

El género de la violencia en los videojuegos y el papel de la escuela

Enrique Javier Díez Gutiérrez

Universidad de León

dfcedg@unileon.es

Resumen

Buena parte de los videojuegos que más se están vendiendo actualmente en todo el mundo tienden a potenciar valores contrarios a los que promovemos en la educación: la violencia como estrategia de afrontamiento de los conflictos, la competitividad y el triunfo como metas incuestionables o el menosprecio hacia las personas débiles o diferentes. Se afianza así la socialización en una cultura patriarcal, clave de género que explica gran parte de la violencia cultural y estructural de nuestras sociedades. La escuela no puede permanecer pasiva ante este modelo de socialización. Ha de facilitar herramientas y estrategias para que su alumnado sea capaz de comprender y analizar críticamente estos poderosos «juguetes». Con el fin de ayudar al profesorado y a las familias en esta labor, se ha creado una guía didáctica gratuita.

Palabras clave: videojuegos, violencia, género, nuevas tecnologías aplicadas a la educación.

Abstract: *The gender of violence in video games and the role of school*

The majority of the most widely-sold videogames, on a global basis, tend to encourage values that are contrary to those that education attempts to inculcate, for example: violence as a strategy when faced with conflict, competitiveness and victory as unquestioned goals, and disrespect towards people who are weaker or different. In this way socialization is firmly set within a patriarchal culture, a key gender feature that explains a great deal of the cultural and structural violence present in today's society. Schools cannot remain passive in the presence of this model of socialization. They must provide tools and strategies so that their pupils are able to understand and analyse with a critical eye these powerful 'toys'. With the aim of aiding educators and families in this task, a free teaching guide has been produced.

Key words: videogames, violence, gender, new technologies applied to education.

Introducción

En los últimos años, se ha comenzado a hablar mucho de la violencia de género, pero casi siempre tratando de reducirla a la esfera de lo privado, como un hecho singular de personas individuales y circunscrita a contextos específicos y determinados del «ámbito doméstico». Pero, progresivamente, la violencia de género o machista está aflorando como un problema social, colectivo, expresión de la violencia estructural, que Galtung (2003) denomina «violencia cultural», cuyas raíces están ancladas profundamente en el proceso de socialización cultural de nuestra sociedad, y que, como tal, impregna todos los subsistemas del simbólico colectivo establecido de manera subliminal.

Sin embargo, pocas veces se analizan esos mecanismos culturales que generan, mantienen y contribuyen a potenciar un proceso de inculturación y asunción de la violencia como fenómeno social «inevitable», como un elemento propio y natural de las relaciones humanas.

Uno de esos instrumentos culturales son los videojuegos. Desde la década de los ochenta, se han transformado en un fenómeno mundial de masas. Su industria mueve más dinero que Hollywood, y son pocos los niños y niñas que desconocen a *Mario*, a *Sonic* o a otros personajes de videojuegos. Hoy día, se han convertido en uno de los juguetes más vendidos.

Los videojuegos –agentes socializadores, como cualquier otro medio de comunicación y de expresión– transmiten valores e ideas. Son una poderosa herramienta de influencia y conformación de opinión y visión sobre la realidad y «el factor más importante por medio del cual los videojuegos son vehículos de socialización, es el de los valores» (Puggelli 2003, p. 118). Los valores los vamos aprendiendo en interacción con la realidad y las personas que nos rodean. Y los videojuegos «constituyen instrumentos mediante los que el niño comprende el medio cultural que le rodea. Representan, fielmente, simbolismos sociales y construcciones culturales de nuestro entorno» (Estalló, 1995, p. 117). De hecho, el juego y las actividades de entretenimiento configuran una sutil expresión de los modos de percibir la realidad que una cultura determinada posee.

Por eso, hemos querido analizar si los videojuegos se están convirtiendo en una parte de las estructuras culturales, de los sistemas simbólicos que perpetúan, profundizan o alientan esa violencia cultural en nuestra sociedad. No podemos olvidar las claves sociales, mediáticas e institucionales que han creado un mundo y una sociedad tan violenta como la que vivimos, y en la que las personas jóvenes se convierten en receptores y consumidores de esa violencia que terminan reproduciendo en sus esquemas de comprensión de la realidad, en sus comportamientos y en sus pautas de relación.

En definitiva, nos planteábamos si algunos de estos videojuegos, diseñados con la única finalidad comercial de obtener rentabilidad económica, podrían ser una de las claves explicativas de esta «violencia cultural». No se trata de «estigmatizar» a todos los videojuegos. No hablamos de aquellos juegos de destreza y cálculo mental o de agilidad visual y manual. Pero no podemos olvidar que este tipo de videojuegos cuenta con un público mucho menor que los de «acción» y que, como dice Levis:

la existencia de juegos de contenidos muy diferentes no debe servir como coartada para ocultar que alrededor de dos tercios de los programas para máquinas recreativas y para consolas domésticas y portátiles y un número creciente de los juegos para ordenador pertenecen a géneros cuyo tema principal gira alrededor de la violencia, la destrucción y la muerte (1997, p. 185).

Éste ha sido el origen de la investigación¹ realizada a lo largo de dos años por la Universidad de León (España) sobre los contenidos y valores que promueven los videojuegos que más se están comercializando actualmente entre las personas jóvenes de todo el mundo. En concreto, se han aplicado 5.000 cuestionarios a chicos y chicas españoles de entre 6 y 24 años de edad. Se han realizado 22 *estudios de caso* con 44 sujetos. Se han hecho 60 entrevistas a informantes clave. Se han llevado a cabo 13 grupos de discusión y 20 observaciones de campo en diferentes situaciones y contextos. Pero, sobre todo, se ha realizado el análisis videográfico de los 250 videojuegos que actualmente son más vendidos.

Juego de hombres

Los resultados obtenidos, tras esta extensa investigación, han sido contundentes². Hemos constatado que los videojuegos están hechos fundamentalmente por hombres y para los hombres, reforzando el comportamiento y el papel masculino. La representación femenina en los videojuegos es mucho menor (17% frente a 64%), generalmente

¹ Esta investigación ha sido dirigida por Enrique Javier Díez Gutiérrez y han participado como investigadoras e investigadores Eloina Terrón Bañuelos, Matilde García Gordón, Javier Rojo Fernández, Rufino Cano González entre otros y otras.

² Se puede consultar y descargar gratuitamente la publicación completa de la investigación en la siguiente web: <http://www3.unileon.es/dp/ado/ENRIQUE/Public21.htm>

minusvalorada, y habitualmente en actitudes dominadas y pasivas. Sus modelos corporales tienden a la exageración (90%) con idealizaciones de personajes sacados del cómic o hasta del cine erótico. Incluso su vestimenta no responde, en muchas ocasiones, a las necesidades del momento, de la historia, del trabajo o de la acción que se realiza en el videojuego, sino a mostrarse «insinuantes» o «seductoras» ante la mirada masculina (73%). En definitiva, parecen estar pensados para un imaginario masculino, y responden a lo que desde la representación social serían los deseos, las afinidades y las aficiones de los varones. Por eso, no es de extrañar que sean los chicos los que más juegan con videojuegos.

Esto supone un fuerte impacto sobre la imagen que las niñas y adolescentes se construyen de ellas mismas y contribuye especialmente a que los niños y jóvenes asuman pautas de comportamiento con respecto a la mujer elaboradas a partir de una visión estereotipada y limitada de lo femenino. Tanto los niños como las niñas reciben mensajes que influyen sobre la manera en que creen que deben actuar y el aspecto que deben tener. Este tipo de retrato envía señales muy fuertes acerca de lo que significa ser mujer y ser hombre. Muchos de los chicos jóvenes, de la misma manera que las chicas jóvenes, pueden concebir que los personajes extremadamente eróticos representan el «símbolo de la mujer ideal». Estas imágenes pueden afectar a la capacidad de autoestima de las chicas, así como a la idea que ellas tienen de su puesto en el mundo. Además, estas imágenes también influyen en lo que esperan los chicos de las chicas y en cómo se relacionan con ellas. De esta forma, las chicas aprenden la dependencia y los chicos, la dominación.

No obstante, ante las extendidas críticas de este sexismo estereotipante tan burdo, el mundo de los videojuegos ha creado un nuevo tipo de protagonista femenino que asume un papel activo en el desarrollo del videojuego. Pero este nuevo tipo de personaje, de rasgos andróginos y comportamiento agresivo, no trae, salvo con su propia presencia, nada nuevo. Reproduce los esquemas de comportamiento de los héroes masculinos adornados por la dureza, el afán de venganza, el desprecio, el orgullo, etc. Pero, eso sí, vestidas, o más bien semidesnudas, con trajes escasísimos de tela, dejando entrever un cuerpo escultural entre el armamento que portan. De esta forma, reafirman la idea de que, para lograr el éxito, las mujeres deben ser similares a los hombres en la brutalidad y la violencia, imitando ese modelo masculino.

La igualdad entre mujeres y hombres es asimilada a la masculinización de las mujeres y a la equiparación al modelo masculino tradicional más estereotipado. Lo más preocupante es que ese modelo masculino, dentro de esta visión androcéntrica del mundo, se tome como modelo, como norma incuestionable de la conducta humana. Por ello, en

el mundo virtual de los videojuegos, se ve normal que la conducta adecuada de las nuevas «heroínas» sea aproximarse cada vez más a esa conducta de los hombres.

Pero esta investigación no ha querido quedarse sólo en el análisis del sexismo explícito plasmado en el papel que desempeña la mujer en estos videojuegos, o en el lenguaje sexista que se emplea en los mismos, ni siquiera en la imagen de la mujer que se presenta en ellos, sino que nos hemos adentrado, especialmente, en el sexismo implícito que hay en el trasfondo de esos videojuegos. Hemos constatado, en este sentido, la intensa construcción de ese mundo virtual basado en los valores más primitivos del modelo de masculinidad hegemónica tradicional: lo que se ha caracterizado en esta investigación como la «cultura macho». En ella, una idea distorsionada de lo masculino es elevada a categoría universal y válida: lo significativo, lo valioso, es aquello que se ajusta más fácilmente al «esquema viril» propio de la cultura patriarcal. Es el denominado *síndrome de John Wayne*, un código de conducta explícito aunque no escrito, un conjunto de rasgos ligados a la masculinidad tradicional hegemónica que nos han enseñado a venerar desde la infancia (Gerzon, 1982).

Este modelo cultural, que se transmite a través de la estructura, el contenido, los argumentos, el desarrollo y la dinámica de estos videojuegos, exalta unos determinados «valores», si es que los podemos denominar así, ligados a una visión del mundo como una especie de «gran juego» en el que dominar se convierte en el objetivo primordial. Es en este contexto, con la mirada vuelta hacia lo instintivo, lo «salvaje», lo primitivo, donde se exaltan actitudes como la agresividad, el desprecio a los sentimientos, la impulsividad instantánea, el riesgo desmedido, la competitividad, etc., en el que esos «valores» se convierten en «virtudes». Se valora el poder, la fuerza, el honor, la venganza, el desafío, el desprecio, el orgullo, el coraje, la insensibilidad, el deseo constante de enfrentarse y buscar situaciones de peligro, etc. Por el contrario, lo femenino es asimilado a debilidad, cobardía, conformismo y sumisión.

De hecho, en el análisis de esos 250 videojuegos más vendidos, las acciones que predominan en los mismos son no sólo competir (93%), sino también atacar, combatir, agredir, destruir, eliminar, matar (73%). Y los valores, en coherencia con estas acciones, que se ensalzan son la competitividad (72%), vale el que gana (98%), la venganza por encima de justicia (30%), el empleo de la fuerza para conseguir los objetivos (81%), la violencia como estrategia (84%), la exaltación de la dureza del hombre y de la belleza en la mujer (98%), la consideración de «los/as otros/as» como mis enemigos (83%).

La consecuencia de este modelo de interacción virtual es la primacía de la victoria sobre la justicia, de la competición sobre la colaboración, de la violencia sobre el diálogo o la comprensión. El juego que provoca emoción, que involucra intensamente a sus

participantes, es el que implica que haya un ganador y todos los demás se conviertan en perdedores. Son escasos, prácticamente inexistentes, los juegos que exigen la cooperación para conseguir los objetivos o las metas que pretenden. Incluso en aquellos juegos de estrategia en los que se persigue la construcción de un imperio o un mundo los medios que se utilizan (el comercio, la producción, las relaciones, etc.) son vías para fortalecerse económicamente y poder conquistar, ampliar o tener más. Y aquéllos que favorecen una opción multijugador/a, aunque «cooperen» entre algunos/as, el objetivo final es competir con los oponentes y derrotarlos. Esto potencia una visión de la competencia como única forma de relacionarse, que la realidad está dividida entre quien gana y quienes pierden y que lo mejor es estar en el «bando de los que vencen».

En esta visión de la realidad, el otro diferente a mí, es siempre un rival, un enemigo que debe ser eliminado. Y es un enemigo «marcado». Es decir, no es cualquier enemigo, sino supuestos enemigos creados en función de unos intereses ideológicos y culturales delimitados: se ha pasado del enemigo comunista al enemigo terrorista que coincide con el árabe o el suramericano³, potenciándose un racismo implícito y solapado muy potente en la conformación de la visión ante el «otro» diferente (Levis, 1997).

Incluso en muchos videojuegos hay una clara politización de los villanos. Juegos como *Generals*, *Rainbow Six* o *Soldier of Fortune* basan su discurso en una imagen que alienta la xenofobia al identificar la inmigración con la delincuencia, o el terrorismo con el mundo árabe, o el comunismo con el mal. Aparece así una visión estereotipada de la realidad donde los colombianos son traficantes de droga, los árabes fanáticos adoradores de Alá que practican el terrorismo contra los occidentales, los militares rusos tienen veleidades totalitarias. El *Eje del Mal*, acuñado por Bush Jr., dice Pita (2003, p. 31), se transmuta en videojuego.

Es sorprendente que no hayamos encontrado ningún videojuego cuyo protagonista, masculino o femenino, pertenezca a una minoría (gitanos, gays, minusválidos, migrantes, etc.). Excepto, claro está, cuando tienen que exhibir sus cualidades físicas, que no intelectuales, en competiciones (boxeo, fútbol, baloncesto...) y en alguna guerra como «carne de cañón», como si sólo se les permitiera sobresalir y ser protagonistas en lo más «instintivo» o «primitivo» del ser humano. Y, en todo caso, es claro que la mayoría de los protagonistas de los videojuegos más vendidos son hombres, blancos, del norte, heterosexuales, etc., es decir, que reproducen un modelo radicalmente etnocéntrico y eurocéntrico.

³ En el juego *Cannon Fodder* dice textualmente: «En cuanto oigas gritar "¡aquí el enemigo!" o "¡qué fácil te mato!" con fuerte acento sudamericano, empezarán los problemas» (*Game Boy*; 2001, 64, p. 22).

En estos videojuegos, están claramente delimitados el éxito –matar o ganar– y el fracaso –morir o perder–; el bien –nosotros– y el mal –los distintos a nosotros–; lo justo –la venganza, que yo mate, que yo gane– y lo injusto –que yo pierda–. No hay «grises», ni matices, ni argumentos, ni circunstancias, ni explicaciones. Se pierden por el camino los sentimientos en favor de la fuerza bruta y matar a los «enemigos» sin miramientos. No hay diálogo, sólo destrucción; en este mundo virtual no se piensa, sólo se actúa. Esto supone una visión maniquea de la realidad. Con «malos» perversos a los que se presenta como alienígenas, mafiosos, asesinos, psicópatas y un largo etcétera. y a los cuales se debe eliminar físicamente para alcanzar una recompensa determinada. Un universo en donde la única alternativa es matar o ser matado, comer o ser comido, ganar o perder.

Esta división maniquea de la realidad⁴ supone no sólo una visión distorsionada de lo que nos rodea, sino que fomenta el partidismo fanático e inquebrantable ligado a relaciones afectivas que nos implican emocionalmente con «los nuestros» y nos hacen rechazar, temer y odiar a «los otros».

Los buenos son los protagonistas, es decir, el propio jugador o jugadora. Es quien gana, triunfa y obtiene la victoria final. Le conocemos porque jugamos siempre desde su perspectiva. Tiene un rostro agradable y cercano, identificable y que asumimos progresivamente como si fuera nuestro alter-ego. Sabemos de sus problemas, de sus dificultades, de sus emociones incluso y de sus sinsabores. Nos identificamos con su sufrimiento o con su exaltación. Entendemos su carácter desabrido o sus rasgos duros o, incluso, su agresividad. Justificamos sus acciones. Explicamos sus reacciones y nos sentimos emocionalmente próximos/as.

Los malos son los antagonistas. No solemos jugar con ellos, sino que nuestro objetivo es derrotarlos, eliminarlos, destruirlos. Generalmente no los conocemos, no simpatizamos con ellos, ni se nos permite situarnos «en su piel» o intentar comprender sus acciones. Son malos o malas previsible, cortados por el mismo patrón. Y, cuando el videojuego los identifica como antagonistas, aparecen como asesinos, responsables de la destrucción de un mundo paradisíaco o como una organización que va a acabar con el equilibrio del planeta. Su función en cualquier videojuego es siempre la misma:

⁽⁴⁾ El maniqueísmo no se limita a los personajes o el enfrentamiento entre el bien y el mal, sino a las concepciones de lo que es posible, de la normalidad. Así, por ejemplo, en el videojuego *Tropico*, si se intenta reducir al mínimo la presencia de la fuerza militar, el resultado son constantes amenazas de golpe de Estado con la consiguiente retirada de la ayuda económica por parte de las grandes potencias. Más tarde, y ante una economía tambaleante a causa de un excesivo gasto social y salarios dignos, el Banco Mundial interviene limitando directamente los gastos del gobierno. Esto supone que los propios videojuegos constriñen la realidad al «pensamiento único» que domina y se infiltra en todas las dimensiones de la vida. No es posible pensar fuera de los esquemas predeterminados por el poder.

más o menos, a la altura de la segunda o tercera secuencia del argumento, entran a saco en una habitación, van atacando al héroe de uno en uno y mueren por orden.

El ataque o la defensa se convierten en el único parámetro operacional, en el sustituto de la reflexión y del juicio personal. Incluso se suprime prácticamente el lenguaje oral, predominando la imagen visual y la respuesta mecánica, el instinto y los reflejos. Se configura así una visión de la vida y del entorno dominada por la compulsividad, por la inmediatez.

El problema es que las estructuras mentales de los seres humanos se van construyendo en función de los instrumentos que utilizan. El tiempo se comprime con los nuevos «juguetes» que manejamos. Todo es acelerado y nuestra espera se convierte en angustia.

Esta concepción de los videojuegos supone una visión unidimensional de la vida. No hay posibilidad de empatía, de comprender y acercarse al otro o la otra diferentes. Los valores ligados al cuidado, la atención del débil y la expresión de los afectos quedan fuera de cualquier consideración posible. Se debe actuar, según esos patrones, sin piedad ni compasión. La destrucción, la lucha o el combate son los elementos centrales y la finalidad esencial que motivan la acción a través de todo el videojuego. Es un mundo de hombres y para hombres.

La socialización en la violencia

Los contenidos de los videojuegos nos colocan, en general, ante los abismos del ser. Es decir, la lucha a muerte, el reto absoluto -del todo o nada- la persecución implacable, la prueba imposible... y, sobre todo, la violencia. Una violencia total que se recrea con morbosidad en la destrucción y aniquilación del contendiente y que, además, simula ser infinita. Los videojuegos parecen vulnerar para los niños y adolescentes terrenos que los adultos hasta entonces han considerado tabúes. En un videojuego -siempre simulada, pero cada vez más gráficamente- se puede no sólo matar a cientos de contrincantes, sino despedazarlos, reventarles el cráneo, quemar sus intestinos, aplastarles el estómago o despeñarlos por el abismo más insondable (Pérez Tornero, 1997, p. 14).

Si analizamos la mayoría de los videojuegos de acción y de plataforma, podemos ver cómo éstos construyen un universo dantesco. Mundos apocalípticos y terminales,

donde predomina la fuerza y las armas. Violencia y muerte te rodean de una forma constante. Una de las personas entrevistadas describe así el videojuego *Half-Life*: «Impactos de bala permanentes en las paredes, manchas de sangre de los enemigos por las paredes y el suelo, impactos ennegrecidos por los efectos de los misiles lanzados, destrucción y desolación apocalíptica, voces y chillidos de terror y pánico» (Fran). «Visceras, gente sometida a tortura, criaturas salidas de la imaginación de un escritor de novelas de terror aquejado de fiebres tercianas; esto es lo que podremos ver en este juego», dicen igualmente los comentaristas del videojuego *Planetscape: Tormet* en la revista *Game Over* (2001, p. 26). La publicidad de las revistas establece una relación proporcional entre la violencia de un juego y su calidad. «*Mortal Kombatt II*, título genial, es una exaltación de la violencia más absoluta que jamás hayamos podido imaginar (...) Un cartucho único que con el tiempo será vital para entender la esencia de los videojuegos» (*Super Juegos*, 1994, 29, p. 36). La descripción del videojuego titulado *X-Men: Mutant Academy* en la revista *Game Boy* comienza con los siguientes términos: «Un buen juego de lucha debería ser duro como una roca; tendrá que provocar tu rabia antes de un nuevo asalto. Tendrás que jugar sin parar hasta que alguien te arrancara los restos deformados y vapuleados de la *Game Boy* de tus manos temblorosas llenas de sudor» (*Game Boy*, 2001, 64, p. 10). Lo mismo podemos ver en los comentarios «edificantes» que hace una de las revistas más vendidas del videojuego *Jak2: El Renegado*. «*Jak2* no es únicamente bueno: es un auténtico fe-nó-me-no. Es el tipo de juego que te “engancha” de principio a fin. (...) aquí la carnicería es más que suficiente para satisfacer tu sed de escaramuzas. (...) Verás, esta sería una buena ocasión para soltarte la melena y liarte a tiros a diestro y siniestro» (*Play 2*, 2003, 36, pp. 23-25). La revista *Game Live PC* (2003, 33, p. 45), comentando el videojuego *Halo*, nos da una pista definitiva sobre el pensamiento de algunos comentaristas de estos videojuegos: «Como en todo juego de acción que se precie, el argumento es sólo una justificación para la lucha». Como dice el Informe de Amnistía Internacional (2001, 1), en estas revistas «se encontrará que resaltan las torturas, las matanzas y la sangre como elementos lúdicos relevantes en el ámbito publicitario o de promoción». Cuanto mayor es la violencia que en él se puede ejercer, con mayores eslóganes de calidad aparece en la propaganda para el mercado de consumo. De hecho, los estudios de mercado muestran que «cuanto más violento es el juego más se incrementan las ventas» (Bonder, 2001, p. 17), porque el verdadero problema de fondo radica en que la violencia vende.

En este universo paranoide, no es de extrañar que los comportamientos más denostables de la experiencia humana, como la tortura o la guerra, pasen a convertirse en una aventura, en una oportunidad de diversión y entretenimiento.

De hecho, Amnistía Internacional, ya en el 2000, llamaba la atención sobre este hecho a través del informe antes citado, titulado «Haz clic y tortura; videojuegos, tortura y violaciones de derechos humanos», que se enmarcaba en la campaña internacional «¡Actúa ya! Tortura nunca más». Este informe investigaba la difusión de prácticas degradantes, como la tortura, entre el público infantil y juvenil a través de los videojuegos y analizaba algunos ejemplos de videojuegos que aplauden con impunidad la tortura, la matanza o las ejecuciones.

Según se demuestra en sus páginas, los niños y niñas menores de edad pueden practicar la «tortura virtual» cuando acceden a videojuegos que fomentan estas prácticas en las salas de alquiler de videojuegos o en la soledad de su cuarto adquiriendo el videojuego o utilizando Internet (Amnistía Internacional, 2001). Prácticas como torturar lentamente a sus «enemigos», liderar una banda de una prisión o degollar a un centinela. Pone diversos ejemplos, entre los que destaca el referido al *Guardian de la Mazmorra 2*, producido por *Bullfrog* y distribuido por *Electronics Arts*, reproduciendo frases del folleto oficial de publicidad de este videojuego que fomentan la tortura claramente⁵. Concluye que las prácticas que estos videojuegos potencian son «atentatorias contra los derechos humanos».

Podemos aplicar lo mismo al mundo de la guerra⁶. En estos videojuegos, se idealiza la guerra y se presenta como un espacio de juego y diversión que no conlleva dolor. La guerra y la violencia no sólo se aceptan como parte integrante de la experiencia humana, sino que se las convierte en hechos heroicos y excitantes. De esta forma, la violencia y el asesinato de otros seres humanos se vacían de carga moral negativa. Se considera que la guerra es una forma aceptable de resolver los conflictos o de acceder al poder.

De hecho, no hay ni una sola guerra moderna que no tenga su versión en algún videojuego. Y cada vez se retrocede más en el tiempo para ir completándolas: Napoleón, Julio César y sus conquistas, etc. Cualquier máquina de destrucción ha recibido su versión simulada: hay simuladores de barcos de guerra, de aviones de guerra, de carros de combate, etc. El paso del tiempo y la fascinación que sobre muchos ejercen las tecnologías de dominación y destrucción han hecho el resto. A partir de la demanda de más detalle, más ambientación, y más realidad, las simulaciones modernas

⁵ «En la Cámara de Tortura puedes prolongar la agonía de tus prisioneros, y mantenerlos vivos aumentando, a su vez, tu diversión y la de la Dama. Si tus secuaces parecen no tener ningún entusiasmo por sus tareas, resulta razonable hacerles ver quien es el jefe mediante unas oportunas bofetadas. Alguien dirá que las bofetadas pueden desquiciarles y que el daño causado les produce angustias. Bueno, es verdad, es de lo que se trata...»

⁶ El segundo videojuego de la historia *Space War* -de hecho, sería el pionero si consideramos su carácter de entretenimiento- ya contenía el elemento bélico como el objeto central del juego.

de combate pretenden ser más reales que lo real. Ya no basta con modelar hasta el último tornillo las máquinas de guerra; también hay que crear un conflicto, una justificación, un entorno propicio para una intervención armada políticamente correcta (Gómez Cañete, 2001). Estas simulaciones, con sus detalles exhaustivos y su extensa documentación, son auténticos compendios del saber militar, que nuestros niños y niñas aprenden con un manejo técnico que nos deja asombrados.

Hoy día, la fórmula para crear un videojuego de acción bélica pasa por utilizar conflictos reales. La entrega de *Delta Force* subtitulada *Black Hawk Down* está basada en la guerra civil de Mogadiscio. Lo mismo sucede con *Conflict Desert Storm* de SCI Games, que está inspirado en la guerra del Golfo de 1991, o el reciente *Conflicto Global: Palestina* centrado en la situación actual entre Israel y Palestina. Sin embargo, esto no son más que juegos. Pero han ido apareciendo cada vez más títulos que van más allá y pretenden convertirse en sistemas de entrenamiento virtual para soldados. El más popular es *America's Army*, creado por la *U.S. Army* y que puede ser descargado gratuitamente desde la página oficial⁷. Es un simulador de adiestramiento militar tridimensional pensado para introducir en la disciplina castrense e inculcar unos conocimientos bélicos con la única intención de conseguir que quien juegue con él se aliste en el ejército de los Estados Unidos. La prensa especializada ha admitido que el juego es «propaganda de principio a fin», pero se ha centrado en las bondades que ofrece al género de la simulación militar el hecho de que los propios militares hayan pasado de ser asesores a productores del contenido.

Como dice Gómez Cañete (2002), si éstos fuesen los primeros juegos de este tipo que aparecen en el mercado de videojuegos, sería más fácil llevarse las manos a la cabeza y denunciar esta descarada propaganda del ejército. Desgraciadamente, la labor de glorificar la violencia y sublimar el papel de los ejércitos en nuestra civilización no empieza (ni acaba) en esta iniciativa. La idoneidad de los temas bélicos y la violencia en general para el medio audiovisual hace que la propaganda del aparato militar a través de éstos no sea nada nuevo. Si se quiere conocer el funcionamiento de un ejército moderno, es mucho más sencillo hacerlo con un videojuego que ir a pedir un tríptico a la oficina de alistamiento más cercana. Miembros y veteranos de las fuerzas armadas son contratados como expertos por los desarrolladores para ase-

⁷ Los valores enumerados en este videojuego son: la lealtad (a la constitución, al ejército, a la unidad y hacia los otros soldados); el deber (hacia las obligaciones); el servicio altruista (poniendo el bienestar de la nación, el ejército y los subordinados por encima del propio); el honor (ser digno de los valores del ejército); el coraje personal (la capacidad de enfrentarse al miedo, el peligro o la adversidad, tanto moral como físicamente); el respeto (tratar a los demás como «deben» ser tratados) y la integridad (lo que está bien, legal y moralmente).

sorarles en las simulaciones militares. Los videojuegos son también adaptados para su uso en el entrenamiento (*Marine Doom, Operation Flashpoint*), completándose así el círculo de colaboración entre las dos industrias.

Desde la antropología, se ha observado que en la mayoría de las culturas la difundida práctica de la guerra explicaría el complejo de supremacía masculina y la actitud de dominio. Toda esta parafernalia parece dirigida a cubrir una carencia o una necesidad egocéntrica de dominar y vencer, ya se trate de guerras, mujeres o estatus social. La práctica constante de la guerra explicaría el entrenamiento de los varones en la combatividad y la correlación entre ésta y la formación de su identidad: «la virilidad». El imaginario colectivo la configura a través de la figura del héroe, cuya máxima exaltación se halla en la guerra, que se convierte así en el clímax del rito identitario masculino, es decir, en «la máxima expresión de la hombría» (Muñoz Luque, 2003).

La insensibilización ante la violencia

Escudados en el latiguillo de que deben dar al mercado o a la gente lo que pide –ya lo decían los césares de Roma–, los editores y los distribuidores de videojuegos se desligan de cualquier responsabilidad moral o ética acerca del contenido de los videojuegos. Además, se preguntan por qué van a tener ellos más responsabilidad que los directores y productores de películas de cine o de «programas basura» de televisión.

Pero no olvidemos que los juegos de ordenador violentos pueden ser aún más peligrosos que las películas de igual signo y que las imágenes de violencia contenidas en televisión. Aunque la televisión tiene un papel importantísimo en la educación, la diferencia entre las películas o las imágenes de violencia que nos puede ofrecer la televisión y los videojuegos es fundamental. En el primer caso, quien ve las imágenes puede sentirse o no impactado, pero de cualquier manera es un observador o una observadora y adopta una actitud pasiva. En el caso de los videojuegos, la persona asume un papel de protagonista activo que es premiado por sus acciones. Se exige a quien los utiliza identificarse con el personaje, actuar por él o ella, involucrándose en las decisiones que se toman. Si, además, tenemos en cuenta que las consolas de juego son cada vez más potentes y están incorporando nuevas tecnologías que permiten una calidad de imágenes cada vez mayor añadiendo realismo a la acción, podremos darnos cuenta de hasta qué punto pueden ser peligrosos en el proceso de identificación de la fantasía con la realidad.

Lo cierto es que hay controversia entre las investigadoras e investigadores de este campo⁸. Algunas personas que han trabajado sobre este fenómeno alegan que esta concepción no tiene por qué influir inexorablemente en la visión, el comportamiento y las creencias de las personas que juegan a videojuegos. «Cuando de niños jugábamos a “policías y ladrones”, a vaqueros, a guerra... ¿estábamos potenciando nuestra agresividad? ¿Éramos más agresivos después de jugar que antes de hacerlo? O más bien nos íbamos tan contentos y relajados después de haber jugueteado y compartido un tiempo y una afición con nuestros amigos», afirma Begoña Gros (1998, pp. 56-57).

En este sentido, algunas autoras y expertos afirman que la violencia fantástica contenida en los videojuegos puede ser un espacio de catarsis, una válvula de escape para descargar tensiones y agresividad contenida en la vida real. De este modo, esa misma autora afirma que:

la violencia fantástica que contiene este tipo de entretenimiento no tiene nada que ver con la realidad que muestra la televisión. El juego presenta la violencia como una válvula de escape; mientras juega, el niño o adolescente descarga su agresividad en una dinámica interactiva con los personajes del juego; en tanto que otros medios ejercen una presión psíquica, el espectador no puede incidir ni variar los acontecimientos, hay aceptación, pasividad o impotencia, en definitiva no posee el control de lo que sucede en la pantalla (Gros, 1998, p. 52).

Es el argumento más reiterado. La violencia de los videojuegos como espacio de catarsis, que permite «sacar afuera» todas las tensiones de la vida cotidiana, lo que contribuiría a reducir la agresividad en la vida real de los jóvenes (Males, 1999). Permite experimentar la transgresión de las normas de forma virtual y sin consecuencias, ayudando a las personas jóvenes a usar sus fantasías agresivas de forma inteligente, porque les permitiría profundizar en sus emociones, controlar su ansiedad y mantenerse serenos en momentos de extremo peligro (Jones, 2002). Pero el problema no es el control que tengas sobre la violencia, ni que ésta sea una válvula de escape o no, sino el aprendizaje continuo de la violencia como forma de resolver los conflictos, lo que acaba por convertirse en un elemento cotidiano más de la realidad.

Según el estudio de la organización estadounidense *Children Now* (2003), se muestra una violencia sin consecuencias para el que la perpetra o para la víctima,

⁸ Sobre todo, entre investigaciones financiadas por las poderosas multinacionales del videojuego y aquellas independientes o promovidas por organismos educativos o de defensa de los derechos de las personas consumidoras.

enviando el mensaje de que la violencia es un modo aceptable de alcanzar objetivos, divertido y sin daño, y de que los jugadores o las jugadoras pueden ser héroes si hacen uso de ella.

Como dice Díaz Prieto (2003, p. 7), las dificultades para probar la relación causa-efecto entre la violencia virtual y la agresividad real con que topan las actuales investigaciones recuerdan mucho a las que tuvo el mundo de la ciencia para vincular directamente el tabaco con el cáncer. Este autor señala que:

seis prestigiosas asociaciones de psicólogos y pediatras de Estados Unidos, el país en que más profundamente se ha estudiado este tema, han afirmado recientemente que existe un lazo incontestable de causalidad entre la violencia mediática y el comportamiento agresivo de ciertos niños. Aquí, la Asociación Española de Pediatría ya había alertado sobre las consecuencias del alto índice de contenidos violentos de las pantallas. Lo que interviene como un factor determinante en las conductas masculinas violentas, apuntaba su informe.

Parece pues que, de alguna forma, sí están afectando a los comportamientos y a la conducta de nuestros adolescentes, a su forma de relacionarse y de estar en el mundo. Este tipo de videojuegos, al menos, no parece favorecer excesivamente la comprensión de la realidad desde una perspectiva compleja, cuidando el lado emocional y sensible de la interacción, facilitando la resolución dialogada de los conflictos y estableciendo formas pro-sociales y asertivas de construcción social. Pero lo peor de este modelo virtual de violencia es que trivializa la violencia real y que los niños y niñas acaban volviéndose inmunes a su horror.

Tras el estudio realizado por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU en el 2002, se afirma que los videojuegos no convierten a los niños y las niñas en adultos agresivos, pero «integran la violencia como algo normal y se insensibilizan ante ella, lo que puede favorecer comportamientos violentos» y plantea que «lo preocupante es que la violencia se ha convertido en uno de los elementos importantes de cualquier videojuego que quiere triunfar y ser número uno en ventas». Recientemente, los investigadores Carnagey, Anderson y Bushman (2006) confirmaban, a través de reacciones fisiológicas, los resultados de anteriores investigaciones sobre la correlación entre la exposición a los videojuegos violentos y una desensibilización ante la violencia real. Además, añaden que estudios anteriores encontraron que más del 85% de videojuegos contiene alguna clase de violencia, y cerca de la mitad incluye acciones de total agresividad.

El mayor peligro, por tanto, no es sólo la posible generación o no de comportamientos violentos, sino la insensibilización ante la violencia. Según Francisco Javier Fernández, responsable de Amnistía Internacional en Asturias,

si se acostumbran a jugar desde muy pequeños con este tipo de videojuegos, para ellos se convierte en una cosa normal el utilizar una serie de instrumentos con los cuales amenazan a gente, o la torturan, o la someten a malos tratos. Aunque sea una cosa virtual, para ellos se convierte en algo normal. Como consecuencia no les extraña si sucede en la vida real. No lo ven como moralmente malo. Les parece que son prácticas normales, que las realiza la gente a diario y que no son condenables. Desde el punto de vista educativo eso les insensibiliza a muchas cosas, de manera que luego es muy difícil trabajar con ellos en cuestiones de valores, para que sepan discernir entre lo que es positivo o lo que es negativo. Sobre todo se tiene más tolerancia con respecto a casos reales. Si se cometen torturas en un país determinado o las fuerzas de seguridad de un lugar maltratan a los inmigrantes, les parece normal. Como en el juego están acostumbrados a verlo a diario, no se dan cuenta de que está mal hecho (Fernández, 2003).

Todo eso pasa su factura a la hora de hablar de Derechos Humanos y de hacerles comprender la importancia de respetarlos.

Por eso, en esta investigación, no nos hemos centrado en tratar de establecer una relación causal entre el uso de los videojuegos y las conductas violentas, sino en los valores y la estructura mental que impregna a muchos de los videojuegos con más impacto en la población infantil y juvenil. Los juegos y juguetes (en este caso los videojuegos)

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, p. 2).

De ahí, las preguntas que han orientado nuestra investigación en todo momento: ¿en qué tipo de valores estamos socializando a nuestros hijos e hijas, a nuestro alumnado?, ¿para qué mundo estamos educando?, ¿qué tipo de entorno estamos creando?, ¿cuál va ser la herencia de las futuras generaciones?

Creando espacios de reflexión

Lo más preocupante es que las personas jóvenes encuestadas y entrevistadas creen que la violencia de los videojuegos no les afecta en su comportamiento. No son conscientes de cómo influye en su concepción de la realidad, en sus creencias y valores, en sus relaciones con las personas que los rodean. Y no hay influencia más marcada que aquella que no es consciente, pues no permite una racionalización de la misma, induce a creer que no es necesario generar mecanismos conscientes de defensa frente a ella. De esta forma, la mayoría de nuestros adolescentes y jóvenes se encuentran inermes ante los valores que transmiten y las actitudes que conlleva la utilización constante de estos videojuegos.

Además, en la investigación se constató que la mayoría de las personas adultas desconocen los contenidos y los valores de este mundo en el que están inmersos los niños y niñas: sólo el 40% de los chicos y chicas encuestados tenían un seguimiento del uso de sus videojuegos por parte de una persona adulta y sólo a uno de cada cuatro de ellos y ellas se les controlaban los contenidos de los videojuegos con los que jugaban. Es decir, casi el 75% de las personas adolescentes y jóvenes que usan videojuegos manifiesta que sus familias no saben cuáles son los contenidos de los mismos ni los valores que transmiten.

Por su parte, las multinacionales creadoras y distribuidoras de videojuegos se desentienden de su responsabilidad sobre los contenidos de los videojuegos, desplazándola hacia el consumidor o consumidora que, según ellas, ha de ser quien «elija en el libre mercado».

Parece que estas grandes empresas no tienen ningún pudor ni complejo en poner sus intereses comerciales o de lucro por encima de los derechos humanos, de la paz o de la justicia. Para estas multinacionales, es el mercado el gran regulador del consumo en función de la oferta y la demanda. Por lo tanto, es la persona individual quien ha de decidir qué es bueno y qué es malo. Se está pasando así de una regulación pública y social, convenida por toda la sociedad de forma democrática y participativa, a la «libertad de mercado»; «libertad» individual construida y manejada por la presión publicitaria. Se hurtan a la discusión pública y política los contenidos y valores en los que educamos a las nuevas generaciones. Se trata de remitir a la decisión individual, a la libertad de elección del consumidor o de la consumidora. Como si de ellas y ellos dependiera el programa de televisión o los tipos de videojuegos que se ofertan en el mercado. Mientras que lo que se oculta al debate social es qué contenidos y valores son los que tienen que promover esos videojuegos.

Esto significa que la socialización de nuestras futuras generaciones está siendo dirigida esencialmente por el mercado. Y se tiende a responsabilizar a las familias de las sal-

vajes condiciones que impone el dios contemporáneo: el mercado global. Es el sujeto individual quien tiene que combatir contra él. Porque el mercado se autorregula. Es la divinidad de la libertad de mercado la que se nos impone y nos culpabiliza. Es la perversión que convierte a las víctimas en culpables, y las hace sentirse como tales.

La solución no puede encomendarse, por lo tanto, únicamente a la persona individual que compra o utiliza un videojuego. Es responsabilidad de toda la sociedad en su conjunto: multinacionales que los diseñan y fabrican, autoridades administrativas y gobiernos que los autorizan, medios de comunicación que ganan ingentes cantidades de dinero con su publicidad, organizaciones educativas y sociales que enseñan a comprender la realidad, investigadores y empresas editoriales y multimedia que no invierten en crear otros juegos alternativos más creativos, familias o chicos y chicas que invierten dinero en su compra, etc.

La tecnología tiene que estar al servicio de la comunidad, al servicio de la sociedad y no al servicio únicamente del beneficio económico de unos pocos. La responsabilidad social está antes del mercado, antes de que esos productos lleguen al mercado. ¿Y si hacemos otros productos conforme a los derechos humanos y a los principios y valores que defendemos, al menos teóricamente? ¿Y si ponemos el mercado al servicio de los seres humanos?

Por eso, las propuestas que planteamos en esta investigación iban en tres direcciones: a) Se necesita exigir a las multinacionales que diseñan y crean videojuegos un nuevo enfoque en la creación de videojuegos auténticamente «valiosos» (con valores sociales positivos), que tengan en cuenta todas las necesidades emocionales y de experiencias que tiene el ser humano, aportando a la suma aquellas características que injustamente se han denominado típicamente femeninas. b) Establecer un marco legal y normativo que regule el mercado de los videojuegos, principalmente en lo referido a la adecuación de los contenidos y valores de los productos⁹. c) Promover un clima de apoyo a los agentes educativos fundamentales (familias y escuelas) para que eduquen en el análisis crítico de los contenidos y valores que transmiten estos videojuegos.

Por eso, fruto de esta investigación se ha generado una guía didáctica y un material multimedia, un CD-ROM interactivo para trabajar con el alumnado y con nuestros hijos e hijas

⁹ No sirve el denominado *Código PEGI* (que implica la clasificación por edades de los videojuegos y por símbolos, en la caja o carátula del videojuego, que especificarán si el videojuego tiene escenas de sexo, terror, desnudos, insultos, violencia, drogas o discriminación social o racial). En primer lugar, porque es voluntario y no todas las empresas están suscritas a él. En segundo lugar, porque estos códigos están creados y regulados por la propia industria. Tercero, por la ausencia de sanciones, más allá de la exclusión de la propia asociación. Y, finalmente, porque los distintivos por edades no dejan de ser una recomendación que los usuarios o las usuarias atenderán o no, pues quienes se encargan de vender y alquilar los productos no realizan una labor de control al respecto.

el análisis de los videojuegos y sus consecuencias. En él, se sintetizan las conclusiones de esta investigación y se proponen una serie de actividades de trabajo interactivas con los chicos y las chicas. La finalidad de la misma es ofrecer una serie de actividades concretas, que pueden ser incorporadas al currículum de aula en las diferentes áreas, tanto en primaria como en secundaria, para introducir el análisis de los videojuegos en el ámbito escolar o utilizarlas en otros espacios educativos más informales o próximos al entorno familiar. La metodología de trabajo que se propone en esta guía de actividades se basa en la experimentación, la reflexión y la actuación, puesto que el mero conocimiento intelectual de los contenidos de los videojuegos, de los valores que promueven, no lleva a un cambio de actitudes. Es necesario analizar y experimentar cuáles son los mecanismos y las estrategias que generan un tipo de pensamiento, una serie de creencias, para poder cambiarlas.

Esto supone un proceso que implica tres pasos: primero, conocer; segundo, reflexionar, y tercero, actuar. Por eso, se han dividido las actividades en bloques que ayudan a «sumergirse» progresivamente en este proceso cada vez más profundo y comprometido. Se parten de aquellas actividades que ayudan a «aprender a mirar» los videojuegos hasta llegar a proponer una actuación transformadora que provoque un cambio de actitudes y de valores. De cara a su inclusión en el currículum escolar, para cada una de las actividades se especifican las áreas en las que se pueden desarrollar, así como los niveles para las que son más adecuadas. Y en los bloques de actividades se concretan los objetivos de aprendizaje que se pretenden en función del currículo establecido, así como los contenidos que se desarrollan y los criterios de evaluación que se pueden aplicar.

Tanto la publicación íntegra de la investigación, como la guía didáctica, se pueden descargar gratuitamente en la siguiente página web: <http://www3.unileon.es/dp/ado/ENRIQUE/Public21.htm>

Referencias bibliográficas

- AMNISTÍA INTERNACIONAL (2001): *Haz clic y tortura. Videojuegos, tortura y violación de derechos humanos*. Madrid, Amnistía Internacional - Sección española.
- BONDER, G. (2001): *Las nuevas tecnologías de la información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Reunión de Expertos sobre Globalización, Cambio Tecnológico y Equidad de Género. Sao Paulo, Brasil, 5 y 6 de noviembre de 2001. (Consultado el 23 de noviembre de 2003). En http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/doc/noticias/nue_tec.htm

- BRUNNER, C.; BENNETT, D.; HONEY, M. (1998): «Girl Games and Technological Desire», en J. CASSELL; H. JENKINS: *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (72-88). Cambridge, MIT Press.
- CARNAGEY, N.; ANDERSON, C.; BUSHMAN, B. (2006): «The Effects of Video Game Violence on Physiological Desensitization to Real-Life Violence», en *Journal of Experimental Social Psychology*, (42), 4, pp. 532-539.
- CASSELL, J.; JENKINS, H. (1998): «Chess for Girls? Feminism and Computer Games», en J. CASSELL; H. JENKINS: *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (2-45). Cambridge, MIT Press.
- CHILDREN NOW (2003): *Fair Play? Violence, Gender and Race in Videogames*, en <http://www.childrennow.org> (consultado el 15 de noviembre de 2004).
- DÍAZ PRIETO, M. (2003): «Las dificultades de probar la relación causa-efecto», en *La Vanguardia*, 08-junio-2003.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, E. J.; TERRÓN BAÑUELOS, E.; ROJO FERNÁNDEZ, J. (2001): «Videojuegos: cuando la violencia vende», en *Cuadernos de Pedagogía*, 305, pp. 79-83.
- (2002): «La violencia en las organizaciones escolares y los videojuegos», en J. GAIRÍN; P. DARDER (eds.) (2002): *Estrategias e instrumentos para la Gestión Educativa* (82/54-82/62). Barcelona, Práxis.
- ESNAOLA HORACEK, G.A. (2003): «Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos», en *Etic@net*, 1, pp. 1-10.
- ESTALÓ, J.A. (1995): *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona, Planeta.
- FAD (FUNDACIÓN DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN) (2002): *Jóvenes y Videojuegos: Espacio, significación y conflictos*. Madrid, FAD, Injuve.
- FERNÁNDEZ, C. (2003): «Videojuegos peligrosos», en *Fusión*, marzo 2003 (suplemento de Asturias).
- GALTUNG, J. (2003): *Violencia cultural*. Gernika-Lumo, Gernika Gogoratuz.
- GERZON, M. (1982): *A Choice of Heroes: The Changing Face of American Manhood*. Boston, Houghton Mifflin Co.
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2001): «Ideología y videojuegos», en *Revista en.red.ando*. En <http://enredando.com> (consultado 30-julio-2001).
- (2002): «Joysticks y fusiles», en *Revista en.red.ando*. En <http://enredando.com> (consultado 11-junio-2002).
- (2003): «La guerra de los que juegan», en *Revista en.red.ando*. En <http://enredando.com> (consultado el 21-abril-2003).
- GROS, B. (coord.) (1998): *Jugando con videojuegos: Educación y entretenimiento*. Bilbao, Desclée de Brouwer.

- (2002): «Videojuegos y alfabetización digital», en *en.red.antes*, 318, 7 de mayo. En <http://enredando.com> (consultado el 12-junio-2002).
- JONES, G. (2002): *Killing Monsters*. London, Sega.
- LEVIS, D. (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona, Paidós.
- MALES, M. (1999): *Framing Youth*. New York, Basic books.
- MARQUÈS (2000): «Videojuegos: Efectos psicológicos», en *Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil*, 2, pp. 106-116.
- MIEDZIAN, M. (1991): *Chicos son, hombres serán*. Madrid, horas y HORAS.
- MUÑOZ LUQUE, B. (2003): «Mujer y poder: una relación transgresora», en *Organización y Gestión Educativa*, 3, pp. 8-14.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1997): «Presentación», en D. LEVIS (1997): *Los videojuegos, un fenómeno de masas* (13-15). Barcelona, Paidós.
- PITA, X. (2004): «Mujeres virtuales. Las heroínas de videojuegos evolucionan», en *Game-Live PC*, 36, pp. 28-31.
- (2003): «Las flores del mal. Los antagonistas virtuales también hacen historia», en *Game-Live PC*, 29, pp. 27-31.
- PUGGELLI F. C. (2003): «I videogiochi e il processo di socializzazione», en R. MARAGGLIANO; M. MELAI; A. QUADRIO: *Joystick. Pedagogia y videogame* (115-125). Milan, Disney Libri.