

Reportaje



Un 72% de los padres nunca o casi nunca comparten sesiones de videojuegos con sus hijos, según la encuesta del proyecto Safe Social Media. MAGISTERIO

Sólo uno de cada tres adolescentes juega alguna vez a videojuegos con sus padres

Safe Social Media y Sony: un exitoso proyecto europeo y una importante empresa concuerdan en la necesidad de la mediación activa de los padres para reducir el consumo de violencia en los juegos.

Manu Villalobos
informacion@magisnet.com

La aparición reciente de la nueva consola portátil de Sony, PS Vita, pone una vez más de relieve el interés que suscitan los videojuegos entre los niños y jóvenes. Esta forma de entretenimiento interactivo supone para ellos la mayor inversión de su tiempo libre, junto con el uso de las redes sociales. Ello ha motivado que diferentes instituciones tengan una especial vigilancia sobre ciertos contenidos que pudieran ser poco recomendables para su consumo en el momento en que los jóvenes disfrutan de su ocio favorito. En esta línea trabaja Safe Social Media (www.safesocialmedia.eu), un proyecto europeo especialmente orientado a la reducción del impacto de la violencia en los adolescentes, a través de los social media, mediante una metodología innovadora: intervenciones educativas basadas en evidencia científica, desarrolladas en las escuelas, con el apoyo de los padres y evaluación de impacto.

A través de su programa pedagógico, elaborado por especialistas en la materia, se promueve el uso positivo y responsable de las redes sociales y de los videojuegos. Sin dejar de estar alerta a las filtraciones indeseadas en los contenidos de los videojuegos, es en esa idea positiva de los mismos en donde Safe Social Media inci-

de. Y en el empeño halla el punto de encuentro con la propia industria que los comercializa.

Empresa responsable

James Armstrong, consejero delegado de Sony Computer Entertainment para España y Portugal, representa a esa parte de la industria del entretenimiento digital que es consciente de la influencia de los videojuegos entre sus usuarios. De ahí que manifieste inmediatamente la adhesión de su compañía al código PEGI, aplaudido también por el proyecto Safe Social Media, el cual trata de facilitar un mecanismo para que los consumidores cuenten con información suficiente sobre los contenidos y edades recomendadas de los productos de software de entretenimiento. "Lo bueno de este código es que orienta sobre el tipo de contenidos que pueden tener. La advertencia es algo importantísimo", manifiesta Armstrong mientras porta entre sus manos una PS Vita, la consola portátil que acaba de lanzar al mercado y de la que se encuentra enormemente orgulloso por la posibilidad de poder jugar "cuándo y cómo quieras con una máquina que introduce prestaciones nunca antes vistas, aparte de poder usar aplicaciones abiertas a un mundo más social y tener conexión 3G".

En este aspecto de abrirse a un mundo lleno de posibili-

Orientación positiva

■ **A pesar de que las estadísticas de ventas en España señalan que la mayoría de los juegos que consumimos no contienen escenas violentas, un porcentaje no menor de niños y jóvenes consumen juegos con componentes nocivos. Como reconoce James A. Armstrong, consejero delegado de Sony Computer, "hay bastantes menores que acceden a títulos para mayores de 18 años". Los esfuerzos para informar adecuadamente y evitar estas situaciones se han redoblado en los últimos años desde diferentes frentes. En este frente está la iniciativa privada Safe Social Media (www.safesocialmedia.eu), una plataforma educativa creada para la promoción y la formación de los adolescentes en el uso responsable de los social media (redes sociales y videojuegos) que concentra sus esfuerzos en colaborar con la difusión de una buena orientación preventiva para el mejor uso de contenidos en estos ámbitos. Sin caer en el adoctrinamiento, desde una actitud**

dades, de tener multitud de opciones de conectarnos unos con otros y ampliar el ámbito de socialización recaba Armstrong, y de paso aleja el mito de que los videojuegos aíslan. "Nosotros llevamos muchos

constructiva, con métodos pedagógicos y el apoyo de especialistas, la acción de este proyecto respaldado parcialmente por fondos de la Comisión Europea, se desarrolla en 30 colegios de toda España. La metodología utilizada pasa por una encuesta previa a los alumnos de entre 12 y 17 años que contestan anónimamente a cuestiones relacionadas con sus estilos de vida y el tiempo dedicado a videojuegos e internet. El paso posterior son sesiones llevadas a cabo por un *trainer* o especialista en las que implica a toda una clase a que reflexionen e interactúen con él, haciéndoles reflexionar sobre los modelos transmitidos a través de los videojuegos, las redes sociales e internet. De la experiencia llevada a cabo en cada colegio se extrae un informe, para padres y profesores, en donde se recogen conclusiones acerca de las reacciones de los jóvenes, y de cómo pueden influir en su carácter y estilos de vida.

años tratando de conectar las máquinas. Nos hemos dado cuenta del interés por participar del usuario con otros, de interactuar compartiendo logros en los juegos e interesándose por eventos online donde

encuentra a personas con similitudes".

Pero no sólo es en la red donde el concepto social se manifiesta, algunos juegos de Sony lo llevan en su ADN, como los de la serie musical SingStar, que trasladan el karaoke al salón de nuestra casa o los juegos de preguntas y respuestas de la serie Buzz. Son este tipo de videojuegos los que invitan a una diversión sana en grupo de amigos o entre padres e hijos, además de abrir posibilidades de aprendizaje cultural. La combinación de entretenimiento y formación precisamente es la receta ideal que Safe Social Media busca como proyecto para promover el uso de los videojuegos en familia. Sergio Chiarla, formador de Safe Social Media subraya que "es clave para una Educación equilibrada con la edad, que los padres jueguen con los hijos. En el juego nuestros hijos comparten y manifiestan valores y actitudes que necesitamos conocer como padres para orientarles mejor".

Juegos para todos

Aparte de juegos claramente identificables como adecuados, está latente que se cuelen contenidos negativos para el desarrollo personal. Armstrong defiende su terreno y aunque reconoce que existe violencia en algunos videojuegos, "ni mucho menos es el común denominador. El 95% de las ventas de juegos, por no decir más, no corresponden a

juegos violentos. Los hay, como los shooters y hacen mucho ruido. Pero sobre todo abundan juegos para niños, de deportes, de puzzles, de carreras... Lo que menos hay son juegos de violencia".

Lo cierto es que hay detractores de los videojuegos que se

"El 95% de las ventas de juegos, por no decir más, no corresponden a juegos violentos"

James Armstrong recuerda el compromiso de Sony con el juego educativo

aferran al argumento de la violencia para realizar sus críticas. Armstrong prefiere centrarse en ver el lado positivo de lo que hacen compañías como la suya, para recordar el compromiso de Sony con juegos cuyo objetivo no sólo es lúdico, también educativo. "Más que en ningún otro país, hemos dirigido nuestros objetivos hacia un público de edad entre los 8 y 14 años, con la finalidad de ofrecerles juegos que combinen diversión con aprendizaje. PlayEnglish para PSP es un buen exponente de ello, es entretenimiento educativo a partir de una aventura detectivesca en la que se hace necesario aprender inglés. Tenemos planes para seguir desarrollando en el futuro juegos de este tipo porque la Educación debe estar también presente en los videojuegos".

Hablar y jugar con los hijos

La importancia de un cambio de contexto cultural como sostiene el proyecto paneuropeo Safe Social Media, lo subraya James Armstrong, específicamente en lo referido a las bondades de que los padres jueguen con sus hijos a los videojuegos. "Es una forma directa de conocer el tipo de juego que les gusta, la más cercana al compartir juntos un momento de ocio. Los padres que tienen 40 o 50 años son hoy día más conscientes de ello".

A pesar de todo, los resultados que arrojan las 7.000 encuestas realizadas entre adolescentes por los investigadores de Safe Social Media (2.300 respuestas en España) muestran que un 72% de los padres nunca o casi nunca comparten sesiones de videojuegos con sus hijos. Además, a pesar de los numerosos documentos difundidos hasta la fecha que recomiendan la mediación activa de los educadores, el mismo estudio realizado en 2012 arroja el dato de que sólo uno de cada dos chicos recibe consejo de sus padres sobre el uso que deben de hacer de internet y los videojuegos. Una situación que desde Safe Social Media se anima a invertir desde todos los hogares y que el mismo James Armstrong podría servir como ejemplo a seguir: "siempre he jugado con mis hijos y he disfrutado mucho".