

PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN: EL CÓDIGO PEGI DE REGULACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS Y JUEGOS ON-LINE.

Resumen: Se ha dicho que el futuro de un pueblo reside en sus hijos, y no sólo porque ellos son el futuro, sino porque este será mejor si protege y educa bien a sus niños. Ya en 1959 la Organización de las Naciones Unidas redactó diez principios en la Declaración de los Derechos del Niño. El segundo de estos principios afirma que “el niño gozará de una protección especial para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente”. Hoy, en un contexto de sociedad del conocimiento muy diferente al de 1959, el derecho a la protección debe también resolverse en los diversos ámbitos que definen las nuevas tecnologías de la comunicación. Sin embargo los actuales procedimientos establecidos por el código PEGI, aún siendo necesarios, no garantizan este derecho básico de la infancia.

Palabras clave: televisión, videojuegos, internet, consumo, código PEGI, violencia y videojuegos.

CHILD PROTECTION AND NEW TECHNOLOGIES OF COMMUNICATION: THE CODE OF REGULATORY PEGI VIDEOGAMES AND GAMES ON-LINE

Abstract: It's been said that the future of a village resides in its children, and not only because they're the future, but because it's better if we protect and teach our children well. Thus, in 1959 the United Nations published ten principles in the Declaration of the Rights of the Child. The second principle of the Declaration of the Rights states that "the child shall enjoy special *protection*...to enable him to develop physically, mentally, morally, spiritually and socially..." Today, a very different social context from that of 1959, the right to protection should also be settled within the diverse areas that define new communication technologies. However, current procedures established by the PEGI, while still necessary, don't guarantee this basic childhood right.

Keywords: TV, video games, internet, consumption, code PEGI, violence and video games.

LA PROTECTION DE L'ENFANCE ET DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE LA COMMUNICATION: LE CODE DE LA RÉGLEMENTATION PEGI DES JEUX VIDÉO ET LES JEUX EN LIGNE

Résumé: Il a été dit que l'avenir d'un peuple réside dans leurs enfants, et pas seulement parce qu'ils sont l'avenir, mais parce que ce sera mieux si elle protège et éduque ses enfants bien. Déjà en 1959, l'ONU a rédigé dix principes de la Déclaration des droits de l'enfant. Le deuxième de ces principes stipule que "l'enfant sera également bénéficiaire d'une protection spéciale pour lui permettre de développer physiquement, mentalement, moralement, spirituellement et socialement." Aujourd'hui, dans le contexte d'une société de la connaissance très différente de 1959, le droit à la protection doit également être résolu dans les différents domaines qui définissent les nouvelles technologies de la communication. Mais les procédures actuellement en vigueur par le code PEGI, bien que nécessaires, ne garantissent pas ce droit fondamental des enfants.

Mots clefs: TV, jeux vidéo, Internet, la consommation, le code PEGI, la violence et les jeux vidéo.

PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN: EL CÓDIGO PEGI DE REGULACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS Y JUEGOS ON-LINE

Petra M^a Pérez Alonso-Geta
Petra.M.Perez@uv.es
Universitat de València

INTRODUCCIÓN

Se ha dicho que en la infancia está el futuro de un pueblo, y no solo porque ellos son el futuro, sino porque este será mejor si protege y educa bien a sus niños. Ya en 1959 la Organización de las Naciones Unidas redactó diez derechos de la infancia. El segundo de estos derechos es el de la “protección para que los niños puedan desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente”. Hoy, en un contexto de sociedad del conocimiento muy diferente al de 1959, el derecho a la protección debe también resolverse en los diversos ámbitos que definen las nuevas tecnologías de la comunicación.

Aún considerando las grandes ventajas que la televisión, internet e incluso los videojuegos ofrecen en el campo de la educación (coordinación, psicomotricidad fina, pensamiento lógico, causa-efecto etc.), es urgente que los poderes públicos y la sociedad en general, junto con las demandas de liberalización y buenos servicios, tutelen y aseguren una mejor protección de la infancia.

Las nuevas tecnologías en materia de comunicación e información han supuesto grandes logros para la ciudadanía: permiten estar más informados, liberarse de parte del trabajo y tener más tiempo libre. La nueva infraestructura de la información se está convirtiendo en un marco en el que las nuevas redes permiten atender servicios de alto nivel para la comunicación humana, el acceso a la información y el ocio.

A partir de la década de los noventa, los usos, las capacidades y los precios se están acercando a todos. Han traspasado el nivel productivo y no solo han entrado en la vida cotidiana, sino que instrumentan lo privado. Poco a poco, la imagen de la televisión que reunía a la familia en torno a ella, ha dado paso a televisores en los dormitorios, que potencian la individualidad y contribuyen al aislamiento. De igual forma, el único telé-

fono familiar de sobremesa o colgado en la pared ha dado paso a teléfonos móviles personales, cuyo uso llega también a la infancia. Los videojuegos son cada vez más atractivos y consumidos por el público infantil (el 78% en la franja de edad¹ 11-16 años) y, en la televisión, la banda horaria de 21 a 23 h. es seguida fielmente por muchos niños. En cuanto a internet, los datos muestran que los niños de 10 a 11 años se inician en la red y buscan juegos, información, o directamente *chats*; de hecho, según el último informe del defensor del menor, el 20% de los niños de once años que ya navega por internet entra con frecuencia en *chats*.

La liberación generalizada del sector de la comunicación ha supuesto para la prestación de muchos de estos servicios (televisión, telefonía, etc.) el paso de la consideración de *servicio público* a *servicio de interés general*. Ello se ha traducido en la necesidad de innovación y liderazgo, ante la concurrencia de operadores diversos que brinda a los usuarios la posibilidad de elegir el prestador de dichos servicios.

Esta liberalización, sin embargo, no puede significar que los poderes públicos abandonen totalmente la intervención y el control. Así, hay un aspecto esencial en que la administración, como responsable de la formación de la ciudadanía, debe seguir ejerciendo un papel fundamental, el de la tutela de los consumidores y usuarios de la población en el periodo infanto-juvenil –los segmentos poblacionales por naturaleza más acrílicos y vulnerables–, promoviendo códigos deontológicos y cuantas iniciativas se precisen.

Precisamente, este artículo trata del Pan European Game Information (PEGI), un código europeo de autorregulación para videojuegos que, auspiciado por la Comisión Europea, tiene como objetivo final limitar la exposición de los niños a contenidos que podrían resultar inadecuados, mediante un sistema que permite a los usuarios la elección de los videojuegos más adaptados a su edad.

1.- LA NECESIDAD DE PROTECCIÓN

Nuestra Ley General de Telecomunicaciones (LGT) considera la protección de la juventud y la infancia como uno de sus objetivos principales, y son múltiples los códigos de conducta que intentan regular los distintos ámbitos de este sector. Existen, de hecho, numerosas iniciativas; además del PEGI, hay dos códigos de autorregulación sobre contenidos televisivos en la infancia: el EURALVA, informe sobre protección de los espectadores europeos y el FIATELEVISIONA, acuerdo sobre el fomento de la autorregulación de contenidos televisivos de la infancia (2006). Las grandes operadoras de telefonía (Vodafone, Orange, Yoigo) se han comprometido también con un código de buena conducta y suministran a los padres claves de seguridad para impedir que los niños descarguen en sus teléfonos contenidos considerados inadecuados o ilegales. Además, existe para todos ellos el compromiso de etiquetar con el rótulo de “no apto para menores de

¹ Fuente ADESE (Asociación Española de Distribuidores y Editores de *software* de Entretenimiento).

18 años” aquellos productos destinados al público adulto. Sin embargo, todo esto – aunque necesario– no es suficiente, sobre todo si tenemos en cuenta que, en contextos de libre acceso, la restricción “solo para mayores de 18 años” se convierte, en la práctica, más en un reclamo que en una barrera para los niños; pensemos que, en nuestro país, los niños disponen de televisor en su propio dormitorio en uno de cada tres hogares, lo que les permite un acceso indiscriminado a todo tipo de publicidad y programas.

Además, cada vez en mayor número, niños y adolescentes disponen de móviles de uso personal y de ordenadores con servicios de internet, de manera que, por un sistema u otro, tienen acceso a contenidos inadecuados que van a incidir en su desarrollo y a configurar sus valores y estilos de vida. Según datos de Telefónica, el 60% de los niños de 10 a 14 años dispone de móvil y, cuando navega por internet, un 19% ha visto contenidos violentos y un 37% material pornográfico.

Hasta la llegada de la televisión y, en general, del lenguaje audiovisual, el proceso de socialización infantil tenía mucho que ver con la tutela que el aprendizaje de la lectura y la escritura precisan. Los adultos podían controlar y regular los valores, hábitos y comportamientos de los futuros ciudadanos. Contrariamente, con la aparición del fenómeno televisivo se produce un cambio fundamental porque, a diferencia de la Galaxia Gutenberg, el lenguaje audiovisual no exige un aprendizaje previo, ni la adquisición de un abecedario de la imagen, ni puede ser tutelado.

La comunicación oral y escrita permitía a los adultos seleccionar los contenidos que ofrecían a los niños, para inculcarles valores como la superación personal, la solidaridad, la pureza de intenciones, el ahorro, etc. En cambio, en la televisión y otras pantallas, los objetos y las marcas se exhiben más que las obligaciones humanitarias, y los deseos individuales prevalecen sobre la conducta prosocial.

La televisión, los videojuegos o internet introducen a los niños en una actividad social vicaria, porque están casi constantemente confrontando sus vivencias con las representaciones que otras personas llevan a cabo; los introducen en la comprensión del mundo. Además, este aprendizaje lo hacen mediado casi exclusivamente por el tiempo que pasan expuestos a modelos adultos, no solo por los contenidos que las pantallas exhiben, sino también porque tienen pocos hermanos, y porque, al desaparecer en la ciudad los espacios terciarios, donde podían jugar cuanto querían, los niños no conocen a sus vecinos y solo ven a sus amigos en el colegio.

De forma natural, las imágenes ponen en marcha procesos que desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la “comprensión” del mundo social en los niños. Sirven, por ejemplo, para la comprensión de la complejidad de los sentimientos, los comportamientos o actitudes. La forma en que construyen hoy su realidad está influida por los acontecimientos sociales y el contexto concreto en que se desarrollan. Tiene que ver con las experiencias que viven día a día y con lo que ven reflejado en los medios de comunicación. Son la base con la que opera su imaginación.

La imaginación, tan importante en el desarrollo social infantil, se sitúa en ese lugar propio de pensamientos y ensoñaciones, permite anticiparse, adaptarse y manejar la situación. Permite adoptar la perspectiva del otro, comprender sus sentimientos y emociones, así como los motivos y razones de su conducta. Les enseña lo que cabe esperar de cualquier conducta, y situarse ante cualquier situación; por ello, la imaginación infantil ha de potenciarse para evitar las imágenes restringidas de una imaginación pobremente nutrida. Las imágenes de las pantallas les permiten aprender más que los argumentos teóricos

En este sentido, estudios realizados en los últimos años muestran el impacto socializador que la televisión ejerce sobre niños y adolescentes (Pérez Alonso-Geta y Cánovas Leonhardt, 2004); debido a que el lenguaje audiovisual configura el significado que otorgan a lo que les rodea. Es más, uno de los rasgos más definitivos de nuestra infancia es el incremento del poder socializador que sobre ellos tienen los medios de comunicación de masas. El lenguaje audiovisual tiene hoy una importancia fundamental en la socialización infantil, y contribuye, por una parte, a modular la forma de entender la realidad y, por otra, a construir su conocimiento.

Los medios audiovisuales (televisión, videojuegos, internet) poseen, por la emisión de imágenes y sonidos, una enorme movilidad sobre la receptividad visual y auditiva, que activa fuertemente la estructura cognoscitiva y mental de los niños. El sistema nervioso se ve afectado y condicionado por las imágenes, como lo demuestra el caso extremo de los quinientos niños japoneses que reaccionaron de igual modo ante un estímulo televisivo. En comparación con el texto impreso, el ritmo rápido de la televisión y otras pantallas no deja tiempo al espectador para reflexionar e imaginar. Ver la televisión es una actividad estimuladora del cerebro, en la que la imagen tiene una inmediatez y totalidad descriptiva que precisa de pocas evocaciones mediadoras. Por ello, es un medio imaginativamente mucho más pobre que otros.

Las nuevas tecnologías de la comunicación están presentes en la vida de los niños desde que nacen, pero ofrecen una visión panorámica, no experiencial, de la realidad. Los modelos y la representación que ofrecen están presentes, pero no son palpables. Son imágenes parciales o totalmente ficticias, pero sirven como reales en la medida en que se las cree reales. Son una fuente de información de la que disponen los más pequeños para establecer juicios y extraer consecuencias de la vida social. Ofrecen una visión nueva de la realidad que les permite saltar las barreras del espacio y del tiempo, ver y oír todo aunque no experimenten nada. Esta visión panorámica no experiencial les hace vivir, en ocasiones, simultáneamente en dos mundos, el de la realidad y el de la ficción, entre los que mantienen un intercambio activo aunque se desarrollen en planos distintos. Les ofrecen contenidos que les permiten conocer y aprender.

Por el tiempo de exposición, es lógico que la televisión, internet, videojuegos y otras pantallas actúen para los niños como agentes de socialización, que están contribuyendo a la *reducción de la infancia* al apropiarse prematuramente de modelos adultos (Pérez

Alonso-Geta, 2005). Tienen efectos *cognitivos, emotivos y comportamentales* y contribuyen para bien o para mal a potenciar y regular conductas, actitudes y valores que antes recibían exclusivamente de fuentes de socialización primaria como la familia, la escuela y el grupo de iguales. Esto convierte a la televisión y otros medios audiovisuales en una fuente de información de las actitudes, valores y conductas convenientes, como también de conductas inadecuadas. Por ello, es necesario que, en cumplimiento de los códigos de conducta, los modelos que se oferten sean respetuosos con los derechos humanos y los valores democráticos de justicia, igualdad, libertad, respeto a los demás, solidaridad, etc., como también lo es que salvaguarden el derecho de la infancia a seguir siendo niños. En definitiva, que sirvan a la necesaria *protección* de la infancia.

2.- EL CÓDIGO PEGI: (PAN EUROPEAN GAME INFORMATION) DE AUTORREGULACIÓN PARA VIDEO JUEGOS Y JUEGOS ON-LINE

El código PEGI, (Pan European Game Information System, ‘sistema paneuropeo de información sobre juegos’) es un código de autorregulación para videojuegos, un código de conducta de la industria europea de *software* interactivo referente a la clasificación por edades, el etiquetado, la promoción y la publicidad de estos productos. Con este código, se da un paso muy importante en la unificación de la autorregulación del sector en Europa

El proyecto PEGI inicia su andadura en mayo de 2001, en una asamblea plenaria a la que asisten representantes de los gobiernos de la Unión Europea, junto a los principales editores y productores de *hardware* para videojuegos. Durante la presidencia española en 2002, se lleva a cabo un importante impulso en el desarrollo del código PEGI, se establece un grupo de trabajo, coordinado por la Federación Europea de *software* Interactivo (ISFE) y formado por representantes de la industria, los gobiernos y las directivas de clasificación, para desarrollar, por una parte, unos criterios y categorías de edad para los contenidos de *software* interactivo, así como descriptores de contenido vinculados a la clasificación de edad; y, por otra, un sistema de administración y seguimiento del procedimiento de clasificación de edad para toda Europa.

El objetivo del proyecto es dotar a los consumidores en general y, en particular, a los padres y los educadores, de un instrumento común que permita elegir los productos más adaptados a la edad del usuario, de manera que se limite la exposición de los más jóvenes a contenidos inadecuados.

Está constituido de acuerdo a los códigos nacionales ya existentes en los distintos países de Europa, y diseñado de forma que abarque toda la variedad cultural y las actitudes de los países participantes, para que pueda tener vigencia a escala continental.

Diseñado para todos los productos de *software* interactivo –independientemente de su formato y forma de distribución–, PEGI supone una ampliación del código de autorre-

gulación creado en abril de 2001 por ADESE², al que se añaden más intervalos de clasificación por edad (3, 7 y 12 años) y unos iconos descriptores de contenido (violencia, palabrotas, miedo, sexo o desnudo, drogas y discriminación).

Con ello se pone en marcha el primer código europeo de autorregulación para videojuegos, juegos de ordenador, artículos de educación, referencias en CD-ROM y en general, todos aquellos productos de *software* interactivo.

2.1. Objeto del código

En su creación, el objetivo del código es establecer un instrumento para informar de forma objetiva y responsable a padres, educadores y al público en general sobre el contenido de los productos de *software* interactivo y sobre la edad para la que estos se consideran adecuados.

Las normas del código se aplican al etiquetado de los productos de *software* interactivo, así como a la publicidad y promoción por cualquier medio. El código pretende instrumentalizar el compromiso adquirido por la industria del *software* interactivo de no colocar en el mercado productos que puedan atentar contra la dignidad humana.

2.2. Instrumentos

Los instrumentos que se arbitran para el cumplimiento del código son de *cuatro tipos*, según se señala en el artículo tercero:

A) **Un consejo asesor**, compuesto por representantes de los principales grupos de interés (padres, asociaciones de consumidores, expertos en psicología infantil, académicos, expertos de los medios de comunicación e industria de *software* interactivo). Este órgano se encargará de la adaptación permanente del código a los cambios sociales, legales, tecnológicos, etc.

B) **Un 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 y la clasificación por edades de las actividades de publicidad, comercialización y promoción de cualquier empresa participante en este código.
- La gestión de conflictos en torno a las mismas clasificaciones por edades de la ISFE.

² Asociación Española de Distribuidores y Editores de *software* de es la patronal del sector de los videojuegos de España.

C) **Un comité de aplicación**, encargado de la puesta en práctica de las recomendaciones del consejo asesor y, de forma más general, de la aplicación de las normas que contiene el código, incluidas las decisiones del consejo de reclamaciones.

D) **Un sistema de clasificación por edades** (PEGI), manejado por la ISFE con la ayuda de un administrador, 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 descriptores de por qué el producto pertenece a esa categoría de edad. Este sistema incluye la revisión de contenidos y mecanismos de sanción.

*Se especifica así mismo que el código será revisado y mejorado regularmente a través de las aportaciones del correspondiente **comité Legal**, encargado de garantizar la coherencia del sistema con los marcos legales nacionales, y un **comité de Criterios**, responsable de mejorar la forma de evaluación (cuestionario) empleado para determinar la clasificación por edades de manera continuada. Así mismo, el **consejo independiente de reclamaciones** deberá gestionar las reclamaciones de los editores y consumidores relativas a las clasificaciones.*

2.3. Compromisos y obligaciones

La ISFE, según el artículo 4º del código, se compromete a esforzarse al máximo para que el sistema PEGI funcione de la forma más eficiente posible, así como a asegurar el conocimiento del código y sus objetivos por parte de todos los agentes implicados (editores, promotores, mayoristas, minoristas, medios de comunicación, comerciales, empresas publicitarias, etc.). Así mismo, se compromete a implantar y mantener las estructuras adecuadas para realizar las labores de interpretación y actualización del código, su divulgación, la solución de posibles controversias y la realización de estudios sobre los productos afectados.

Al mismo tiempo, los miembros del ISFE se comprometen a cumplir el código en el etiquetado de productos y las actividades promocionales y de publicidad, así como acatar las decisiones adaptadas por el comité de reclamaciones y por el comité de aplicación. Del mismo modo, deben proporcionar la información necesaria para que el consejo asesor pueda supervisar la aplicación del código. También se señala en el artículo 4º que los miembros de la ISFE deberán garantizar que las obligaciones anteriormente expuestas forman parte de sus obligaciones como miembros.

2.4. Fases de desarrollo del PEGI (clasificación por edades y etiquetado)

El editor deberá completar el cuestionario *on-line* PEGI para cada uno de los productos interactivos y para cada nueva versión en los diferentes idiomas y formatos. Este cuestionario evaluará el contenido del producto según estos criterios: violencia, sexo, discriminación, drogas, miedo y lenguaje soez.

El cuestionario *on-line* generará automáticamente una clasificación por edades y un contenido que indique las razones que han llevado a clasificar el producto en la categoría de edad seleccionada. Los grupos de clasificación por edades se dividen en: 3+, 7+, 12+, 16+ y 18+.

El administrador PEGI deberá revisar el cuestionario *on-line* atendiendo a unas determinadas normas relativas a la edad, de tal forma que, si el editor que ha facilitado la clasificación no está de acuerdo con la recomendación que en su caso lleva a cabo el administrador, podrá apelar al consejo de reclamaciones, al cual corresponderá la decisión final sobre la recomendación de clasificación adecuada por edades.

Finalmente, si la clasificación es adecuada, el editor recibirá una autorización para reproducir el logotipo y los descriptores correspondientes a la recomendación final sobre el empaquetado del producto, o en un lugar equivalente y visible para los consumidores, en aquellos casos en los que la distribución se realice por medios inmateriales, como por difusión o internet.

El editor deberá, a su vez, asegurar que el logotipo y los descriptores son utilizados de acuerdo, en cada caso, a su legislación nacional.

2.5. Publicidad y promoción

Según el artículo 8º, los correspondientes materiales de publicidad deberán reflejar la clasificación por edades otorgada finalmente al producto en cuestión o, en caso de que esté pendiente la concesión de la licencia, deberán ser coherentes con la clasificación definitiva prevista, tomando como referencia, en caso de duda, la categoría de edad más alta. Así mismo, el diseño de la publicidad –impresa, transmitida por radiodifusión u *on-line*– de estos productos se ajustará a las leyes y normativas aplicables a la correspondiente categoría de edad. Concretamente, se expone que deberá reflejar con precisión la naturaleza y contenido del producto que representa y las cuestiones relativas a su clasificación (es decir, no deberá inducir a los consumidores a error con respecto a la verdadera naturaleza del producto).

De igual forma, todos los anuncios deberán elaborarse con un sentido de responsabilidad hacia el público. Ningún anuncio deberá incluir contenidos que puedan suponer una ofensa seria o generalizada contra el consumidor medio al que se dirige. Por su parte las empresas deberán abstenerse de dirigir su publicidad de productos de *software* de entretenimiento clasificados específicamente 16+ ó 18+ a consumidores para los que el producto no es adecuado, de conformidad con dicha clasificación.

Las empresas deberán garantizar que los productos secundarios o separados que se venden o promocionan junto con el producto principal contienen contenidos adecuados para el público al que va dirigido el producto principal. Las empresas no deberán realizar promociones de productos de *software* interactivo clasificados 16+ ó 18+ junto con

marcas, productos o acontecimientos de otra empresa, si es presumible estimar que los productos, marcas o acontecimientos de esa empresa llegarán a consumidores para los que el producto de *software* interactivo no tiene la clasificación adecuada.

Además, los editores de revistas podrán acceder al sistema PEGI de clasificación por edades de los CD o DVD que se incluyan con sus revistas (cubiertas de discos) cuando contengan extractos de productos de *software* interactivo o material audiovisual relacionado con dichos productos.

2.6. Consejo asesor

Para garantizar que la aplicación continuada del código refleje los posibles cambios sociales, legales y tecnológicos, se establece un consejo asesor que se encargará de interpretar sus disposiciones y sugerir la utilización de las herramientas de implementación adecuadas.

El Consejo estará compuesto por:

- Organizaciones de padres / consumidores.
- Expertos en psicología infantil.
- Expertos de los medios de comunicación.
- Abogados expertos en legislación europea de protección de menores.
- Académicos.
- Una representación del comité de aplicación.
- Una representación del administrador de la ISFE.

2.7. Consejo de reclamaciones

En el artículo 1º del código, se establece un consejo independiente de reclamaciones con las siguientes funciones:

- La gestión de posibles reclamaciones con respecto a la conformidad de las actividades de publicidad, comercialización y promoción de cualquiera de las empresas participantes en este código, con la clasificación por edades final o previsiblemente atribuida en virtud del sistema de clasificación por edades de la ISFE.

- La gestión de posibles conflictos sobre la clasificación entre los editores y el administrador del sistema y la tramitación de reclamaciones presentadas por los consumidores respecto a la clasificación por edades.

2.8. Comité de aplicación

El comité de aplicación surge tanto para garantizar el cumplimiento del presente código como para ofrecer asesoramiento a todas las empresas que decidan acatar el sistema de clasificación por edades, y a su administrador, que debe imponer sanciones a las empre-

sas que infrinjan el código. Estará compuesto por representantes de la industria nombrados por el consejo de la ISFE y designados por la asamblea general de la ISFE.

2.9. Sanciones

a) Las sanciones se arbitran según ciertos criterios básicos, y corresponde al comité de aplicación y al consejo de reclamaciones identificar y documentar conjuntamente posibles aplicaciones erróneas del código. De forma razonable, gozarán de discrecionalidad, no arbitraria, para examinar todos los hechos relevantes que ayuden a determinar las sanciones adecuadas. El comité de aplicación y el consejo de reclamaciones sugerirán medidas correctoras proporcionadas a la infracción, que serán de aplicación inmediata.

b) En caso de no hacerlo así, los infractores quedarán expuestos al re-etiquetado obligatorio del empaquetado, a la revocación de una licencia sobre un logotipo particular; a la retirada del producto, la suspensión temporal de los servicios de clasificación, la modificación obligatoria de anuncios o a la litigación que definirá el ISFE, previa recomendación del comité de aplicación.

c) Las infracciones cubiertas por estas sanciones son: la presentación de material engañoso o incompleto para la clasificación; la no presentación de modificaciones, actualizaciones o cambios que afecten al contenido de un producto, una vez que éste ha recibido la clasificación; la autoaplicación o exhibición viciada de logotipos o descriptores de contenidos; la comercialización dirigida a un público inadecuado y, en general, todos los actos u omisiones que no reflejen el sentido de la responsabilidad hacia el público.

Para que este código funcione idóneamente, se combina la autoevaluación de los contenidos de los videojuegos por parte de los editores con el análisis de dicha evaluación realizado por un organismo independiente, que es administrado, en representación de la ISFE, por el Instituto Holandés de Clasificación de Material Audiovisual (NICAM)

Si la clasificación corresponde a 3+ ó 7+ años, quedará aprobada por el NICAM mediante la concesión de una licencia que permite a la empresa reproducir el correspondiente logotipo en el empaquetado del videojuego.

Si la clasificación llevada a cabo provisionalmente por los editores corresponde a 12+, 16+ ó 18+, tanto la información sobre clasificación de edades como los descriptores del contenido deberán ser fácilmente visibles en el embalaje, el primero situado en la parte frontal y, el segundo, en la parte trasera de la caja del videojuego.

El código PEGI entra en vigor en España con fecha del 3 de junio de 2003. En la actualidad hay disponibles en “pegionlineinfo” formularios específicos para que los usuarios notifiquen las infracciones del código que observen.

2.10. El PEGI on-line(Posc)

El código de seguridad *PEGI on-line* es un complemento del sistema PEGI. Se ha desarrollado para promover la protección en el cada vez más frecuente entorno del juego en línea (red activa de juego). Incluye no solo juegos en internet, sino también los que se juegan en línea a través de consolas, telefonía móvil o a través de redes *peer-to-peer*.

Efectivamente, muchos juegos en línea establecen comunidades virtuales dentro de las cuales cada jugador interacciona en tiempo real con otros jugadores, muchas veces desconocidos, lo que puede entrañar riesgos añadidos debido a que:

- El modo en que evoluciona el contenido en el juego no se puede controlar.
- La conducta de algunos jugadores podría no ser adecuada para los más jóvenes (lenguaje inapropiado, intimidaciones, agresividad, manipulaciones, etc.)
- Puede violarse la intimidad (animando a los niños a hacer amistades o a proporcionar datos personales, invitándolos a reunirse en lugares fuera del juego, etc.).

El objetivo de *PEGI on-line* es ofrecer a los jóvenes europeos una mejor protección frente a contenidos de juegos en línea inadecuados y enseñar a los padres cómo garantizar un juego en línea seguro.

Los juegos en línea que suscriben la normativa *PEGI on-line* (Posc) se comprometen a prohibir todo material inadecuado en sus sitios y a garantizar una conducta apropiada entre los usuarios. Como resultado, obtendrán la licencia PEGI y estarán autorizados a exhibir el logo *PEGI on-line*, una vez hayan registrado sus juegos en el sistema PEGI.

Además de los videojuegos en formato CD/DVD, se puede jugar contra otros jugadores mediante ordenador y, con conexión a internet, existen multitud de sitios WEB que permiten jugar en línea. Se encuentran desde simples juegos recreativos a juegos masivos de rol en línea (MORPG) en los que participa un gran número de jugadores al mismo tiempo.

Las principales disposiciones del *PEGI on-line* hacen referencia a que:

- Solo se podrán incluir en el sitio aquellos juegos cuyo contenido haya sido debidamente clasificado conforme al sistema PEGI u otro sistema reconocido, como el que utiliza el BBFC, del Reino Unido o el USK, de Alemania. Para este fin se aplicaran mecanismos que permitan a los jugadores notificar la existencia de contenidos no deseables en cualquier sitio web afín.

- Los titulares de las licencias están obligados a garantizar que los servicios en línea que contraten están libres de contenidos ilegales, racistas, degradantes, amenazadores, obscenos o que puedan “perjudicar de manera permanente el desarrollo de los jóvenes”.
- Así mismo, están obligados a mantener una política de confidencialidad de sus abonados conforme a las leyes de protección de datos de los distintos países y de la UE.
- De igual forma, impedirán que los suscriptores introduzcan contenidos o muestren conductas en línea que sean ilegales, ofensivas, racistas, degradantes, amenazadoras, obscenas o que puedan perjudicar de manera permanente el desarrollo de los más jóvenes.
- En cuanto a la publicidad, se aplicaran los principios de una publicidad responsable, atendiendo a los contenidos y al público al que van dirigidos, y por medio de declaraciones generales informarán al público de la existencia de “publicidad por emplazamiento” asociada con cualquier servicio en línea, así como de los posibles patrocinios.

2.11. El código Pegi: estado actual del derecho de protección

El código PEGI lleva en nuestro país varios años de andadura y, a pesar de las obligaciones y restricciones que plantea, no podemos hablar, en términos generales, de que el *derecho a la protección* de la infancia este asegurado en este ámbito.

Muchas son las voces de alarma que se han alzado ante el consumo de todo tipo de videojuegos por parte de los menores. Precisamente, datos de la ADESE señalan que el crecimiento más intenso del consumo de videojuegos entre 2004 y 2006 se da entre los niños de 11 a 16 años. De ellos, un 78% consume videojuegos. Así mismo, de acuerdo con un informe de 2005 de la Asociación de usuarios, un 20% de los menores reconoce jugar con videojuegos en los que se daña, tortura o mata a niños, ancianos o embarazadas. De hecho, basta hacer un repaso por los videojuegos más vendidos para comprobar los contenidos violentos, vejatorios, discriminatorios, etc. de estos productos a los que tienen acceso nuestros menores. Los juegos más punteros y promocionados, aunque calificados para mayores de 18 años, se exponen en establecimientos mezclados con otros videojuegos para menores de edad. Además, los menores los adquieren en algunos puntos de venta sin ningún tipo de control. En otros casos, son los adultos quienes directamente los adquieren para ellos, a pesar de las recomendaciones que en los comercios se hacen.

Además, algunos aparecen recomendados para 3+ años como el *Burnout Dominator* de Play Station-2, que se anuncia textualmente como “*conducción extrema en estado puro*”, con cuatro puntos clave: *arriésgate y acumula puntos en el nuevo modo maniaco; Vive la emoción de encadenar Burnout para alcanzar una velocidad sin precedentes; Golpea a tus rivales para desbloquear atajos; Lucha en la nueva gira mundial y desbloquea la mortal serie terminator*. Este videojuego no es sino una nueva versión del

Burnout Revenge, ya denunciado por Amnistía Internacional por su calificación de mayores de 3 +, clasificación que sigue sin modificar y que, como se señala en la Web oficial de Play Station, “añade un nivel de agresividad sin precedente a toda la historia envuelta en adrenalina”. Sin duda este énfasis en la conducción agresiva y suicida ha tenido un gran impacto en la “jugabilidad de *Burnout 3*”.

En la última versión, el *Burnout Paradise* ofrece como “gancho” en la propaganda, “para desbloquearse liberando adrenalina”, echar a coches rivales de las carreteras. Hacer que choquen con los edificios o el resto del tráfico provoca un regocijo único y unas ganas de “picar”, como pocas veces se ven en los videojuegos. “Y hablando de ver”, sigue señalando, “no te cansaras de mirar los demoledores efectos de los accidentes sobre los vehículos”. En su ficha técnica figura el código 3+.

Por su parte, el célebre *San Andreas*, uno de los videojuegos más vendidos, describe en una de sus versiones que la acción se desarrolla en la ciudad de San Andreas, “que emerge de las aguas alimentándose de la violencia y la lucha por el poder en el lucrativo negocio de la droga”, entre el *glamour* y la ambición; con sus historias de prostitución y con un uso de violencia extrema hasta arrebatar a la mujer el dinero del pago por los servicios prestados.

En la misma línea, el *No More Heroes*, clasificado para 16+, esta dentro del género *anime* que, según se señala textualmente en la publicidad, “es un género con cada vez más aficionados en todo el mundo. A cuenta de esta afición, algunos se han convertido en una tribu urbana más y haciéndose llamar *Otakus*, siguen con gran fidelidad sus series favoritas, coleccionan *katanas* o reproducciones de armas. Cuando se produce algún ataque con este tipo de artilugios “frikis” se suele culpar a la violencia que aparece en los cómics o juegos y precisamente el “protá” de este juego, es un joven *otaku* que empieza a matar con una espada láser comprada por internet. Evidentemente se trata de una sátira que no hay que tomar al pie de la letra”

No es de extrañar que Amnistía Internacional insista reiteradamente en sus informes en el vacío de regulación del acceso de los menores de edad a contenidos que atentan contra su derecho a la *protección en internet*, así como a través de la telefonía móvil, un canal para la descarga de videojuegos cada vez más accesible y utilizado por niños.

Además, muchas veces el precio o la marca del establecimiento de venta se coloca justo encima del icono de edad. No obstante, todavía es mucho menor el control de acceso a través de Internet en los videojuegos *on-line*, ya que, como señala la Asociación de Usuarios de Comunicación, es donde más graves son los incumplimientos del código respecto a la clasificación por edad y donde se observa también una mayor facilidad de acceso a contenidos inadecuados.

Efectivamente, la protección de los menores en el juego *on-line* es todavía más necesaria y necesita de mayor atención, porque estos juegos en línea y, sobre todo, muchos de

los MORPG soportan comunidades virtuales en las que participan al mismo tiempo ingentes cantidades de jugadores en un solo juego, lo cual puede exponer a los jugadores más jóvenes a los riesgos asociados a la interacción con otros jugadores desconocidos. De igual forma, los contenidos creados como resultado del propio juego podrían ser inapropiados y no corresponderse con la clasificación otorgada en principio al producto, o que la conducta y el lenguaje utilizado sean ofensivos, agresivos, etc. Otros riesgos potenciales son los enlaces a otros sitios web, cuyo contenido podría no ser adecuado o donde incluso podrían promoverse encuentros, facilitar datos personales a desconocidos fuera del juego, etc.

Los padres deben estar especialmente atentos para proteger la seguridad de sus hijos estando informados de las conductas que fomentan los juegos que usan y advirtiéndoles de que no se debe facilitar ningún dato de carácter personal a otros jugadores, ni reunirse con desconocidos. En definitiva, conviene controlar las actividades de los niños en sitios web de juego

3. CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN

Los videojuegos son un instrumento poderoso y motivador (Etxeberria, F. 2000), en sí ni bueno ni malo, que permite desarrollar el conocimiento de la realidad, la elaboración de estrategias cognitivas y la capacidad de argumentación. La adecuación o no de los aprendizajes al desarrollo infantil depende de los contenidos, que, si queremos proteger a la infancia, siempre deben ser opuestos al sexismo, la discriminación, la agresividad, la violencia, etc. Es preciso velar, desde la primera infancia, para que los niños reciban instrucciones y estén expuestos a modelos prosociales que les permitan aprender y actuar, de forma socialmente adaptada, dentro del respeto básico por la dignidad humana.

Internet, los videojuegos, el acceso a algunas de líneas de telefónica o los relatos que ofrecen algunos de los contenidos de televisión a la imaginación, a ese “lugar” en el que se considera la forma de actuar en el mundo, no permiten generar una mente capaz de plantearse con sentido social los desafíos éticos de la vida, e impiden el desarrollo de la imaginación de los futuros ciudadanos. Por ello, se necesita de una regulación protectora de la infancia que permita un adecuado desarrollo de los niños.

El código PEGI nace con el objetivo de ser un instrumento para proteger a la infancia; sin embargo, a pesar de las posibilidades de denuncia que se pueden arbitrar por los distintos agentes, no sirve en el momento actual para garantizar este derecho a la protección de nuestros menores, ya que, aunque la aplicación del código PEGI se ha generalizado en nuestro país, como ya señala Amnistía Internacional la clasificación por edades que realizan las empresas fabricantes es, a menudo, poco rigurosa y confusa, y con frecuencia la información aportada por los iconos no es suficiente para reconocer el contenido del producto.

Faltan en el código criterios pedagógicos que permitan una clasificación más acorde con el público diana al que se dirigen –por naturaleza acrítico y en proceso de formación y desarrollo–, criterios estos que podrían contemplar la clasificación en aspectos como el razonamiento hipotético, la concentración, la precisión, la memoria etc. que, sin duda, muchos de los videojuegos favorecen a distintos niveles. Como también y, muy especialmente en referencia al contenido, definir las características propias de cada juego con descriptores indicativos más precisos que los actuales; no sólo de si existe violencia, lenguaje soez, sexo, discriminación o drogas, sino también si se presentan estas conductas de forma que sirvan para impulsar valores como la solidaridad, la conducta prosocial, la cooperación, etc. o si, contrariamente, sirven para fomentar el sentido de la competitividad, de la agresividad, la xenofobia, el racismo, el sexismo la violencia, etc., ya que del fomento de unas u otras conductas depende que se asegure o no el derecho a la protección de los más jóvenes.

En la práctica, *la protección de la infancia* queda en manos de los fabricantes de videojuegos que buscan sus legítimos intereses, pero que no pueden ni deben ser a la vez los garantes de los derechos de nuestros niños y niñas.

Especial atención hay que prestar a los juegos *on-line*, ya que la normativa *PEGI on-line* (Posc) se muestra a todas luces insuficiente para garantizar la protección de los más jóvenes. El papel de los padres, vigilando y advirtiendo a sus hijos de los peligros que pueden entrañar estos juegos, y controlando específicamente las actividades de sus hijos en los sitios web de juegos, resulta fundamental, ya que el atractivo que tiene para ellos compartir el juego con otros jugadores los hace más vulnerables a los peligros que pueden conllevar

Las denuncias de distintos organismos nos alertan de la necesidad de que los poderes públicos, los padres y todos cuantos se ocupan de la infancia intervengan para garantizar este derecho a la protección, ya que los procedimientos actualmente establecidos por el PEGI, aun siendo necesarios, no permiten garantizar este derecho básico de nuestra infancia.

4.- BIBLIOGRAFÍA

ADESE (2003) *Nuevo código Europeo de autorregulación para videojuegos*.

AMNISTÍA INTERNACIONAL CATALUNYA (2007) ” Videojuegos y valores”.Comunicado,4-1-2007

ESTALLO, J.A. (1994). *Videojuegos, personalidad y conducta*. Psichotema. 6, 2.

ESTALLO, J. A.(1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*, Barcelona. Planeta.

ETXEBERRIA, F. (2000): *La educación en telépolis*. Ibaeta Pedagogía. Donostia-San Sebastián

ETXEBERRIA, F. (2004): "Niños, pantallas y violencia". En *Revista Comunicación y Pedagogía*, Nº 199, especial sobre "Utilización didáctica de los videojuegos". Barcelona.

ETXEBERRIA, F. (2006): Coordinador del número especial de la *Revista Comunicación y Pedagogía*, monográfico sobre "Utilización didáctica de los videojuegos". Barcelona. (www.comunicacionypedagogia.com)

La protección del menor en la regulación de los videojuegos. Edita Defensor del Menor. Comunidad de Madrid. 2005

<http://www.aprendeyjuegaconea.com/>

www.pegionline.eu/es/

www.auc.es

www.sccalp.org/padres/videojuegos.htm

www.argijokin.blogcindario.com

www.revogamers.net/

www.pegionline.eu/es/

www.meristation.com/

www.pc-juego.com/especiales-videojuegos/pegi-de-interes-para-padres.html

www.zonared.com/noticias/1201.html

www.aepap.org/inmigrante/videojuegos_web_citados.pdf

Para citar la presente editorial puede utilizar la siguiente referencia:

PÉREZ ALONSO-GETA, Petra M^a (2008). Protección de la infancia y nuevas tecnologías de la comunicación: el código PEGI de regulación de los videojuegos y juegos on-line. En SÁNCHEZ i PERIS, Francesc J. (Coord.) *Videojuegos: una herramienta educativa del "homo digitalis"* [monográfico en línea]. *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 9, nº 3. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: dd/mm/aaaa].

http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_09_03/n9_03_perez_alonso.pdf

ISSN: 1138-9737