador debe golpear las nalgas de una chica que grita de dolor cada vez. Un reloj mide la velocidad que emplea al pegar.

Título: Sim Girl



Argumento: Una chica pide ser golpeada.

Juego: El jugador golpea y recibe indicaciones de la chica de cómo debe ser golpeada y en qué momento es más vulnerable.

Título: Strip that girl



Argumento: Desnudar a una chica disparando un arma contra ella.

Juego: Cada vez que acierta el jugador, desaparece una pieza de ropa del cuerpo de la chica.

Título: Tarzán



Argumento: Versión porno de un clásico juego de “ladrillos”-

Juego: El jugador controla el peloteo con los mandos del teclado.

7.2. Juegos Comerciales

El mercado de los videojuegos es una industria tan importante que está provocando la renovación del parque informático de los hogares, debido a que sus requisitos técnicos son de altas prestaciones y exigen tarjetas gráficas, reproductores de audio y capacidad de memoria cada vez mayores.

La edición de nuevos títulos es constante y se pueden consultar las demos de promoción en la red con facilidad. Podemos asegurar que la mayoría de los productos reproducen los tópicos y arquetipos que se denuncian en este informe y en los citados “Con la violencia hacia las mujeres no se juega” de Amnistía Internacional (AI), el elaborado por la Asociación aragonesa de jugadores de azar en rehabilitación (AZAJER) “Salud mental y emocional de los jóvenes”, el artículo “Violencia y videojuegos”, o el estudio elaborado por el Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE) “Jóvenes y videojuegos”.

Cada una de estos informes hace un estudio exhaustivo de los videojuegos, su uso por tiempos, franjas de edad y sexo. También se han estudiado por los tipos de juegos y soportes comerciales o de divulgación y sus repercusiones en la infancia y juventud en cuanto a la asimilación de modelos, aislamiento social o nivel de estudios ofreciendo datos valiosísimos de la magnitud del fenómeno

que supone la implantación en los hogares y en los hábitos lúdicos del nuevo ocio electrónico.

Se adjuntan los informes citados para facilitar su consulta, además de los datos y estadísticas de uso ofrecen un análisis detallado de los juegos más importantes del mercado español.

También se han realizado estudios en EEUU sobre la violencia en los videojuegos y sus repercusiones en la juventud. Citamos el estudio publicado en "The Journal of the American Medical Association" y realizado por investigadores de la Facultad de Salud Pública de Harvard, en Boston (Estados Unidos). En el que después de analizar 81 videojuegos aptos para niños de 13 o más años y escogidos aleatoriamente se observó que en el 98% de ellos aparecían contenidos violentos, sangre en el 42%, temas sexuales en el 27%, palabrotas en el 27%, bromas insultantes en el 7% y drogas en el 15%. También se observó que en el 90% de estas historias el jugador necesitaba herir para continuar el juego y en el 69% de las ocasiones el objetivo era matar. En un 48% de los juegos no aparecía ningún tipo de icono o etiqueta sobre su contenido.

El caso del juego "Grand Theft Auto: San Andreas"

El 21 de julio de 2005 el Consejo para la Calificación del Software de Entretenimiento de USA, ha cambiado la clasificación de un juego que ya está en el mercado El videojuego "Grand Theft Auto: San Andreas", ha pasado a ser considerado sólo para adultos por su contenido sexual explícito oculto. Se trata de la primera vez en años que el grupo que se encarga de establecer estas categorías cambia la clasificación de un juego que ya está en el mercado, dijo Patricia Vance, la presidenta del Consejo.

El fabricante, Rock Star Games, ha decidido frenar su producción y señala que hará una nueva versión en la que no será posible acceder a las escenas sexuales "escondidas" que han causado tanta polémica. Hasta ahora, el videojuego llevaba la etiqueta "M" —para mayores de 17 años—, pero ahora llevará la señal 'AO', o "sólo para adultos", es decir que no se recomienda para menores de 18 años.

Grandes superficies comerciales han señalado que quitarán de sus estanterías la versión actual del juego, del que se han vendido sólo en Estados Unidos casi seis millones de copias desde que salió al mercado en octubre de 2004.

Una de las personas que han protestado más activamente fue Hillary Clinton, quien envió una carta a la Comisión Federal de Comercio (FCC) en la que expresaba su preocupación y pedía que el título se clasificara como 'AO'.

Pero no deja de ser sorprendente que todo el problema que plantea este juego ante las autoridades americanas sea una escena de sexo explícito, y no el alto

grado de violencia que contiene, ni el código de comportamiento que propone, que puede funcionar como el manual del perfecto delincuente, ni la ausencia de valores éticos y de respeto.

Recrea la vida de una pandilla callejera en un entrono urbano tipo Las vegas, los protagonistas son chicos que deben recorrer las calles solucionando las incidencias que le salen al paso. Vamos a detenernos en su guía de juego.

Guía del juego:

La guía va dando al jugador las instrucciones necesarias para superar las dificultades o situaciones de juego. En este apartado nos limitaremos a las recomendaciones explícitas de trato hacia las mujeres que aparecen en el juego.

En el apartado 1.4 Recuperar vida. Ofrece varios recursos para recuperar el nivel óptimo de la barra de tu vida. Puedes hacerlo comiendo en restaurantes, cambiando el lugar habitual de la comida, guardando la partida en un disco de memoria, o bien y por tanto en el mismo plano de importancia, puedes recurrir a las mujeres.

Reproducimos a continuación textualmente las indicaciones que la guía da a los jugadores.



“Recurriendo a las mujeres de malvivir que frecuentan las calles, y a las que distinguimos por sus atuendos provocativos y su peculiar forma de andar.

Para el coche cerca de una, espera que te haga una proposición y acéptala pulsando en la cruceta.

La chica subirá y tu debes aparcar en un lugar tranquilo, y a ser posible oscuro (cualquier sitio que no sea una carretera y por el que no pasen ni coches ni gente)”.



Curiosamente le parece que se les reconoce por su “malvivir”, aún a la vista del protagonista que es un delincuente pandillero que trafica con drogas y armas, y para conseguir las recurre a todo tipo de acciones delictivas incluidas el asesinato, pero la guía no considera “malvivir” este perfil.

“Mientras la chica te va haciendo un “trabajito fino”, tú vas recuperando vida a la vez que baja tu dinero. Por cierto, si quieres recuperar la pasta que te has gastado, o incluso ganar más, elimina a la muchacha nada más bajar del coche...”

Además, del trato vejatorio hacia la mujer, acaba recomendando abiertamente al jugador que la mate para robarle el dinero que lleve encima.

En otro apartado al hablar de los personajes del juego cita a las novias de Carl, y da consejos sobre cómo tratar a las novias:



“A partir de ahora tendrás que cultivar la relación con Denise, para que no te de “la plasta” por teléfono. Dedicar un poco de tiempo para ir a su casa y salir con ella por ahí. En ocasiones querrá dar una vuelta en coche para pegar unos tiros, o ir de copas. Tranquilo, que los mensajes de la parte inferior de la pantalla te dirán en cada momento si está a gusto o no.

En ocasiones bastará con llevarla a algún sitio como el bar del barrio, pero otras veces deberás llenar su barra de diversión dejando que dispare a miembros de otras bandas, o pise a fondo el acelerador del coche...”

“Procura ir a buscarla siempre por las tardes, ya que por la mañana estará ocupada. Cuando la tengas en el bote te dará la oportunidad de pasar a su casa a “tomar café”, acepta su invitación y esa noche triunfarás. Según avances en la relación tu novia te prestará el coche o te hará regalos, como el traje de “chulo” que aparecerá en tu ropero.”

Con el regalo del traje de “chulo”, la chica te está indicando que te conviertas en su proxeneta.



Es en este momento del juego cuando aparecen las escenas de sexo explícito, si has conseguido tenerla en el bote y te invita al café, te advierte que vas a triunfar, para ello debes descargarte un pequeño plugin (módulo) que al accionarlo muestra las escenas censuradas.

Dentro del apartado Misiones en la página 55, explica como convertirte en “chulo” de profesión y sus ventajas.

Advierte:

“Si completas el juego propuesto para conseguir ser “chulo”, las chicas no te cobrarán por sus servicios,

¡Y de hecho te pagarán ellas a ti!”

8. NECESIDAD DE DESARROLLAR UN SOFTWARE INCLUSIVO

La ausencia de modelos no sexistas en las aulas de informática y en los materiales didácticos de tecnología, junto al software comercial y didáctico instalado en las aulas, son algunos de los factores que explican el distanciamiento de las niñas y jóvenes. Si añadimos el freno que supone para las niñas y mujeres el acceso simbólico a los espacios informáticos, nos encontramos con el caldo de cultivo de la tecnofobia o el menor interés por los ámbitos tecnológicos.

Es necesario ofrecer al alumnado de todas las etapas educativas espacios de acceso sin marcar por el dominio invasivo de los alumnos y con un software que se acerque a sus necesidades y formas de hacer, con modelos de comportamiento abiertos, que desarrollen acciones que permitan pensar, argumentar y resolver situaciones, razonando las respuestas con perfiles y personajes no violentos, proporcionando espacios Web, aplicaciones o juegos basados en el respeto a las normas de convivencia, a los derechos humanos y que favorezcan el aprendizaje de modelos éticos y valores de igualdad.

Los productos digitales educativos siguen en general los patrones tradicionales de reparto de roles masculinos y femeninos, como aún sucede en muchos libros de texto escolares. Los contenidos se deben diseñar de forma que no se orienten sólo a las mujeres, sino a uno y otro sexo. Que eviten transmitir mensajes o imágenes exclusivamente femeninas y muestren, por el contrario, a hombres que se corresponsabilizan y asumen el reparto de tareas.

La presencia de las mujeres en el sistema educativo español cuenta con una alta proporcionalidad entre el alumnado, profesorado, o personal de administración y servicios (PAS), y también son mayoría como participantes activas de las asociaciones de madres y padres de todos los centros educativos. Sin embargo las propuestas didácticas no contemplan sus características específicas ante el uso y conocimiento de las TIC, en los centros educativos o en los ámbitos familiares.

Para desarrollar un software inclusivo, no discriminatorio sugerimos:

- Elaborar materiales y aplicaciones de software diseñadas desde la perspectiva de género, evitando los estereotipos sexistas y violentos, con un lenguaje facilitador y no excluyente, para alcanzar las capacidades necesarias en las TIC con aprendizajes contextualizados y que potencien sus habilidades.
- Diseñar materiales ajustados a los niveles de conocimiento, segmentados por objetivos para alcanzar los aprendizajes primarios,

avanzados, o de diseño. Es decir, propuestas didácticas destinadas a favorecer que el alumnado alcance el grado de fluidez tecnológica.

- Diseñar sistemas amigables de relación con las TIC (hardware, software, periféricos, contenidos e idioma) que faciliten la utilización de los contenidos y sean adaptables a las necesidades particulares y el nivel cultural de cada persona o colectivo.
- Enriquecer la cultura y los valores imperantes en los contenidos dirigidos a las niñas y mujeres. Se trata de ir más allá de lo que los hombres identifican de forma exclusiva con lo femenino (cuidados a otros, belleza, cocina, moda, revistas del corazón) y desarrollar valores de igualdad, cooperación y corresponsabilidad entre uno y otro sexo.

9. MARCO NORMATIVO

Se presenta como referencia el estudio realizado por Amnistía Internacional sobre la violencia en los videojuegos, Al quiere llamar la atención sobre las obligaciones que el Estado español tiene como parte de los tratados internacionales firmados en el seno de Naciones Unidas. En este informe se aborda dos de estos tratados ratificados por España y especialmente significativos en la protección de los derechos humanos en el mercado de videojuegos: la **Convención sobre los Derechos del Niño y la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer**.

9.1. Código de autorregulación PEGI

Amnistía Internacional ha revisado de igual modo la legislación referente a videojuegos en varios ámbitos. El principal de los avances ha sido el nuevo código de autorregulación de la industria europea del videojuego, código PEGI

Guía para comprar un videojuego

CLASIFICACIÓN POR EDAD SEGÚN EL PEGI
(Pan European Game Information)



ICONOS DESCRIPTORES DE CONTENIDOS:
Estos iconos especifican el contenido que determina la clasificación del videojuego en la categoría de edad seleccionada. Los iconos utilizados son los siguientes.



Fuente: ADESE

EL PAÍS

(Pan European Game Information), que presentado por ADESE y el Ministerio de Sanidad y Consumo, establece una clasificación por edades para videojuegos y la obligación de incluir iconos descriptivos de su contenido.

Este informe también analiza los marcos normativos sobre videojuegos y protección de menores, tanto en el ámbito de la Unión Europea, como en el ámbito estatal y autonómico.

Desde junio de 2003, la Unión Europea adoptó un nuevo código para 16 países de autorregulación de los videojuegos.

Su nombre es PEGI (Pan European Game Information) y se creó para que los consumidores, padres y educadores conozcan que se esconde detrás de cada videojuego.

En EEUU un sistema muy parecido a este lleva en funcionamiento desde 1994. Ambos sistemas son utilizados para saber a que grupo de edad van dirigidos los videojuegos y qué se puede encontrar en ellos.

Pero los códigos de autorregulación no parecen suficientes para confiar en el control de estos productos. Las instituciones y gobiernos deben hacer un esfuerzo en su legislación y seguimiento de la aplicación de las leyes.

El marco de autorregulación del sector de videojuegos ha dado un paso más que Amnistía Internacional valora positivamente en la estandarización de los diferentes códigos nacionales gracias a la entrada en vigor en abril de 2003 del código Pan European Game Information (PEGI) elaborado por la Federación Europea del Software Interactivo (ISFE) y apoyado por la Comisión Europea.

Un código de autorregulación diseñado por la industria europea de software y válido hoy en 16 países: los quince comunitarios con anterioridad a la ampliación a 25 (menos Alemania), más Noruega y Suiza. Por el momento, los nuevos socios europeos de la reciente ampliación no han suscrito este código.

Las normas que contiene el Código PEGI se aplican al etiquetado de productos de software interactivo (videojuegos, juegos de ordenador, artículos de educación (referencia en CD ROM, independientemente de su formato o método de distribución), así como a la publicidad y promoción de los mismos por cualquier medio.

El objetivo principal de este Código de Autorregulación, define la ISFE, es que los consumidores, en particular padres, madres y profesionales de la educación, cuenten con información suficiente sobre los videojuegos que están a la venta para poder elegir los productos más adaptados a la edad de quien va a jugar, limitando así la exposición de los menores que juegan a contenidos que podrían resultarles inadecuados. Por tanto, la adopción del Código de Autorregulación implica *“el compromiso adquirido [...] de no colocar en el mercado productos de software interactivo que puedan atentar contra la dignidad humana”*.

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), máximo representante del sector del videojuego en España, ha asumido el Código PEGI que amplía el código de autorregulación creado por la propia ADESE en abril de 2001. Este sistema de clasificación por edades fue presentado, el pasado 19 de diciembre de 2003 por el Instituto Nacional de Consumo en acto público con la firma de un nuevo convenio con ADESE - ISFE de cara a la campaña navideña de 2003. Junto al Instituto Nacional de Consumo, en la aplicación de este código participan también el ICAA (Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales) y el FUCI (Federación de Usuarios y Consumidores Independientes).

Según los datos de ADESE, el número de videojuegos clasificados a través del Código PEGI desde junio de 2003 ha sido de 1.625, de los que el 46 por ciento correspondieron a videojuegos para mayores de 3 años y el 29 por ciento para mayores de 12 años. Mientras que los videojuegos para mayores de edad sólo suponen el 2 por ciento del total debido a su menor producción. De los 1.625 videojuegos etiquetados con el Código PEGI, 675 correspondieron a PC y el resto se distribuyeron entre seis plataformas (PS1 y PS2, XBox, GBA, GC y N-GAGE).

Entre los instrumentos con los que cuenta este Código de Autorregulación figuran:

- Consejo Asesor, compuesto por representantes de los principales grupos de interés (madres y padres, asociaciones de consumidores, académicos y académicas, expertos y expertas en Psicología infantil, en medios de comunicación y de la industria del software interactivo) cuya función será la adaptación permanente de este Código.
- Comité de Aplicación, encargado de la puesta en práctica de las recomendaciones del Consejo Asesor.
- Consejo Independiente de reclamaciones compuesto, al igual que el consejo asesor, por representantes de los principales grupos de interés y encargado de las siguientes funciones:
 - La gestión de posibles reclamaciones acerca de la conformidad de las actividades de publicidad, comercialización y promoción de cualquier empresa participante en este código con la clasificación por edades finalmente o previsiblemente atribuida en virtud del sistema de clasificación por edades de la ISFE.
 - La gestión de conflictos en torno a las propias clasificaciones por edades de la ISFE.
- Sistema de clasificación por edades (PEGI) plasmado en licencias para el uso de etiquetas específicas indicativas de la categoría de edad para la que se considera adecuado un producto determinado en virtud de su contenido así como las descripciones de por qué el producto pertenece a esa categoría de edad.

Significativo avance para Amnistía Internacional es el trabajo del Consejo Independiente de Reclamaciones, órgano encargado de escuchar los posibles desacuerdos entre editores y el NICAM (Instituto Holandés de Clasificación de Material Audiovisual), órgano independiente, así como investigar las reclamaciones sobre clasificaciones hechas por el público. Si como resultado de una reclamación, este Consejo descubre que un juego requiere una clasificación de edad más alta que la que se ha establecido previamente, el juego será retirado inmediatamente de la venta hasta que su empaquetado tenga la clasificación correcta.

Amnistía Internacional ha mantenido diversos contactos con ADESE para conocer las reclamaciones que hayan podido surgir, al menos en el mercado español, siendo el resultado negativo.

No ha habido ni reclamaciones ni, por tanto, sanciones con respecto a la aplicación del Código PEGI. Entre las principales obligaciones establecidas respecto al Código, cabe destacar:

- Compromiso para que el Sistema de Clasificación por Edades (PEGI) funcione de la forma más eficiente posible.
- Compromiso para dar a conocer el Código por parte de todos los participantes de la industria, como editores y promotores, mayoristas, minoristas, medios de comunicación comerciales y empresas publicitarias.

El Código europeo ISFE representa determinados avances:

- Unificación de los criterios en todo el ámbito europeo, armonizando los criterios de clasificación (PEGI).
- La calificación de edad está impresa en el videojuego.
- Se incluyen descriptores indicativos de motivo de la calificación (discriminación, drogas, lenguaje inadecuado, sexo o desnudos, terror o violencia).

El Código de Autorregulación ha sido desarrollado por un organismo comercial en representación de la industria europea, por lo que este código necesita de la administración y supervisión de organismos independientes. Por este motivo y para que el código funcione idóneamente se combina la autoevaluación del contenido de los videojuegos por parte de los editores con el análisis de dicha evaluación por parte de un organismo independiente, el NICAM⁴.

Tras el estudio de este Código de Autorregulación, la primera preocupación de Amnistía Internacional es el incumplimiento por defecto de los criterios definidos para la clasificación de las edades. Las recomendaciones establecidas ponen al alcance de los menores videojuegos con abuso de derechos humanos e imágenes que pueden herir su sensibilidad.

Amnistía Internacional quiere constatar esta preocupación con tres ejemplos:

- BURNOUT 3 TAKEDOWN (Criterion Software), recomendado para mayores de tres años, pone a la persona que juega a los mandos de un vehículo de competición con el objetivo, en una de las partes del juego, de involucrar al mayor número de vehículos posibles en un accidente provocado. Una vez haya impactado con otros vehículos, quien juega puede hacer estallar por lo aires su propio coche.

⁴ En el Reino Unido el VSC actuará como agente del NICAM

- También en el género de motor, **FLATOUT (BugBear)**, recomendado para mayores de doce años, incluye una prueba en la que el jugador debe ganar velocidad para impulsar al conductor por la luna del vehículo a la mayor distancia / altura posible. El impacto contra el pavimento es escalofriante, no sólo por la distancia que puede recorrer el piloto sino por los gritos que lanza en el momento de atravesar el cristal.
- **LOS SIMS 2 (Maxis)**, recomendado para mayores de siete años, ofrece como opciones de interacción de sus personajes la posibilidad de agredir a otra persona.

Amnistía Internacional tiene además, las siguientes preocupaciones sobre el cumplimiento de este Código de Autorregulación:

- La falta de responsabilidad de los comercios ante la protección de los derechos de los menores según las recomendaciones establecidas por este Código de Autorregulación. Amnistía Internacional ha comprobado como un niño de 12 años puede adquirir un videojuego como *Rainbow Six* descrito para mayores de 16 años sin recibir siquiera la advertencia o información, no la prohibición, de los responsables del comercio.
- La ausencia de un orden en las estanterías de los comercios que permita, tanto a los menores, como a las personas adultas responsables de su educación, identificar qué videojuegos son los recomendados para su edad.
- Aún quedan algunos videojuegos, generalmente con algunos años de antigüedad y dirigidos a usuarios/as de PC, sin descriptor de edad alguno.
- Los nuevos países comunitarios llegados a la Unión Europea en la ampliación de junio de 2004 no han asumido aún el código diseñado por la industria europea.
- La ausencia de descriptores que informen de la edad recomendada en las máquinas recreativas para juegos a la venta en mercado convencional.

9. 2. Marco normativo internacional

El primer marco normativo de referencia que Amnistía Internacional insta al Gobierno español a cumplir es el derivado de la Convención sobre la Eliminación de todas la Formas de Discriminación (CEDAW) de Naciones Unidas, aprobada en 1979 y ratificada por España en 1984. Esta ratificación obliga al Estado español a asumir a nivel interno el articulado del tratado.

Este tratado, en su artículo primero, define la discriminación como *“la distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”*⁵.

La CEDAW prevé en su artículo quinto que *“Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para modificar los patrones de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índoles que estén basados en la idea de inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres”*⁶.

El Comité que vigila el cumplimiento de la Convención por parte de los Estados (Comité de la CEDAW), alarmado por la falta de vinculación entre violencia contra las mujeres y discriminación por razón de sexo, presente en las políticas y medidas estatales, formuló en 1992 la Recomendación General nº 19. Esta recomendación insta a los Estados a adoptar medidas eficaces para garantizar que los medios de comunicación respeten a las mujeres y promuevan el respeto a las mujeres⁷. Amnistía Internacional observa con preocupación que el Estado no está cumpliendo esta importante recomendación en el área de los medios de comunicación, y en concreto en el ámbito de los videojuegos.

En este mismo sentido, el informe del Comité de la CEDAW publicado en julio de 2004, expresa como una de las principales preocupaciones la persistencia en la sociedad española de un conjunto de roles y estereotipos discriminatorios hacia las mujeres, que constituyen la raíz de la violencia de género. Por ello, el Comité insta al Estado español *“a que adopte medidas adicionales para eliminar las actitudes estereotipadas sobre los papeles y las responsabilidades de las mujeres y los hombres, inclusive mediante campañas de concienciación y educación dirigidas tanto a las mujeres como a los hombres y en los medios de difusión, y a que observe cuidadosamente el impacto de esas medidas”*⁸.

Naciones Unidas, por tanto, pone especial atención en la labor de los medios de comunicación en la lucha contra los estereotipos / roles caldo de cultivo de la violencia de género. Medios de comunicación como el software de entretenimiento, los videojuegos, en los que Amnistía Internacional ha

⁵ Artículo 1, Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer. Adoptada y abierta a la firma, ratificación y adhesión por la Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas 34/180 de 18 de diciembre de 1979.

⁶ Artículo 5, Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.

⁷ Recomendación general No. 19 (11º periodo de sesiones) del Comité de seguimiento de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, 1992, en Documentos oficiales de la Asamblea General, cuadragésimo séptimo periodo de sesiones, Suplemento nº 38 (A/47/38), cap.I., párrafo 24 d).

⁸ Informe del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer de Naciones Unidas. Suplemento No. 38 (A/59/38), julio 2004.

encontrado numerosos contenidos que fomentan y normalizan la violación de los derechos humanos de las mujeres.

Es en este marco de modificación de los patrones socioculturales y eliminación de prejuicios donde Amnistía Internacional considera plenamente justificada la exigencia de que los contenidos de los juegos y juguetes fomenten el respeto de la dignidad de las mujeres. El videojuego, como elemento lúdico usado por niños y niñas, desempeña un papel muy importante en su desarrollo (prueba de ello son las cifras millonarias de ventas del sector en continuo ascenso). Contribuye a fomentar, como cualquier otro juego o juguete, actitudes que pueden potenciar o no el respeto de determinados valores. Los valores que deben ser fomentados están muy claramente definidos en el Preámbulo de la Convención sobre los Derechos del Niño, ratificada por España en 1990, que recoge textualmente: (la persona menor de edad) *“debe ser educada en el espíritu de los ideales proclamados en la Carta de Naciones Unidas y, en particular, en un espíritu de paz, dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y solidaridad”*⁹.

Una vez expuestas las obligaciones contraídas por España en el seno de Naciones Unidas, Amnistía Internacional quiere mostrar la siguiente preocupación:

A pesar de que estos tratados de Derecho Internacional de derechos humanos son de obligado cumplimiento, Amnistía Internacional ha comprobado que existe un vacío de legislación y medidas efectivas para su cumplimiento en el área de los videojuegos: su comercialización, contenidos y publicidad.

9. 3. Marco normativo en el ámbito del Estado Español

Según ha sabido Amnistía Internacional, el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de su Instituto Nacional de Consumo, participa de forma representativa en el seguimiento de las reclamaciones hechas por los/as consumidores/as sobre la aplicación del Código de Autorregulación.

Sin embargo, no es una implicación activa y, por tanto, es insuficiente para Amnistía Internacional. La participación del Instituto Nacional de Consumo, como ya fue señalado en anteriores informes, se limita al nombramiento de un representante del Consejo de Consumidores y sólo en el caso de que existan reclamaciones por el incumplimiento del Código de Autorregulación en España.

Sin embargo, en las primeras consultas realizadas por Amnistía Internacional, el Instituto Nacional de Consumo ha confirmado que no es consciente de que ADESE haya recibido ninguna reclamación sobre el cumplimiento y adecuación del código PEGI en el mercado de videojuegos español.

⁹ Preámbulo, Convención sobre los Derechos del Niño.

Amnistía Internacional ha estudiado también la disposición de las distintas formaciones políticas (PSOE, IU, PP, CiU y PNV) para impulsar una legislación nacional a favor de medidas de control destinadas a garantizar un uso adecuado a la edad en los videojuegos y un uso respetuoso de los derechos humanos en su contenido. El resultado, por el momento, es la ausencia de iniciativas por parte de estas formaciones políticas. Excepción de la postura mostrada por Convergencia Democrática de Cataluña (CDC), formación que ha expresado su preocupación por la imagen de las mujeres en los videojuegos.

En esta línea, CDC coincide en la necesidad de establecer un mecanismo legal de denuncia ante entes que pudieran intervenir como la Delegación del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer, el Observatorio Estatal de Violencia sobre la Mujer¹⁰ o un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales. Este último órgano ya ha sido propuesto por la citada formación política, pero ha sido rechazado por el Congreso de los Diputados.

De igual modo, Amnistía Internacional ha solicitado a las organizaciones de consumidores nacionales información sobre el uso de los videojuegos en la población española y las posibles reclamaciones de los consumidores. El resultado de este sondeo muestra que estas organizaciones no poseen información actualizada de un mercado audiovisual, los videojuegos, tan influyente hoy (el último estudio es el de la CECU del año 2002).

Una vez estudiado el marco legislativo estatal y el interés que la defensa de los derechos humanos en los videojuegos despierta en los agentes sociales, Amnistía Internacional está preocupada por:

- La escasa voluntad de sucesivos Gobiernos por legislar al respecto y, por tanto, la falta de cumplimiento de los compromisos internacionales que obligan al Estado a poner todos los medios apropiados para la erradicación de la discriminación y de la violencia hacia las mujeres.
- La ausencia de iniciativa de las principales formaciones políticas en la eliminación de las manifestaciones de discriminación contra las mujeres en los videojuegos.
- El escaso interés de otros agentes sociales, como las organizaciones de consumidores en el cuidado de los contenidos que reciben los usuarios menores de edad.

9. 4. Marco normativo de las comunidades autónomas

Amnistía Internacional ha contactado con representantes de las Comunidades Autónomas con la intención de reunir en este informe la legislación autonómica

¹⁰ Ambos organismos creados por la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la violencia de género, aprobada recientemente por el Congreso de los Diputados.

que relacione la protección de los menores y la difusión a través de los videojuegos de contenidos no recomendados a su edad.

A continuación se relacionan las diferentes Comunidades Autónomas que disponen de legislaciones específicas sobre protección de menores; Comunidades Autónomas que, aún, disponiendo de legislación, ésta no resulta taxativa y de aquellas Comunidades Autónomas que no cuentan con legislación alguna en este ámbito.

9.4.1. Comunidades Autónomas que cuentan con legislación

Comunidad Autónoma de Andalucía

Ley 1/1998, de 20 de abril, de los derechos y la atención al menor.

Art.7 - Información y publicidad:

2.... “Las Administraciones Públicas de Andalucía velarán para que en los medios de comunicación social no se difundan programas o publicidad contrarios a los derechos de los menores y, en particular, se atenderá a que no contengan elementos discriminatorios, sexistas, pornográficos o de violencia. Igual vigilancia se extenderá a los sistemas informáticos de uso general o cualesquiera otros derivados de la aplicación de nuevas tecnologías...”

Comunidad Autónoma de Aragón

Ley 12/2001 de 2 de julio, de la Infancia y la Adolescencia

Art. 42 - Prensa y medios audiovisuales

“ Queda prohibida la venta o alquiler a menores de vídeos, videojuegos o cualquier otro medio audiovisual que tenga contenido pornográfico o que fomente o incite a la violencia, la xenofobia, la discriminación sexual, o a actividades delictivas...”

Comunidad Autónoma de Canarias

Ley 1/1997, de 7 de febrero, de Atención integral a los menores

Art. 35 - Medios Audiovisuales

“.....Queda prohibida la venta y el alquiler al menor de vídeos, videojuegos, o cualesquiera otros medios audiovisuales, que contengan mensajes de carácter violento, de apología de cualquier forma de delincuencia, de exhibición pornográfica, o contrarios a los derechos reconocidos en la Constitución, y su proyección en locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia al menor.

Comunidad Autónoma de Castilla- La Mancha

Ley 3/1999, de 31 de marzo, del Menor de Castilla-La Mancha¹¹

Título 1 De los Derechos y Deberes del Menor.

¹¹ El Gobierno autonómico tiene en estudio decretos de desarrollo a esta ley sobre acogimiento y adopción internacional, pero no tiene nada previsto sobre materiales audiovisuales.

Capítulo II.

Art. 12 - Derecho a la información.

“1 (...) Los menores tienen derecho a buscar, recibir y elaborar la información adecuada a su edad y condiciones de madurez.

2. La Administración Autonómica fomentará la producción y difusión de material informativo destinado a los menores garantizando que el mismo sea veraz, plural, respetuoso con los principios constitucionales, y adecuado a su edad y condición de madurez.

3. Los mensajes dirigidos a los menores por los medios de comunicación deberán promover los valores de igualdad, solidaridad, tolerancia y respeto a los demás, evitando imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o discriminatorio.

La Administración procurará que todos los medios de comunicación social dediquen a los menores una especial atención educativa y colaborará, en su caso, con las administraciones competentes para que los menores no tengan acceso mediante las telecomunicaciones a servicios que puedan dañar su desarrollo.”

Comunidad Autónoma de Castilla y León

Ley 14/2002 25 de Julio /2002

Art. 19- Derecho a la cultura y al ocio

“..... Los juegos y juguetes destinados a los menores reunirán las adecuadas medidas de seguridad, se adaptarán a las necesidades propias de cada edad, ayudarán al desarrollo psicomotor de cada etapa evolutiva y serán compatibles con los principios y valores recogidos en la presente Ley, y con el ejercicio y expresión de los derechos reconocidos en ella, evitando los elementos y mensajes sexistas, violentos o discriminatorios.

Art. 32- Medios audiovisuales, de telecomunicaciones y telemáticos

1. Queda prohibida la venta, alquiler y ofrecimiento a menores de vídeos, videojuegos u otro material audiovisual de contenido pornográficos, de apología de cualquier forma de delincuencia, de exaltación de la violencia o incitación a la misma, contrario a los derechos reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico o que resulte perjudicial para el desarrollo de su personalidad, así como su emisión en los locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia del menor y su difusión por cualquier medio entre niños y adolescentes.

Comunidad Autónoma de Cataluña

Ley 8/1995, de 27 de julio, de atención y protección de los niños y los adolescentes y de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre medidas de protección de los menores desamparados y de la adopción.

Art. 35 - Material audiovisual.

“...No se permite vender ni alquilar a niños y adolescentes videos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contengan mensajes contrarios a los

derechos y libertades fundamentales reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico, que inciten a la violencia y a actividades delictivas, a cualquier forma de discriminación o que tenga contenidos pornográfico...”

Comunidad Autónoma de Galicia

Decreto 42/2000 de 7 de enero por el que se refunde la normativa reguladora vigente en materia de familia, infancia y adolescencia.

Art. 131- Infracciones graves.

Constituyen infracciones graves:

“...Venderles, alquilarles, exhibirles o permitirles el libre acceso a los menores a publicaciones, vídeos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contenga mensajes que inciten a la violencia, a actividades delictivas, a cualquier forma de discriminación o que tengan un contenido pornográfico o que resulte perjudicial para el desarrollo de su personalidad o sea contrario a los derechos y las libertades reconocidas en las leyes vigentes.”

La responsabilidad de las antedichas acciones les corresponderá a los titulares de los establecimientos, y si es el caso a las personas infractoras.

Ley 6/1999, de 1 de septiembre, del Audiovisual de Galicia. Artículo 4. Principios generales de la actividad audiovisual.

“...e) El respeto y la promoción de los valores de igualdad y no discriminatorios por razón de raza, sexo, nacimiento, religión, opinión y cualquier otra condición o circunstancia, personal o social, contemplados en el artículo 2 de la Declaración universal de los derechos humanos y en el artículo 14 de la Constitución.

f) La protección de la juventud y la infancia, de acuerdo con la regulación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, de incorporación de la Directiva 89/552/CEE, y de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor.

g) La promoción de valores que persigan la igualdad entre el hombre y la mujer y la defensa del respeto a su identidad e imagen.”

Comunidad Autónoma de La Rioja

Ley 4/1998 de 18 de marzo, del menor

Art. 29-Material audiovisual

“... No se permite vender ni alquilar a menores vídeos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contengan mensajes que directa o indirectamente sean contrarios a los derechos y libertades fundamentales reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico, que inciten a la violencia y a actividades delictivas, a cualquier forma de discriminación o que tengan contenido pornográfico. No se permite tampoco proyectarlos en locales o espectáculos en los que se admita la asistencia a menores ni difundirlos por cualquier medio entre éstos.

Comunidad Autónoma de Madrid

Ley 6/1995, de 28 de marzo, de Garantías de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia en la Comunidad de Madrid.

Art. 33

“... Queda prohibida la venta y el alquiler de vídeos, videojuegos o cualquier otro medio audiovisual que contengan mensajes contrarios a los derechos reconocidos en la Constitución, de carácter violento, de apología de cualquier forma de delincuencia, o de exhibición pornográfica, y su proyección en locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia de menores, y, en general su difusión por cualquier medio, entre menores.”

9.4.2. Comunidades Autónomas con legislación ambigua

Comunidad Autónoma de Asturias

Ley 1/1995 de 27 de enero, de protección al menor¹².

No hay ningún punto que recoja nada sobre juegos, videojuegos, ni alusión a nada relacionado con la violación de los derechos humanos.

Comunidad Autónoma de Cantabria

Decreto 58/2002 30 de mayo 2002 por el que se desarrollan los Procedimientos Relativos a la Protección de Menores y se regula el Registro de Protección de la Infancia y Adolescencia.

En el texto de la Ley, no hay ningún punto que aluda a los videojuegos.

El artículo 17, que incluye el “Derecho al juego y al desarrollo de actividades culturales y deportivas”, es el que podría acercarse, pero no hay ningún apartado para el tema de los videojuegos.

Ley 7/1999, de 28 de abril, de Protección de la Infancia y Adolescencia.

Art. 17-Derecho al juego y al desarrollo de actividades culturales y deportivas.

“1. Los menores tienen derecho al descanso, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad como parte de la actividad cotidiana y también a participar libremente en la vida cultural y artística de su entorno social.

2. El juego debe entenderse como un elemento esencial del crecimiento y la maduración de los niños y niñas. Los juegos y juguetes deben adaptarse a sus necesidades y ayudar al desarrollo psicomotor de cada etapa evolutiva.”

Comunidad Autónoma de Extremadura

Ley 4/94 de Protección y Atención a Menores

¹² El Gobierno de la Comunidad Autónoma de La Rioja tiene actualmente en estudio una modificación de esta ley.

No trata el tema de los videojuegos. Sin embargo, la Junta de Extremadura está trabajando en la elaboración de una ley de defensa del consumo de menores donde se recogerá la preocupación sobre su acceso a este mercado.

Comunidad Autónoma de Murcia

Ley 3/1995 de 21 de marzo de la Infancia de la Región de Murcia.

Dentro del Artículo 21. Promoción de Programas.

Punto 1 apartado e)

“Caminar hacia una sociedad más tolerante. Se llevará a cabo programas específicos contra el uso de la violencia en el medio infantil y juvenil, así como para combatir las actitudes racistas y sexistas, que se dan en la sociedad, con la finalidad de contribuir a que ésta sea cada vez más tolerante e igualitaria.”

Ley 8/1995, de 24 de abril, de Promoción y Participación Juvenil. Artículo 12. De cultura y educación

“Se potenciará la educación para la igualdad mediante programas específicos, cuidando especialmente todos los programas que desde las Administraciones y en todos los ámbitos se promuevan, con el fin de:

Propiciar la igualdad de oportunidades entre sexos; evitar actitudes racistas y xenófobas; evitar cualquier otra discriminación por razones de edad, cultura, creencia, ideología, estado, minusvalía, opción sexual u otros motivos.”

Comunidad Autónoma de Navarra

Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra.

A pesar de que esta ley no prevé ningún precepto relativo a los videojuegos, sí existe un capítulo dedicado a la protección de los menores, en concreto frente a la publicidad.

Dentro del artículo 15 de Protección de los menores frente a la publicidad y la televenta, el Punto 1.

El apartado a)

“No deberá incitar a tales menores a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.”

El apartado d)

“En el caso de publicidad o de televenta de juguetes, éstas no deberán inducir a error sobre las características de los mismo, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizar dichos juguetes sin producir daño para sí o a terceros.”

Comunidad Autónoma Valenciana

*Ley 7/94 de 5 de diciembre de la Generalitat Valenciana de la Infancia /DOGV 2.408)*¹³

Capítulo I Artículo diecisiete:

“La Generalitat Valenciana llevará a cabo campañas específicas contra el uso de la violencia en el medio infantil, la emisión de cualquier programa audiovisual en los medios de comunicación públicos, especialmente TV, y promoverá videojuegos que tengan un cariz contrario a la violencia. La Generalitat Valenciana realizará campañas en el ámbito infantil y juvenil encaminadas a combatir las actitudes sexistas, que mientras tanto se dan en la sociedad con la finalidad de contribuir a que ésta sea cada vez más igualitaria”.

9.4.3. Comunidades Autónomas sin legislación

Entre las Comunidades Autónomas sin legislación figuran el País Vasco que, sin embargo, trabaja para que antes de que finalice la actual legislatura (mayo de 2005) sea aprobado el nuevo proyecto de ley de protección a los menores; y Baleares, cuyo único acercamiento a la protección de los menores queda sujeto a la Ley 1/1998 del 10 de marzo del Estatuto de los Consumidores y Usuarios. En su artículo quinto reconoce la prioridad de proteger los derechos de los consumidores menores de edad.

Al igual que en anteriores informes, Amnistía Internacional ha encontrado legislación autonómica que responde a la necesidad de proteger a los menores en sintonía con lo expuesto en la Convención de los Derechos del Niño de Naciones Unidas. Ejemplo de ello es el marco normativo fijado por la Comunidad Autónoma de Cataluña, según el cual, “*no se permite vender ni alquilar a niños y adolescentes videos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contengan mensajes contrarios a los derechos y libertades fundamentales reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico*”¹⁴.

Sin embargo, casi la mitad de las Comunidades Autónomas cuentan con una legislación ambigua en la protección de los menores ante los medios audiovisuales. Casos como el de Cantabria ejemplifican esta tendencia: “*Los juegos y juguetes deben adaptarse a sus necesidades y ayudar al desarrollo psicomotor de cada etapa evolutiva*”¹⁵.

En general, si bien existe normativa al respecto, Amnistía Internacional ha constatado en todas las comunidades autónomas una falta de medidas que

¹³ El Gobierno autonómico está estudiando una nueva ley del menor que se prevé sea debatida en las Cortes Valencianas durante 2005.

¹⁴ Ley 8/1995, de 27 de julio de atención y protección de los niños y adolescentes y de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre medidas de protección de los menores desamparados y de la adopción.

¹⁵ Decreto 58/2002 30 de mayo 2002 por el que se desarrollan los Procedimientos Relativos a la Protección de Menores y se regula el Registro de Protección de la Infancia y Adolescencia.

verifiquen y hagan posible la efectiva puesta en práctica de todas las medidas protectoras.

Por tanto, entre las preocupaciones de Amnistía Internacional en lo que a legislación se refiere se encuentran:

- El incumplimiento de la legislación de prácticamente todas las comunidades autónomas o el absoluto desconocimiento acerca de este cumplimiento. Hecho este que muestra la falta de efectividad de la legislación autonómica existente.
- Sigue siendo alarmante que comunidades autónomas como Baleares o el País Vasco no hayan regulado en modo alguno la protección de los menores en este campo.
- La ambigüedad e insuficiencia de la legislación de algunas comunidades autónomas.

9.5. Marco normativo en el ámbito de la Unión Europea

En el marco normativo europeo, la novedad más importante en el control del contenido de los videojuegos y de la promoción de los derechos humanos a través de este soporte informativo, proviene del Tribunal Europeo de Justicia. En 1994, las autoridades de la ciudad alemana de Bonn formularon una prohibición de los juegos que implicasen el “asesinato” de personas, la simulación de disparos con el fin de cometer un homicidio. Esta decisión llevó a la empresa germana Omega, titular del simulador objeto de la polémica, a reclamar esta decisión ante el Tribunal Europeo de Justicia por violar el derecho de prestar servicios que tienen las empresas.

A pesar de las reclamaciones de la empresa Omega, el Tribunal falló el 14 de octubre de 2004¹⁶ respaldando la prohibición que argumenta que los actos homicidas simulados y la banalización de la violencia, “*jugar a matar*” denominan las autoridades de Bonn, se consideran en Alemania contrarios a valores como la dignidad humana, derecho fundamental consagrado por la Constitución de ese país.

Esta sentencia, que tiene como punto de partida un simulador de acción ambientado en unas instalaciones reales en la que los protagonistas no son virtuales sino personas reales que emulan el ataque y el asesinato, sirve al Tribunal de Justicia Europeo para hablar de los juegos de entretenimiento en general: “*según la concepción predominante en la opinión pública, la explotación comercial de juegos de entretenimiento que impliquen la simulación de acciones homicidas menoscaba un valor fundamental consagrado por la constitución nacional (la alemana), como es la dignidad humana*”¹⁷

¹⁶ Sentencia C-36/02 del Tribunal de Justicia Europeo (www.curia.eu.int/es/content/juris/index.htm)

¹⁷ Sentencia C-36/02 del Tribunal de Justicia Europeo

En la sentencia, el Tribunal Europeo de Justicia añade en este sentido que *“los derechos fundamentales forman parte de los principios generales del Derecho cuyo respeto garantiza el Tribunal de Justicia y que, para ello, éste se inspira en las tradiciones constitucionales comunes de los Estados miembros así como en las indicaciones proporcionadas por los instrumentos internacionales relativos a la protección de los derechos humanos con los que los Estados miembros han cooperado o a los que se han adherido”*.¹⁸

El fallo del Tribunal de Justicia Europeo respalda, por tanto, que las autoridades alemanas hayan recurrido a la protección de la dignidad humana, principio constitucional, para prohibir la explotación comercial de juegos de entretenimiento que simulan actos violentos contra personas porque *“el ordenamiento jurídico comunitario trata innegablemente de garantizar el respeto de la dignidad humana como principio general del Derecho”*.¹⁹

En el marco normativo surgido en el seno de la Unión Europea, la principal novedad está en la propuesta elevada el 30 de abril de 2004 por la Comisión Europea al Parlamento y al Consejo Europeo para la aprobación de una Recomendación²⁰ a los 25 países miembros de la Unión Europea dirigida a la protección de los menores contra la violencia en la televisión, en Internet y en los videojuegos.

Tal propuesta viene precedida del segundo informe elaborado por la comisión sobre la Recomendación de septiembre de 1998 (primer instrumento normativo europeo a este respecto) relativa al desarrollo de la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información.

En este segundo informe de evaluación, aprobado el 12 de diciembre de 2003, la Comisión europea se comprometió a elaborar una nueva declaración sobre el futuro de la política audiovisual comunitaria. Un compromiso que ha asumido con la propuesta de Recomendación del 30 de abril de 2004.

En esta propuesta de Recomendación se insta a los Estados miembros, al sector y a las partes interesadas a adoptar medidas para aumentar la protección de los menores y de la dignidad humana en los sectores de la radiodifusión y en Internet.

- *“A los Estados miembros RECOMIENDA promover acciones que permitan a los menores utilizar de forma responsable los servicios audiovisuales y de información en línea mediante una mejor sensibilización de los padres, educadores y profesores sobre el potencial de los nuevos servicios y sobre los medios adecuados de protección a los menores, en particular, mediante competencias*

¹⁸ Sentencia C-36/02 del Tribunal de Justicia Europeo

¹⁹ Sentencia C-36/02 del Tribunal de Justicia Europeo

²⁰ Propuesta de Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los menores y de la dignidad humana y al derecho de réplica en relación con la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información, 2004/0117 (COD). (http://europa.eu.int/comm/avpolicy/legis/key_doc/legispdf/files/com04-341-es.pdf)

mediáticas elementales o programas de educación sobre los medios. Promover acciones también que faciliten, si es necesario, la identificación de contenidos y servicios de calidad para menores y el acceso a los mismos tanto en las instituciones educativas como en los lugares públicos.

- *De este modo, añade la Recomendación, la Comisión busca que los países comunitarios alienten al sector a evitar la discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual en todos los medios y a luchar contra tal discriminación.*
- *Al sector y a las partes interesadas RECOMIENDA que desarrollen medidas positivas en beneficio de los menores que les faciliten el acceso más amplio a los servicios audiovisuales y de información y eviten a la vez los contenidos que puedan ser perjudiciales, incluida una armonización en sentido ascendente mediante la cooperación de organismos autorreguladores y correguladores de los Estados miembros mediante un sistema de símbolos descriptivos comunes que pueda ayudar a los espectadores a evaluar el contenido de los programas.”²¹*

De igual modo recomienda al sector y a las partes interesadas desarrollar medidas eficaces para evitar la discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual en todos los medios; y para que luchen contra esa discriminación y fomenten una imagen diversificada y realista de las posibilidades y aptitudes de las mujeres y de los hombres en la sociedad.

La Comisión ha elevado al Consejo y al Parlamento esta propuesta de Recomendación relativa a la protección de los menores y de la dignidad humana para avivar el debate público y lograr repercusiones más amplias.

De nuevo y como Amnistía Internacional ha mostrado en otros informes, el ejemplo de la legislación y las autoridades alemanas demuestra que si existe voluntad de difundir servicios audiovisuales y de información, los videojuegos en este caso, con contenidos no violentos y no discriminatorios, es posible hacerlo. Más ahora, tras el precedente sentado con la citada sentencia del Tribunal de Justicia Europeo.

Alemania, Ley de Protección Menores y Jóvenes, 23/07/02

Alemania cuenta con una legislación que para Amnistía Internacional, como ha destacado en informes anteriores, es ejemplo de la voluntad por regular a nivel interno. Se puede resumir en los siguientes puntos:

²¹ Ver referencia nota al pie nº 7

- Para la venta de videojuegos: los establecimientos de venta deben confirmar con el carnet que el cliente tiene la edad permitida para el producto. Sin embargo, la venta on-line de productos no está regulada salvo que el producto esté indicado con “no permitido para menores”. En este caso, la persona menor de edad que lo compre a través de Internet tendría que dar una prueba de su edad.

- Función de la Comisión Federal para el control de medios con contenidos que ponen en peligro a menores. Bajo este criterio caen los contenidos amorales, con apariencia brutal, y aquellos que incentivan a la violencia, al crimen, o al racismo. Su competencia se amplía al campo de los videojuegos y máquinas de juegos de pantalla.

10. CONCLUSIONES

El patrón androcéntrico sustenta una ideología belicista y de dominación sobre el más débil, y especialmente la discriminación sobre las mujeres. La socialización dentro de estos parámetros culturales de todos los agentes implicados en la cadena de los videojuegos (productores, guionistas, desarrolladores, publicistas) concibe unos productos fieles a su imaginario masculino, y responden a lo que desde la representación social serían los deseos, fantasías y aficiones de los varones.

El estudio realizado muestra la utilización simplista de unos modelos masculinos y femeninos estereotipados. El resultado es un producto pensado para el mercado masculino que reproduce abiertamente los mensajes e imágenes misóginas y machistas de ideología abiertamente sexista.

Se da así uniformidad a los comportamientos masculinos, atrapando en este modelo a los chicos que juegan y dejando fuera a las chicas que desean jugar pero no se pueden sentir cómodas ni representadas en estos esquemas de juego.

El paradigma del éxito es lo masculino, pero los chicos están sometidos a seguir un modelo simplista de valores y comportamientos, no pueden expresar sentimientos, sensibilidad, ser duros es un valor, deben ser dominadores y todo es legítimo para obtener la victoria.

Las chicas están en el lado de la sumisión, de lo secundario, de lo decorativo, como mercancía sexual. Para ser protagonistas deben adaptarse a los criterios de competitividad y asumir los valores de los hombres, los modelos masculinizados del éxito. Se niega la posibilidad de que haya otro esquema en el que establecer las relaciones en el juego, ni con los demás, no existe un modelo que traslade valores, actitudes o comportamientos de las mujeres.

La mayoría de los videojuegos analizados están impregnados de estereotipos machistas. Se observa una visión lineal marcada por el sexismo, racismo, la importancia exagerada de la moda, donde la agresividad es el sistema óptimo de alcanzar las metas.

Los valores y la estructura mental que impregnan a muchos de los videojuegos analizados incitan al sexismo y la violencia.

Los juegos “nos educan en usos, costumbres y lecturas de la realidad que penetran nuestros esquemas de significado más allá de los contenidos explícitamente formulados desde las instituciones de educación formal y no formal” (Esnaola, 2003)

11. DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

LA DIFERENCIA SEXUAL EN EL ANÁLISIS DE LOS VIDEOJUEGOS. (2004) Enrique Javier Díez Gutiérrez (Dir). Eloína Terrón Bañuelos. Matilde García Gordón. Javier Rojo Fernández. Rufino Cano González. Rosa Castro Fonseca. Rosa Eva Valle Flórez. Olaia Fontal Merillas. Juan Diego Morala Bueno. Editado por C.I.D.E. (Mº de Educación y Ciencia) e Instituto de la Mujer (Mº de Trabajo y Asuntos Sociales)

Url: <http://www3.unileon.es/dp/ado/ENRIQUE/Public21.htm>

CON LA VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES NO SE JUEGA. VIDEOJUEGOS, DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA HACIA LAS MUJERES (2.004) Amnistía Internacional. Sección española.

Url: <http://www.es.amnesty.org>

VIDEOJOCS A L'AULA. Análisis de Videojuegos (2.004) F9 Grupo de trabajo "Aprovechamiento Didáctico de los Juegos de ordenador en la Escuela Primaria y en Eso" asesorado por Begoña Gros Salvat.

Url: <http://www.xtec.es/~abernat/castellano/propuest.htm>

VIOLENCIA SEXISTA EN LAS TIC (2.004) Angustias Bertomeu Martínez. E-leusis.net.

Url: <http://www.e-leusis.net/Ficheros/Texto/La%20Violencia%20en%20las%20NTIC.pdf>

PEGI CÓDIGO DE LA UNIÓN EUROPEA SOBRE SEXO, DROGAS Y VIOLENCIA EN LOS VIDEOJUEGOS (2.003) Comisión Europea.

Url: <http://www.pegi.info/index.html>

ESNAOLA HORACEK, G.A. (2003). Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos. Etic@net, 1, 1-10.

<http://www.mtas.es/mujer/publicaciones/docs/libro-videojuegos.pdf>

SALUD MENTAL Y EMOCIONAL DE LOS JÓVENES. 2.002. Asociación Aragonesa de jugadores de azar en rehabilitación. AZAJER.

Url: <http://www.azajer.com>

JÓVENES Y VIDEOJUEGOS: ESPACIO, SIGNIFICACIÓN Y CONFLICTOS (2.001) Instituto de la Juventud (INJUVE) y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). Elena Rodríguez (coordinadora). Madrid.

Url: <http://www.mtas.es/injuve>

VIOLENCIA Y VIDEOJUEGOS (2001) Enrique Javier Díez Gutiérrez. Universidad de León; Eloína Terrón Bañuelos. EOEP. León; Javier Rojo Fernández. IES. Benavente. Presentado en el I Congreso Internacional sobre Ética en los Contenidos de los Medios de Comunicación e Internet.

Url: [http://www.ugr.es/~sevimeco/biblioteca/etica/Violencia%20y%20videojuegos%20\(Etica\).doc](http://www.ugr.es/~sevimeco/biblioteca/etica/Violencia%20y%20videojuegos%20(Etica).doc)

LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET COMO INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO DE UNA CULTURA DE PAZ (2.001)
José Antonio Ortega Carrillo. Granada.

Url: <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/numero4/Declaracion/Declaracion.htm>

VIOLENCIA ESCOLAR: EL MALTRATO ENTRE IGUALES EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA (2.000) Informe Defensor del Pueblo. Madrid

Url: <http://www.defensordelpueblo.es>

QUERIDA LARA CROFT (2.000) Itziar Elizondo Iriarte. Comunicación Eleusis.net.

Url: http://www.e-leusis.net/noticia.asp?id_noticia=208