

(Solicitado: 10-09-05 / Aceptado: 23-04-06)

- M<sup>a</sup> Ángeles Llorca Díez  
Granada

# Los videojuegos, marcadores de tendencias en el ocio tecnológico

Video games, markers of tendencies in the technological leisure

La infancia necesita enfrentarse con autonomía a las imágenes que le transmiten las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. El análisis de los mecanismos sociales puestos en marcha para proteger a los menores de los posibles perjuicios que suponen los contenidos de algunos videojuegos, como parte fundamental del tiempo de ocio de los menores, evidencia la necesidad de una educación visual que les brinde la opción de acceder sin peligro a un universo mediático lleno de opciones para el aprendizaje.

Children need autonomy to face the images transmitted by the new information and communication technologies. The analysis of the social mechanisms carried out to protect children of the possible damages of some video games contents, which are part of their leisure time, demonstrates the necessity of a visual education which would guarantee their access to a full mediatic universe of learning options.

## DESCRIPTORES/KEY WORDS

Alfabetización visual, cultura visual, medidas de protección, ocio, videojuegos.

Visual literacy, visual culture, protection restraints, technological leisure, video games.

## 1. La pantalla como espejo tecnológico

La sociedad de la información y las nuevas tecnologías han incorporado una nueva manera de diversión. Los jóvenes se han adaptado rápida y ágilmente a los parámetros que les ofrecen una realidad hecha a su medida repleta de aventuras, misterio y personalidades que ellos mismos pueden diseñar. La estética y belleza de un universo futuro, con las propiedades que desean, se les presentan como parte de las promesas de muchos de los videojuegos que se encuentran en el mercado. Los juegos

❖ Ángeles Llorca Díez es periodista por la Universidad Pontificia de Salamanca y redactora jefe del Portal «Aula Infantil» (tanamanca@mixmail.com).

les permiten distanciarse, observando y cuestionando las presiones materiales de la rutina y de las convenciones. De hecho, como forma de arte popular, son una manera inmediata de participar plenamente en la vida de una sociedad que ningún trabajo o función puede proporcionar, conformando un verdadero medio de comunicación. De esta manera, cuando la sociedad cambia se transforma su legado cultural y con él la forma de sus juegos.

Las imágenes que componen el espacio de ocio de los menores pasan por ser objetivo de entretenimiento y evasión de la realidad. Conforman parte de esa imagen, que define Mirzoeff (2003) desde el concepto de píxel, como el elemento común, la base desde la que se estructura la imagen electrónica de las pantallas; puntos de luz y de memoria, siempre acompañados de inevitables vacíos. «Como los juegos, el arte es un traductor de experiencias. De repente recibimos en una nueva clase de material, lo que ya hemos visto o sentido en una situación dada» (McLuhan, 1996: 251).

Tratamos, por lo tanto, de plasmar mediante imágenes esta sociedad, entendiendo la observación como parte fundamental del proceso de enseñanza-aprendizaje, acentuando la importancia de la mirada en la comprensión de la realidad. Como medios de comunicación pasan a imitarse unos a otros provocando un efecto que, como afirma Ramonet (2002: 21), consigue que los media se autoestimen, «se autoexcitan unos a otros, multiplican la emulación y se dejan arrastrar en una especie de espiral vertiginosa, enervante, desde la sobreinformación hasta la náusea».

Afortunadamente esta provocación también se pone de manifiesto en actitudes positivas, como la ferviente preocupación por la selección y protección que cada uno de ellos otorga a la mirada infantil, reconociendo que las representaciones visuales podrían afectar a su desarrollo mental y emocional. Una enseñanza no formal que se instituye con fuerza a la hora de conformar la realidad, un aprendizaje social que puede influir en la conducta. Desde este punto de vista, se reconoce que el individuo no se limita a reaccionar ante el entorno, sino que tiene un papel importante: la observación, la capacidad humana de emplear símbolos, procesos cognitivos superiores y la posibilidad de autorregularse. Será esa observación, y su influencia sobre la conducta del menor, la que en los últimos años desencadene una serie de medidas de control que le protejan de ciertos aspectos de este universo visual.

Nuevos modos de ver se acomodan en las nuevas tecnologías. La imagen, en su sentido más amplio, no sólo su forma icónica sino como formadora del imaginario. Este nuevo contexto de pantallas hace que ten-

gamos que pensar en los menores, como consumidores o aprendices, y como constructores e intérpretes de significados. En definitiva, la necesidad de la alfabetización digital pasa por la comprensión de una realidad eminentemente visual.

La sociedad se mira a sí misma con un espejo tecnológico, representa y entiende la realidad en la que se desarrolla a través de él, devolviendo al espectador su propia imagen, conformando la experiencia visual de la sociedad actual. Internet, la televisión y los videojuegos retroalimentan la mirada de los jóvenes que tienen en ellos una fuente de ocio, información y, por supuesto, de enseñanza. Es importante conocer el uso que los jóvenes hacen de los videojuegos y cómo conforman una parte inevitable de la cultura visual presente, influyendo en la construcción de su realidad. Unos contenidos que se han desarrollado en un mundo postmoderno dotado de una nueva tendencia iconoclasta, donde la imagen es el elemento principal.

Bruno Bettelheim (1991) habla de una convicción filosófica del vivir mediante ficciones, para encontrar significado a la vida y hacerla tolerable y menciona al «Fausto» de Goethe cuando convence al anciano de que la ficción ha hecho grandes cosas por la Humanidad. Es un hecho, que las imágenes conforman parte de la vida y del desarrollo cognitivo de cualquier ser humano. Las herramientas educativas de que disponemos nos permitirán llegar a significados y reacciones diferentes ante un mismo estímulo, es el proceso de acomodación de los significados «como partes de un mundo que tratamos de entender, sólo podemos aproximarnos a él desde las infraestructuras cognitivas, y biográficas, existentes que dan forma a nuestra conciencia. Por esta razón sólo vemos lo que nuestra mente nos permite conocer» (Hernández, 2003: 109). La relación con la información es continua, se recibe de manera activa desde el momento que exige una interpretación y asimilación por parte del receptor, y está en función de sus herramientas culturales y educativas.

La alfabetización visual es necesaria en este momento si atendemos a lo que Paul Messaris (1994) define en cuatro ideas ampliamente extendidas: parte de que es un prerrequisito para la comprensión de los medios visuales, pero que lo habitual es adquirirla mediante experiencia; acepta también que la mejora de la alfabetización promueve las capacidades cognitivas generales del niño y le ayuda a resolver otras tareas intelectuales; reconoce que la magia que encierran los efectos visuales puede desaparecer al conocer cómo se elaboran; y la considera esencial si el objetivo es permitir una evaluación de la apreciación estética y habilidad artística que puede conseguirse.

Aunque la experiencia visual de los medios de comunicación se adquiere de manera no estructurada en relación con el entorno social en el que se desarrolla el individuo, hoy por hoy puede hablarse de una generalización en los países tecnificados de la recepción por parte de los menores de imágenes, para las que no se les prepara. El ocio infantil ha hecho una gran labor generacional, imprimiendo velocidad y complejidad a la mirada de los menores. Quizás nos hemos habituado a la presencia de los medios de comunicación, de tal manera que presuponemos que es innecesaria una alfabetización previa, pero la retórica visual y el uso cada vez más refinado de la poética que utilizan, exige un aprendizaje que haga consciente el uso que se hace de las mismas en cada una de las pantallas que nos rodean.

## 2. Videojuegos, la revolución del ocio del siglo XXI

La sociedad del conocimiento ha convertido Internet en un elemento fundamental de la cultura visual que conforma el imaginario del siglo XXI. Información a raudales se distribuye sin control por la Red, conformando su magia y dotándola de una fuente peligrosa para menores sin orientación. Por su parte, la televisión tiene ya una implantación consolidada, formando gran parte de su tiempo de ocio y olvidando en la mayoría de las ocasiones su compromiso como formadora de actitudes. El cine parece ir encontrando en estos últimos años un importante relanzamiento al llevar la fantasía literaria a su estado máximo, un importante aliado que le ha dado las claves argumentales para llegar hasta los más pequeños. Pero son los videojuegos los que permiten a los niños convertirse en los protagonistas de las historias que imaginan o en la posibilidad de transformarse en un nuevo héroe. Un espacio que requerirá un análisis distinto, ya que en él los menores no son tan sólo consumidores, sino que se convierten en los principales agentes activos de las aventuras y narraciones que el mercado les propone. Una realidad paralela en la que deberán separar con mayor esfuerzo la ficción de la recreación verídica.

Para conocer la situación actual en la que se desarrollan los videojuegos en relación con el sector de la población infantil y juvenil en la literatura científica se encuentran investigaciones como la de Estallo (1995),

en la que sobre una muestra de 278 sujetos de 12 a 33 años seleccionados al azar entre escolares y adultos en España, se resalta que un 58% eran jugadores anecdóticos (menos de una vez al mes), pero un 19 % eran habituales (más de una vez por semana o al día). La frecuencia de juego con relación al sexo indica que los varones dedican más tiempo y que su frecuencia de juego es mayor que en las mujeres. Otro dato importante es el hecho de que el tiempo que dedican los menores a los videojuegos y a la televisión es mayor que el que dedican a la escuela, el trayecto al colegio y la realización de las tareas escolares, tal y como se viene confirmando a lo largo de casi todos los estudios que se realizan sobre los hábitos diarios de niños y adolescentes. De hecho, los videojuegos superan actualmente a otros tipos de entretenimiento que hasta ahora lideraban tradicionalmente el mercado del ocio, como el cine, las películas de vídeo o la música grabada. Unos datos que indican una clara preferencia de la

**Quizás nos hemos habituado a la presencia de los medios de comunicación, de tal manera que presuponemos que es innecesaria una alfabetización previa, pero la retórica visual y el uso cada vez más refinado de la poética que utilizan, exige un aprendizaje que haga consciente el uso que se hace de las mismas en cada una de las pantallas que nos rodean.**

juventud a pasar su tiempo de ocio acompañados de espejos tecnológicos que les devuelven el reflejo de un mundo alternativo.

## 3. Peligros y aportaciones educativas

Los videojuegos son, de manera evidente, una de las primeras opciones en la elección de los menores para pasar su tiempo de ocio, aunque no todos reciben la misma aceptación por parte de los usuarios. Las preferencias de éstos se dividen según el tema del juego y la estructura formal del mismo. Atendiendo a la clasificación temática realizada por Funk y Buchman (1994) destaca el hecho de que los videojuegos catalogados como «educativos» reciben muy baja valoración por parte de los niños y adolescentes, tan sólo un 2%; mientras que los de tema violento ocupan una primera situación, con cerca de un 50% del mercado. Una tendencia que se mantiene a lo largo de la historia de los videojuegos. Las cifras de ventas en enero de 2005

vuelven a situar a la opinión pública en estado de alerta, pues el juego «San Andreas» es el favorito y se siguen relegando aquéllos con mayores valores pedagógicos. Un argumento que no ha impedido que en la octava edición del «Interactive Achievement Awards», los oscar de los videojuegos, celebrado en Las Vegas, obtuviera los premios de mejor banda sonora y mejor juego de videoconsola en la categoría de acción y aventura.

Esta moda revolucionaria dentro del ocio tecnológico tiene su repercusión dentro y fuera de las aulas. El 21,4% de los adolescentes jugadores habituales de videojuegos han tenido problemas escolares, según el estudio «Jóvenes y videojuegos: significación y conflictos», que realizó en 2002 el Instituto de la Juventud (INJUVE) y la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, con la colaboración de la Obra Social de Caja

investigación realizada en Estados Unidos se encontraron escasos indicios de que los niños se vieran especialmente afectados por las ficciones de los videojuegos (Sanger, 1997). Los menores distinguían sin problemas entre la realidad y la ficción desde los primeros años, tanto en videojuegos como en dibujos animados, películas o noticias televisivas. De hecho, parece haberse demostrado que los niños tienen mucha más facilidad para separar la realidad de la ficción en un videojuego que en la televisión, en la que nos consideramos consumidores de realidad, viviendo en la falacia de que ver implica comprender, perdiéndonos en nuestro propio ego de considerarnos jueces avalados por la capacidad de seguir la vida a través de ventanas tecnológicas.

Llegados a este punto parece rentable encontrar mecanismos de control que filtren los contenidos perjudiciales para poner al servicio de la infancia una tecnología que no sólo pretende divertirlos sino que puede servirles como herramientas educativas.

**Si consideramos esta nueva era de la imagen, desde el punto de vista creativo, como innovación valiosa, necesitamos añadir la alfabetización visual a las medidas técnicas de protección, que tienen una eficacia limitada, para poder sacar partido a las nuevas tecnologías desde la infancia.**

Madrid. Una situación preocupante y reconocida por un 43,9% de la comunidad de jugadores que afirma haber tenido algún problema por causa del juego, el 20,6% ha tenido discusiones con los padres, el 15,3% tiende a dormir menos y el 14,3% olvidó compromisos. Desde varios sectores se ha llegado a afirmar que la violencia de algunos videojuegos puede llegar a ser más peligrosa que la ofrecida por la televisión, dado su alto grado de interactividad. No deja de resultar llamativo que al contrario de lo que se pudiera pensar, los contenidos de los videojuegos siguen manteniendo un alto grado de escenas violentas.

Esta primera visión de la situación sería totalmente parcial si nos quedáramos tan sólo con estas ideas, posiblemente las más impactantes, las de una sociedad que reacciona al sentirse invadida por una ola cargada de imágenes que evidencian agresividad de una manera directa, sin paliativos. Pero, progresivamente veremos cómo merece la pena intentar solucionar esta situación fomentando las medidas de protección existentes, para sacar partido a las enseñanzas positivas que nos puede ofrecer el ocio tecnológico. En una in-

#### 4. Medidas de protección: Código de clasificación PEGI

La sociedad, sensibilizada ante esta ola de entretenimiento violento, ha tomado partido con campañas de concienciación y sistemas de protección

adaptadas a un nuevo peligro. Una de las principales medidas se pone en marcha gracias a la aplicación por parte de la propia industria de los videojuegos. A nivel nacional, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe) ejerce un importante papel no sólo a nivel empresarial sino que ha liderado la iniciativa europea para establecer el nuevo sistema de clasificación de videojuegos por edades PEGI (Información Paneuropea sobre Juegos). La industria del videojuego avanza en la unificación del sector a nivel continental con la formalización de un nuevo código de autorregulación en Europa, un sistema universal para establecer una edad adecuada para cada videojuego. Se divide en dos segmentos: la edad y una indicación del contenido del juego. PEGI se convierte en el primer código del sector del entretenimiento que cumple con los diferentes estándares culturales de 16 países europeos. Desde su implementación se han clasificado atendiendo a su contenido más de 2.000 videojuegos. En España su implantación ha sido avalada por diferentes instituciones públicas como el Ministerio de Sanidad y Consumo o el De-

fensor del Menor de la Comunidad de Madrid. De hecho, colaboran en la promoción y la difusión de PEGI, en vigor en España desde junio de 2003, para llevarlo hasta padres y educadores. Un código que viene acompañado por recomendaciones como la necesidad de que los videojuegos se utilicen asesorados por una persona adulta, para disfrutar junto a ellos de su tiempo de ocio. La clasificación por parte de agentes externos parece ser la mejor protección que ofrece la sociedad y hay que responsabilizar a los que compran videojuegos de su capacidad para establecer el criterio de madurez del menor al que va dirigido.

Sin embargo, estas medidas son insuficientes si no se completan con una alfabetización visual de los menores que les permita enfrentarse con autonomía a las imágenes que le transmiten las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Por lo tanto, es importante que los niños y las niñas aprendan a leerlas y producirlas. Si consideramos esta nueva era de la imagen, desde el punto de vista creativo, considerándola como innovación valiosa, necesitamos añadir la alfabetización visual a las medidas técnicas de protección, que tienen una eficacia limitada, para poder sacar partido a las nuevas tecnologías desde la infancia.

##### 5. Doble imagen en los videojuegos: su impacto visual

Al observar muchas de las creaciones destinadas al ocio infantil es inevitable admirar la mezcla de técnica y de creación que se esconde tras cada pantalla del juego, siendo capaces de entender la fascinación de los menores ante la realidad paralela que se les propone. No es necesario plantearse el debate sobre su implicación como expresión artística para considerarlos una forma de creación, de hecho, muchas aventuras gráficas incluyen presentaciones interactivas de gran calidad que permiten la fusión con otros medios de comunicación.

Por lo tanto, nos encontramos con un doble código cultural en el que se dirimen los valores a transmitir a la infancia con la libertad para elegir de los adultos, en un entorno de ocio que comparten. La creatividad de muchos videojuegos es evidente y la implicación por parte del observador permite grandes posibilidades para desarrollar aspectos positivos. Los posibles beneficios de las nuevas tecnologías en campos como la educación, el arte, la comunicación o en la estimulación de habilidades motoras, están aún por explorar. En el presente, estamos ante una dicotomía al analizar la influencia de los videojuegos en los menores, por una parte, las influencias negativas han sido evaluadas en relación a la violencia, sexismo y con-

ductas racistas, pero también se han estudiado sus factores positivos, relacionados con la predisposición al aprendizaje. Son muchos los autores que han analizado estas características, entre ellos Gifford (1991), quien resume en siete las posibilidades de los videojuegos como recurso educativo: permiten el ejercicio de la fantasía, facilitan el acceso a «otros mundos», favorecen la repetición instantánea, desarrollan el dominio de habilidades, posibilitan la interacción con otros jugadores, hay una claridad de objetivos a cumplir en el desarrollo del juego y aumentan la capacidad de atención y del autocontrol.

Las investigaciones suscitadas por los videojuegos también han sabido reconocer su utilidad como estimuladores de la creatividad y de las capacidades para el aprendizaje visual. Uno de los estudios es el llevado a cabo por la Universidad de Rochester ([www.rochester.edu](http://www.rochester.edu)) en el que se demuestra que los videojuegos mejoran las capacidades visuales. Un grupo de investigación de esta universidad americana afirma que los videojuegos de acción pueden dar a una persona la capacidad de observar más objetos en su campo de visión y de hacerlo más rápidamente que una persona que no juegue. Realmente las posibilidades que tienen los videojuegos en el campo de la estimulación motora y visual están aún por explotar. Algunas instituciones y organismos comienzan a emplear estas utilidades para el aprendizaje, así en diciembre del año 2003 la ONU lanzaba una serie de juegos didácticos con el objetivo de que los jóvenes aprendieran sobre las Naciones Unidas y sobre algunos temas de permanente actualidad como el desarrollo sostenible. Otro ejemplo de aplicación práctica es la iniciativa lanzada también en 2003 por el Instituto de la Juventud (INJUVE), en colaboración con diferentes organizaciones sociales, proponiendo el juego-concurso «Salud Activa» ([www.saludactiva.com](http://www.saludactiva.com)), y que a pesar de ser un juego en línea al que se accede a través de Internet, se plantea como un videojuego en el que el usuario deberá vivir una semana como un personaje ficticio creado por el concursante, enfrentándose a diferentes situaciones y pruebas que debe superar.

Esta doble interpretación de la misma realidad pone de manifiesto la necesaria efectividad de las medidas de control establecidas, para que se garantice el acceso de los menores a las aportaciones que les pueden proporcionar los videojuegos, ya que sus posibles beneficios no han evitado la creciente preocupación social por un contenido, que monopoliza en muchas ocasiones el tiempo de ocio de los jóvenes, pero que incluye con mucha frecuencia violencia y sexismo de manera implícita o explícita.

## 6. La necesidad de la educación visual para la interpretación del ocio tecnológico

La Convención sobre los Derechos del Niño insiste en la necesidad de respetar su derecho al juego, ahora bien, estamos ante la llamada generación Net, como la define Greenfield (1985), que convive simultáneamente con una cultura de la pantalla heredada y aceptada, la de la televisión y su propio espejo tecnológico, Internet y las nuevas tecnologías. El entorno tecnológico en el que se desenvuelven también les instruye, en el concepto más puro de aprendizaje, el aprendizaje vicario, o entrenamiento a través de la observación.

Los agentes implicados en la protección del menor son tanto institucionales, como tutores, docentes y los propios medios de comunicación. La educación que requiere la infancia para enfrentarse con autonomía a las imágenes que le transmiten las nuevas tecnologías posee la peculiaridad de que son los propios adultos los que se están viendo obligados a aprender sobre la marcha. Por lo tanto, las diferentes generaciones están aprendiendo juntas a incorporarse a la sociedad del conocimiento. Será Hernández (2003) el que advierta que este universo visual no sólo enseña a mirar y a mirarse, sino que les ayuda a construir representaciones sobre sí mismos, su propia identidad y sobre la realidad que les rodea.

La alfabetización visual se ha definido como la capacidad de comprender y utilizar imágenes, a la vez que pensar y aprender a través de ellas. También como la capacidad tanto de interpretar las imágenes como de crearlas en varios medios con el fin de comunicar con eficacia. Desde la Asociación Internacional de Alfabetización Visual (IVLA) ya se reconocía la necesidad de una educación en el terreno de la imagen en 1969, destacando que «cuando están desarrollados, permiten a una persona interpretar imágenes en movimiento, los objetos, los símbolos, naturales o artificiales, que encuentra en su entorno. Con el uso creativo de estas capacidades puede comunicarse con los otros. Con un buen uso de estas habilidades puede comprender y gozar de los grandes trabajos de la comunicación visual» (Debes, 1969). Un desarrollo que llega con las nuevas tecnologías hasta una alfabetización multimedia como integración de texto, sonido e imagen. La sociedad no debe conformarse con la introducción de novedosas herramientas tecnológicas, sino

que debe procurar la capacitación técnica y la recepción crítica que permita recibir y elaborar mensajes dentro de los nuevos canales de comunicación. Para los especialistas que elaboraron el último informe de la UNESCO los cuatro pilares para la educación del tercer milenio son: aprender a aprender, aprender a conocer, aprender a hacer y aprender a comprender al otro, variables que en una sociedad mediática influida por las imágenes incorporan inevitablemente un aprendizaje observacional, donde cada uno de estos pilares encontrará un refuerzo en los estímulos visuales de su entorno.

Por lo tanto, cabe la reflexión de que siendo necesaria una alfabetización para todos, es ineludible enseñar a mirar, apoyándose en la educación de la imaginación, y en la sociedad actual, es fundamental que comprendan y descubran a los medios de comunicación. Si consideramos esta nueva era de la imagen, desde el punto de vista creativo necesitamos añadir la alfabetización visual a las medidas técnicas de protección, que aún tienen una eficacia limitada, para poder sacar partido positivo a las nuevas tecnologías ya desde la infancia. El tiempo de ocio puede convertirse en un momento de distensión personal, pero también de fomento del desarrollo intelectual, siempre y cuando, el menor posea la capacidad crítica para seleccionar y disfrutar con aquellas imágenes y entornos que estimulen su creatividad.

## Referencias

- BETTELHEIM, B. (1991): *El peso de una vida*. Barcelona, Crítica.
- ESTALLO, J.A. (1995): *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona, Planeta.
- FUNK, J.B. & BUCHMAN, D. (1994): *Videogames and children: Are there high risk players? Conferencia Internacional de Violencia en los Medios*. New York, St. John's University.
- GREEN, S. & BAVELIER, D. (2003): «Action video game modifies visual selective attention», en *Nature*, 423; 534-537.
- GREENFIELD, P.M. (1985): *El niño y los medios de comunicación*. Madrid, Morata.
- GROS, B. (1998): *Jugando con videojuegos: educación y entretenimiento*. Bilbao, Desclee de Brouwer.
- HERNÁNDEZ, F. (2003): *Educación y cultura visual*. Barcelona, Octaedro.
- MCLUHAN, M. (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.
- MIRZOEFF, N. (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
- RAMONET, I. (2002): *La tiranía de la comunicación*. Barcelona, Debate.