
LOS VIDEOJUEGOS: UNA HERRAMIENTA COMUNICACIONAL PARA SENSIBILIZAR SOBRE LA POBREZA EN EL SUR

NINA WÖRMER NIXDORF*

RESUMEN

En este artículo se intentará demostrar que algunos videojuegos pueden ser una herramienta de sensibilización para acercar realidades del Sur a los jóvenes del Norte; en este caso concreto se centrará la atención en ver qué videojuegos informan y sensibilizan respecto a las problemáticas del hambre y la pobreza en dichos países. Se pretende destacar la importante vinculación que existe entre la sociedad actual y los videojuegos, vistos como un medio de comunicación y posiblemente de sensibilización.

ABSTRACT

This article tries to demonstrate that some videogames can be used as an awareness tool that can show the South reality to the North youth. It will specially focus on seeing which videogames give information and make awareness about hunger and poverty in those countries. It tries to emphasize the important connections between society and videogames when these are seen as a media or an awareness tool.

* Coordinadora del Título de Especialista en Información Internacional y Países del Sur de la Universidad Complutense de Madrid (UCM); Máster en Relaciones Internacionales de la UCM.

RÉSUMÉ

Cet article cherche démontrer que certains jeux vidéo peuvent être un outil de sensibilisation pour rapprocher des réalités du Sud aux jeunes du Nord; L'objectif sera de voir ici quels jeux informent et sensibilisent sur les problèmes de la faim et la pauvreté dans ces pays. L'auteur souligne le lien entre la société moderne et les jeux vidéo, vus comme un moyen de communication et, éventuellement, de sensibilisation.

“Hay personas muy creativas que entienden que éste (el video juego) es un medio muy importante que podría ser utilizado para mucho más que el entretenimiento.”

David Rejeski¹

El siglo XXI se plantea como el siglo de los cambios, “cambios radicales y a ritmos vertiginosos, que se traducen tanto a nivel social, como económico y tecnológico. La importancia de las nuevas tecnologías adquiere tal relevancia en esta sociedad acelerada, que ya ha sido llamada *la sociedad de la información*”².

Son justamente los cambios tecnológicos en el ámbito de los medios de comunicación los que nos van a interesar en este artículo y en concreto los videojuegos, y ello porque “respecto a los medios de comunicación tradicionales, los juegos de ordenador tienen la ventaja de que los jugadores abandonan el rol de receptor, convirtiéndose en una parte creativa y activa dentro del proceso comunicacional”³.

No podemos negar la importancia de los videojuegos dentro de la industria del entretenimiento, ya que, como destaca el profesor Benito García: “especialmente significativo será el crecimiento de la industria del videojuego, que doblará su tamaño al pasar de los 25.000 millones de dólares de facturación en 2005 a los 55.000 en 2009”⁴.

1. David Rejeski es director de de The Foresight and Governance Project and Serious Games Initiative at the Woodrow Wilson International Center for Scholars in Washington, D.C.

2. BERNART CUELLO, Antònia: “Los videojuegos: acceso directo a las nuevas tecnologías”, *Revista Comunicación y pedagogía*, nº 216, 2006, disponible en: <http://www.xtec.cat/~abernat/articles/bernat-II.pdf>, p. 1.

3. [en línea] <http://www.zeit.de/online/2007/12/serious-games>

4. BENITO GARCÍA, José María: “El mercado de los videojuegos: unas cifras”, *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO* 14, nº 7, 2005, p.3, disponible en: <http://www.icono14.net/revista/num7/articulos/Jose%20Maria%20Benito.pdf>

Lo que vamos a intentar en este artículo es demostrar que algunos videojuegos pueden ser una herramienta de sensibilización para acercar realidades del Sur a los jóvenes del Norte; en este caso concreto nos centraremos en ver qué videojuegos informan y sensibilizan respecto a las problemáticas del hambre y la pobreza en dichos países.

Elegimos el videojuego como un medio de comunicación más integrado en la sociedad porque, “jugar juegos de video, formar parte de una sociedad que los tiene como evidentes protagonistas, implica un replanteo de pautas básicas de nuestra relación con el mundo hoy. Lo cierto es que son un fenómeno social importante que en los últimos años se han presentado de una forma creciente”⁵.

Para Antònia Bernart, miembro del Grupo F9 que se dedica a “incorporar la utilización de los juegos de ordenador como un elemento más que se puede aprovechar pedagógicamente en la escuela”⁶, tenemos que tener en cuenta el videojuego como una forma de comunicación óptima dentro de la sociedad actual ya que “la información que se transmite en la sociedad contemporánea, es una información virtual, es decir, se transmite a través de plataformas virtuales. Se está formando un nuevo tipo de ciudadanía a través de la televisión, los videojuegos, las redes telemáticas, que crean nuevos espacios de socialización”⁷.

Por todo ello, queremos destacar la importante vinculación que existe entre la sociedad actual y los videojuegos, vistos como un medio de comunicación y posiblemente de sensibilización.

Videojuegos para el cambio

“Ya no es cuestión de crear más herramientas.

Ahora se trata del uso que se les da a esas herramientas.”

Howard Rheingold⁸

En este artículo no pretendemos dar un reflejo global sobre la nueva herramienta comunicacional que es el videojuego, lo que queremos es dar visibilidad a una parte específica de esa realidad.

5. [en línea] <http://portal.educ.ar/debates/videojuegos/teorias-referencias-bibliograficas/el-lenguaje-de-los-videojuegos-sus-pliegues-y-recortes-en-las-practicas-sociales-.php>

6. [en línea] <http://www.xtec.cat/~abernat/castellano/justific.htm>

7. BERNART CUELLO, Antònia, *op. cit.*, p. 1.

8. Rheingold es escritor, profesor y crítico especializado en las implicaciones culturales, sociales y políticas de los medios de comunicación modernos, tales como Internet, la telefonía móvil y las comunidades virtuales.

Somos conscientes de que los videojuegos pueden generar diferentes mensajes y fomentar diversas actitudes en el jugador. Bien es cierto, que en el primer Congreso Internacional sobre Ética en los Contenidos en los Medios de Comunicación e Internet los autores llegaron a la conclusión de que “algunos videojuegos son una de las claves explicativas que ayudan a mantener y potenciar unas relaciones de agresividad, desprecio y un clima de violencia soterrada entre la población adolescente y juvenil”⁹.

No negamos esta realidad pero, como en todos los análisis en profundidad, no debemos caer en el error de generalizar respecto a una realidad, y así lo hicieron estos investigadores al hablar de “algunos videojuegos” y no referirse a los videojuegos como conjunto homogéneo y único.

Otra voz crítica hacia este software lúdico es la de Amnistía Internacional, que en el Informe “Haz clic y tortura”¹⁰ del año 2000 denunciaba “la difusión de prácticas degradantes, como la tortura, entre el público infantil y juvenil a través de una forma de entretenimiento actualmente en alza: los videojuegos”¹¹.

A continuación vamos a dedicar nuestra atención a esos “otros” videojuegos, que más que potenciar actitudes agresivas y de conflictividad en los jugadores, emiten un mensaje diferente: concienciar a los jugadores respecto a temas como el hambre y la pobreza en el sur.

Serious games es el concepto que se utiliza para hacer referencia a aquellos juegos de ordenador en los que el jugador más allá de entretenerse también aprende. La primera vez que se habló de este concepto fue en 1971, cuando el estadounidense Clark C. Abt definió este término como aquellos juegos en los que “se persigue un claro objetivo educativo y que no persiguen en primera línea el entretenimiento”¹².

Su definición aún es válida hoy en día, aunque en ningún caso debemos pensar que al tratarse de juegos principalmente educativos no puedan entretener; en el fondo, también deben hacer eso.

9. DÍEZ GUTIÉRREZ, Enrique Javier; TERRÓN BAÑUELOS, Eloísa; ROJO FERNÁNDEZ, Javier: “Violencia y videojuegos”, disponible en: http://www.uch.edu.es/principal/gestionarblogsCeu/imagenes-Blog/6_2008/29251830_06_2008.pdf, p. 2.

10. Así por ejemplo, en el folleto del juego *Guardián de la Mazmorra 2* se pueden leer las siguientes frases que fomentan la tortura: “En la Cámara de Tortura puedes disfrutar mostrando a las criaturas rebeldes y héroes lo equivocado de su conducta. Las criaturas colocadas en la Cámara de Tortura es probable que se arrepientan o en todo caso que revelen algo valioso o mueran. La cantidad de tiempo que tardes en persuadir a una criatura enemiga depende del tipo de criatura.” “Puedes prolongar la agonía de tus prisioneros y mantenerlos vivos [...] aumentando a su vez tu diversión y la de la dama como mirones.”

11. AMNISTÍA INTERNACIONAL: “Haz clic y tortura: Videojuegos, tortura y violación de derechos humanos”, disponible en: <http://www.amnistiacatalunya.org/edu/es/videojuegos/not-videojuegos222.html>

12. SCHNELL, Constantin: “In Serious Games verschmelzen Ernst und Spass”, disponible en: <http://www.mediaculture-online.de/Serious-Games.1565.0.html>

Ben Sawyer, uno de los cofundadores de la iniciativa *Serious Games* en Estados Unidos, remarca que, de hecho, todos los juegos que no buscan exclusivamente el entretenimiento han de considerarse como *Serious Games*.

De hecho, este tipo de juegos hacen partícipe al jugador de dos maneras “dando la sensación al jugador de que puede decidir sobre el desarrollo de la acción y verse implicado directamente por ellos. En el mejor de los casos se crea una vinculación más fuerte y real con los contenidos del juego, a diferencia con otros medios de comunicación en los que sólo se permite un consumo pasivo”¹³.

Es justamente el elemento de participación y de implicación con la realidad simulada, en este tipo de juegos, lo que ha hecho que el Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU), un organismo federal alemán que se ocupa del software lúdico, clasificara los *Serious Games* en cuatro categorías¹⁴:

1. *Persuasive Games*: son los juegos que conllevan un mensaje o trasfondo político y/o social y que se dirigen a un amplio público. A través de ellos se intenta convencer al usuario de cambiar sus actitudes respecto a una realidad.
2. *Health Games*: juegos en los cuales se tratan temáticas del ámbito de la medicina y/o la salud para alcanzar dos objetivos: dar la posibilidad al personal sanitario de mejorar sus conocimientos y habilidades o mostrar posibilidades de prevención a los pacientes.
3. *Educational Games*: estos juegos se utilizan en las escuelas y/o universidades para transmitir y favorecer procesos de aprendizaje.
4. *Corporate Games*: en este caso los usuarios aprenden las bases que son necesarias para procesos industriales o empresariales.

Esta división se ve reforzada por otra definición que se da sobre los llamados *persuasive games*. Según la empresa que lleva el mismo nombre que este tipo de software lúdico, y que está especializada en la creación de este tipo de juegos destaca que: “los juegos comunican de manera diferente a los otros medios: no sólo emiten mensajes, sino que además simulan experiencias. Nuestros juegos influyen al jugador para que actúe fuera del juego. De esta manera, los juegos [...] pueden convertirse en herramientas retóricas”¹⁵.

Debido a que nuestro artículo se centra en demostrar que es posible sensibilizar a través de ciertos videojuegos, describiremos y analizaremos diferentes

13. [en línea] <http://www.zeit.de/online/2007/12/serious-games>

14. [en línea] <http://www.tagesschau.de/inland/computerspiele102.html>

15. [en línea] http://www.persuasivegames.com/news/pg_slamdance_release.pdf

videojuegos que, según nuestro criterio, y el de otros expertos¹⁶, pertenecen a la categoría de los llamados *Persuasive Games*.

Por ello, antes de pasar al análisis de los juegos, queremos destacar las iniciativas más importantes que se están especializando en este tipo de juegos y en el significado que su aplicación puede tener en el desarrollo de la sociedad, potenciando especialmente el impacto sensibilizador respecto a diversos temas sociales.

Así, en primer lugar destacamos la propuesta de *Games for Change*, una red localizada en Nueva York en la que se intenta “encauzar el extraordinario poder de los videojuegos para hablar de los temas más acuciantes de nuestros días, tales como la pobreza, los derechos humanos, los conflictos o el cambio climático”¹⁷.

Esta Red está compuesta por diferentes organizaciones de la sociedad civil, ONG, gobiernos, personas de la academia, la industria o las artes, periodistas y personas individuales que buscan crear una plataforma a través de la cual se potencien “aquellos video juegos en que los que se traten de una forma respetuosa y sería las temáticas sociales actuales para afianzar una sociedad más justa, equitativa y tolerante”¹⁸.

Games for Change es actualmente la propuesta más importante y consolidada dentro del ámbito de aquellos que apuestan por el uso de los videojuegos para un cambio social.

Otra iniciativa importante es la desarrollada por *The Serious Games Initiative*, una organización fundada en el Woodrow Wilson Center for International Scholars en Washington, D.F. en 2002 y cuyo objetivo es “ayudar a organizar y acelerar la adaptación de los juegos de ordenador para los diferentes retos de las sociedades actuales”¹⁹.

En este caso, la iniciativa va especialmente encaminada a la creación de juegos dirigidos a los políticos y empresarios. Es decir, juegos a través de los cuales se simulen realidades y que ayuden a estas dos profesiones a mejorar en su trabajo. Pero sus esperanzas de mejorar el mundo a través del software lúdico no se reduce a esto, sino que tal y como destacan los propios responsables de *The Serious Games Initiative* “si somos exitosos esperamos crear no

16. Tales como los responsables de la página de Serious Games.

17. [en línea] <http://www.gamesforchange.org/ourwork>

18. Ibídem.

19. [en línea] <http://www.seriousgames.org/about2.html>

sólo una herramienta mejor para responsables políticos, sino la oportunidad ‘de jugar’ por un mundo mejor”²⁰.

La creadora de *Persuasive Games* más importante de Europa está situada en Copenhague. Se trata de la compañía *Serious Games Interactive*, fundada en 2006 y que bajo el lema “Generamos experiencias de juegos que informan, educan y entretienen”²¹ han lanzado varios juegos de ordenador “serios” al mercado.

Su producto más importante y de más éxito, de hecho cuenta con varios galardones internacionales, es la serie de juegos *Global Conflicts*. Se trata de *Global Conflicts: Palestine*, *Global Conflicts: Latin America* y *Global Conflicts: Child Soldier*.

En el primero de estos juegos, dedicado al conflicto palestino-israelí, el jugador adopta el rol de un periodista que recorre el territorio palestino e israelí intentando ejercer su labor de informador de la forma más rigurosa posible. Para ello tendrá que acceder a diferentes fuentes de información, entrevistando tanto a palestinos como judíos. Una vez haya recopilado la información deberá publicarla, teniendo en cuenta que la noticias publicadas tendrán una repercusión, negativa o positiva, en el conflicto²².

Acabar con el hambre jugando

La pregunta que nos planteamos al principio de esta investigación –y que será el hilo conductor a lo largo de ella– es si realmente existen juegos que puedan sensibilizar respecto a algunas de las realidades problemáticas del Sur.

A continuación, haremos un recorrido por cuatro de estos videojuegos, fijándonos especialmente en los contenidos que tratan, en los mensajes que lanzan al jugador y qué enfoque se da desde la simulación de realidades como el hambre y la pobreza.

Food Force²³

Empezaremos por el videojuego para ordenador más exitoso entre aquellos que tratan las problemáticas de la pobreza, el hambre y la seguridad alimentaria: *Food Force*. Este juego es una propuesta “lúdica” elaborada por el Programa

20. *Ibidem*.

21. [en línea] <http://www.seriousgames.dk/>

22. [en línea] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6059026.stm>

23. [en línea] <http://www.food-force.com/es/>

Mundial de Alimentos (PMA) de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) que se presentó en 2005 y que, según datos de esta organización, ya han jugado más de 5 millones de personas *on-line*²⁴.

El juego está indicado para niñas y niños de entre 8 y 13 años y su misión es guiar a expertos del Programa Mundial de Alimentos para que entreguen alimentos a las poblaciones afectadas por catástrofes humanitarias²⁵.

El juego consta de seis mini juegos en los que se reproducirán los diferentes pasos a dar para lograr llevar a cabo con éxito el trabajo del PMA, aprovisionando con comida a las millones de personas que se encuentran reagrupadas en la ficticia isla Sheylan, lugar en el que se desarrolla el juego al completo²⁶.

Así, las diferentes misiones se basan en los siguientes objetivos:

1. *Air Surveillance*: el jugador pilota un helicóptero con el que tiene que encontrar a las personas en situación de hambre extrema bajo la presión del tiempo.
2. *Energy Pac*: esta vez se potencia el poder de acierto y cálculo de los jugadores, ya que tienen que crear una dieta equilibrada con recursos limitados.
3. *The Food Drop*: en esta ocasión el jugador pilota un avión del cual tiene que lanzar paquetes de comida a aquellas áreas a las que no haya acceso por carretera.
4. *Locate & Dispatch*: hay que resolver a contra tiempo un rompecabezas basado en la logística de alimentos. El jugador tiene que organizar las compras y donaciones del extranjero para la isla de Sheylan para alimentar la región durante seis meses.
5. *The Food Run*: una serie de mini pruebas en las que hay que conducir un camión con ayuda a las zonas damnificadas. Entre las pruebas está la de desminar una zona de paso o reconstruir un puente.
6. *Future Farming*: hay que utilizar la ayuda alimentaria para conseguir que en 10 años la isla de Sheylan pueda autoabastecerse a través de un desarrollo sostenible. Hay que elegir si se potencia la alimentación en las escuelas, la prevención del VIH/SIDA o la nutrición básica de la población.

Tal y como indican los propios responsables del juego estas misiones muestran y ayudan a explicar los siguientes términos vinculados al hambre²⁷:

24. [en línea] <http://www.spielerratgeber-nrw.de/?siteid=1478>

25. [en línea] <http://www.food-force.com/index.php/teachers/>

26. [en línea] http://www.aulainter-cultural.org/article.php3?id_article=793

27. [en línea] <http://www.food-force.com/index.php/teachers/>

- ¿Qué es el hambre y quiénes lo padecen?
- ¿Por qué hay personas con hambre y malnutridas?
- ¿Qué podemos hacer para erradicar el hambre?

Destacan además que de esta manera el jugador obtiene una visión de cómo funciona la ayuda alimentaria tanto en situaciones de emergencia como en proyectos de desarrollo de larga duración. Para poder entender todos estos procesos los creadores del juego aconsejan jugarlo íntegramente, lo cual le llevará al jugador alrededor de una hora y media²⁸.

A través de este juego los niños y niñas contactan con una realidad que normalmente les es muy ajena. Para el responsable de comunicación del PMA, Neil Gallagher, “Los niños y niñas en los países desarrollados no saben lo que es tener que irse a la cama con el estómago vacío y vivir con la constante amenaza de la inanición. De una manera dinámica y apasionante Food Force despertará el interés y la comprensión de los niños y niñas respecto al hambre, realidad culpable de más muertes que el SIDA, la malaria y tuberculosis conjuntamente”²⁹.

3rd World Farmer³⁰

Otro de los videojuegos que trata la misma temática que *Food Force* es el juego *on-line* para ordenador llamado *3rd World Farmer*. Como indica el propio nombre de esta propuesta, creada por un grupo de estudiantes de la IT University de Copenhague en 2005, el jugador adopta el rol de un agricultor de un país en vías de desarrollo, en este caso en un país del África Subsahariana.

Como resaltan los propios creadores de este software lúdico “3rd World Farmer es una simulación de los mecanismos del mundo real que causan y mantienen la pobreza en los países del Tercer Mundo”³¹.

La misión del jugador, que en este caso se identifica con las víctimas de esta situación al adoptar el rol de un granjero en el África Subsahariana, es trabajar en su campo para intentar mantener a su familia. Pronto encontrará diferentes problemas, tales como sequías, ataques de la guerrilla o hasta una guerra civil que harán más difícil o casi imposible su subsistencia.

28. *Ibíd.*

29. WFP: “WFP launches Food Force the first humanitarian video games”, p.1, disponible en: <http://www.food-force.com/downloads/Food%20Force%20launched%20at%20Bologna.pdf>

30. [en línea] <http://3rdworldfarmer.com/>

31. [en línea] <http://3rdworldfarmer.com/About.html>

De este modo el jugador se ve enfrentado con unas realidades, que si bien para los habitantes de las regiones del Norte del mundo suenan a ficción, en el caso africano son, lamentablemente en muchos casos, parte de su cruda realidad.

Además, el jugador enfrentará situaciones que conlleven difíciles decisiones y de importante impacto. Por ejemplo, en un momento del juego se le ofrece al granjero la opción de “recibir basura química” de una empresa occidental a cambio de una cuantía monetaria de 75 \$.

Con este dinero el granjero puede plantar varias parcelas de maíz, trigo o algodón y hasta comprar ganado, pero ¿debe rendirse ante este tipo de ofertas? Aunque en el mensaje la empresa hable de unos barriles “inofensivos” el jugador debe tener en cuenta que a largo plazo esta basura puede conllevar la muerte de uno de los miembros de la familia. Por otro lado, este dinero puede salvarles de la inanición ya que con los 75 \$ puede mantener a su familia durante un tiempo.

La necesidad extrema de la familia del granjero hará que, aunque en un principio se intenten rechazar las diferentes ofertas, finalmente se vea “obligado” a aceptar estos dudosos acuerdos, ya que serán la única fuente de ingresos cuando las adversidades meteorológicas arruinen las cosechas del *3rd World Farmer* y cuando, por la falta de alimentos, los miembros de la familia se vayan muriendo.

La confrontación con este tipo de situaciones y la identificación con los personajes son los elementos claves para que los autores del juego lo consideren “una revelación para aquellos que se han acostumbrado a los medios ordinarios de comunicar la desesperación del Tercer Mundo. Nuestro objetivo es que todo el mundo juegue a *3rd World Farmer* y que consigamos hacerle reflexionar, hablar e intentar cambiar esta realidad”³².

La cuestión es: ¿se puede ganar en el juego? La respuesta es: no. De hecho, tal y como destacan los creadores: “el juego de hecho no es ni justo ni divertido. Intentamos que el jugador experimente estas injusticias, más allá de que se las cuenten, para de esta forma estimular una reflexión más profunda y personal sobre los tópicos que trata el juego”³³.

Entonces, ¿cuál es la finalidad de *3rd World Farmer*? Sensibilizar y persuadir a los jugadores a cambiar la realidad a la que ellos han jugado. El mensaje

32. *Ibíd.*

33. [en línea] <http://gamepolitics.livejournal.com/318127.html>

final del juego deja constancia de ello de la siguiente forma: al aparecer “Game Over”, después de que todos los miembros de tu familia hayan muerto, en la pantalla se lanza el siguiente mensaje a los usuarios: “Cerca de 24.000 personas mueren al día por hambre o causas asociadas, pincha aquí y ve cómo hacer la diferencia”. Al pinchar en el enlace nos lleva a una página del propio juego en la que nos lanzan el siguiente mensaje: ¿reglas de juego injustas? ¿No te parece un juego divertido? Piensa en las personas para las que esto no es un juego, sino su día a día. Por favor visita las diferentes organizaciones que aparecen en esta página para saber cómo puedes ayudar”³⁴.

Darfur is Dying³⁵

En tercer lugar hablaremos de *Darfur is Dying*, un juego *on-line* creado por unos estudiantes de la Universidad Sur de California y que se proclamó ganador en un concurso de videojuegos lanzado por la cadena de televisión musical MTV en asociación con la Fundación de Derechos Humanos de Reebok e Internacional Crisis Group³⁶.

El juego fue lanzado por Internet en abril de 2006 y hasta el momento más de 1 millón de jugadores³⁷ se han dejado “sensibilizar” de la realidad sudanesa. Cada uno de estos jugadores se convierte en una víctima de un país del Sur, en este caso interpreta el papel de un refugiado de Darfur.

Así, al comienzo de *Darfur is Dying*, el jugador se ve “transportado” hacia uno de los casos más graves de violación de Derechos Humanos del planeta que Human Rights Watch describe de la siguiente manera: “el gobierno de Sudán es responsable de una “limpieza étnica” y crímenes contra la humanidad llevados a cabo en la región oeste de Sudán, fronteriza con Chad, que se está llevando a cabo dentro del contexto de un conflicto interno en Darfur, uno de los países más pobres y menos accesibles del mundo”³⁸.

Nada más empezar el juego hay que elegir un personaje entre los ocho que son presentados. Tenemos un padre de familia, una madre de familia y seis menores, tres chicas y tres chicos, entre los que elegir. Una vez se haya seleccionado el personaje éste deberá llevar a cabo su primera misión: conseguir llevar agua al campamento sin que las milicias Janjaweds le capturen.

34. [en línea] <http://www.3rdworldfarmer.com/links.html>

35. [en línea] <http://www.darfurisdying.com/>

36. [en líneas] <http://www.darfurisdying.com/spanish/aboutgame.html>

37. KANTORWITZ, Tiby: “Serious Games: Darfur is dying”, disponible en: <http://www.digiative.org/2009/08/01/serious-games-darfur-is-dying/>

38. [en línea] <http://www.hrw.org/legacy/photos/2005/darfur/drawings/introduction.htm>

Hay un personaje que no se puede elegir para la primera misión: Rahman, el hombre adulto. Al intentar seleccionarlo para esta tarea aparece un letrero informativo que nos apunta lo siguiente: “No es común que un hombre adulto vaya en busca de agua, ya que probablemente será asesinado por la milicia Janjaweed”. Una afirmación clara que no difiere por la vida en los campos de refugiados reales de Sudán.

Sabiendo que tenemos que prescindir de Rahman, tenemos que elegir uno de los restantes siete personajes, adentrándonos en una primera misión. En el caso de ser capturado y no conseguir finalizar la tarea encomendada nos encontraremos con un segundo mensaje clarificador respecto a la realidad de los refugiados de Darfur. Si hemos seleccionado a la mujer adulta y ella ha sido capturada por la milicia en la pantalla aparece la siguiente información: “Rutinariamente las mujeres van en busca de agua, leña y comida. Si bien es cierto que una mujer adulta pueda llevar una carga más pesada para su familia, ella se enfrenta a un grave riesgo de violaciones o abuso si es atrapada”.

De esta manera se genera directamente un vínculo entre la simulación en la que participa el jugador y la realidad que tienen que vivir los 2,5 millones de refugiados de Darfur³⁹ para sobrevivir.

Esta vinculación se ve reforzada en algunos momentos del juego cuando por ejemplo se le ofrece la oportunidad al jugador de firmar una petición dirigida al presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, en la que se le pide que no se olvide de Darfur.

Más adelante en el juego, una vez se haya alcanzado el campamento de refugiados, la labor del jugador se centrará en la realización de las siguientes tareas: obtener comida, construir refugios, recolectar agua y conservarse saludable para lograr mantener a salvo el campamento durante una semana.

La pregunta que uno se plantea en relación a este juego es con qué finalidad fue creado. Según Susana Ruiz, una de las estudiantes que elaboró el juego, la elaboración de este juego se realizó con una doble intencionalidad: “En un primer nivel sería bueno saber que el jugador al acabar la partida sepa algo más sobre lo que está ocurriendo en Darfur que antes de jugar el juego. Además, en el caso de que se animen a participar en algunas de las ‘activist tools’ habremos conseguido trasladar un efecto del juego a la realidad [...] consiguiendo

39. FROSTRUP, Mariella: “Save us from hell of Darfur say refugees”, publicado en *The Guardian*, disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2007/sep/09/sudan>

que un medio interactivo/participativo puede ayudar a solventar distancias tanto físicas como ideológicas”⁴⁰.

Ayiti: The Cost of Life⁴¹

Otro juego que debemos tener en cuenta a la hora de analizar los videojuegos que pueden sensibilizar es, sin lugar a dudas, *Ayiti: The Cost of Life*. Este videojuego, lanzado a través Internet en 2006 y con acceso gratuito, fue creado por estudiantes de escuelas secundarias a través del programa Global Kids⁴² y con el apoyo de Gamelab⁴³.

En *Ayiti: The Cost of Life* el jugador debe conseguir que la familia Guinard, que habita en una región rural de Haití, sobreviva durante cuatro años y a poder ser mejore sus condiciones de vida. Para ello, el jugador deberá asegurarse de que todos los miembros de la familia, Jean, el padre, Marie, la madre y sus tres hijos: Patrick, Jacqueline y el pequeño Yves obtengan estudios primarios y cuenten con un buen estado de salud.

Lo que en un principio se presenta como una misión bastante fácil de lograr realmente se convierte en todo un reto. En este sentido, uno de los principales problemas es que el dinero con el que se cuenta es muy reducido y hace difícil el logro de sus objetivos.

Un ejemplo: Al comienzo del juego se cuenta con 300 goud para toda la familia. Con este dinero debemos mantener a la familia alimentada e intentar darles una buena educación. Si decidimos mandar a los menores a la escuela, el coste de la escuela infantil rural es de 42 goud por alumno, si decidimos mandar a los tres menores a la escuela privada el coste se eleva a 126 goud por cabeza pero tendremos opciones para que más tarde puedan acceder a estudios superiores. ¿Qué hacer? La respuesta no es nada fácil, teniendo en cuenta que si ponemos a trabajar a los menores nos pagarían 84 goud por cada estación del año. ¿Apoyamos que los niños trabajen o apostamos por darles una educación primaria?

Además, a medida que avancemos en el juego habrá sucesos fortuitos que afectarán directamente a la calidad de vida de los Guinard. En un momento

40. [en línea] <http://www.lup.com/do/blogEntry?bId=7463856&publicUserId=5434832>

41. [en línea] <http://ayiti.newzcrew.org/ayitiunicef/>

42. Global Kids es una ONG ubicada en Brooklin, Nueva Cork, que busca concienciar a los estudiantes a través de los videojuegos sobre temas sociales y lograr que esos estudiantes participen en la creación de nuevos video juegos que conciencien. Información disponible en: <http://www.holymeatballs.org/p4k.htm>

43. [en línea] http://www.unicef.org/voy/explore/rights/explore_3142.html

del juego se nos informa de la llegada de un huracán. Tenemos dos opciones: destinar 150 gouds para asegurar nuestra casa o no gastar nada y esperar que el fenómeno no nos dañe. ¿Gastamos la mitad del presupuesto cuatrimestral a protegernos del huracán o invertimos en los estudios de los menores? En caso de no tener la posibilidad de protegernos del huracán, una vez llegue hasta nuestra casa hará que perdamos todas nuestras pertenencias y no tengamos dinero ni para comer.

Este tipo de decisiones que tienen repercusiones en el futuro de la familia Guinard nos acompañarán durante todo el juego y, en algunos casos, nuestra decisión podrá costarle la vida a alguno de los miembros de la familia.

La simulación de la realidad más dura nos llega cuando ya no tenemos dinero y uno de los miembros de la familia cae enfermo. Según nuestro criterio lo más sensato es llevarle al centro médico para que allí le puedan ayudar, pero al entrar por la puerta se nos informa de que el tratamiento vale dinero y que al no contar con lo suficiente, no vamos a poder ser atendidos.

La desesperación del jugador al no poder mantener a la familia y darle una vida digna se ve reflejada en los blogs en los que los jugadores comentan sus percepciones respecto al juego. Así, aparecen comentarios como que⁴⁴: “El juego es realmente depresivo, representa los problemas reales del Tercer Mundo”, “Con este juego aprendí una lección” o “¿No les puedo dar el dinero de mi café a mediodía?”, etc.

Free Rice⁴⁵

Por último queremos destacar un juego web que, si bien en su elaboración es más simple que los anteriores, sus efectos son realmente sorprendentes. Se trata de *Free Rice*, un juego similar al *Trivial* en el que al jugador se le plantean preguntas tipo test sobre diferentes temáticas como son: vocabulario inglés, geografía, química, física, arte, etc.

Si bien este juego no representa una herramienta de sensibilización respecto al hambre o la pobreza, ya que el contenido del juego no se fundamenta en estas realidades, sí podemos hablar de una herramienta comunicacional que lleva hacia la acción directa.

A través de *Free Rice* el jugador logra donar 10 granos de arroz cada vez que acierte una pregunta del quizz. Por este motivo, hemos querido destacar esta

44. [en línea] <http://forum.dvdtalk.com/other-talk/486105-ayiti-cost-life-most-depressing-flash-game-youll-ever-play.html>

45. [en línea] <http://www.freerice.com/>

iniciativa en el artículo, ya que demuestra que el videojuego puede servir para llamar a la acción a personas ya sensibilizadas con la problemática del hambre y la pobreza⁴⁶.

Para poder llevar a cabo esta acción *Free Rice* cuenta con el apoyo de varios patrocinadores que se ocupan de la compra de los granos, su distribución y demás costes en los que incurre la página. Una vez obtenido el arroz quien se ocupa de la distribución del mismo es el PMA.

De este modo a través de unos clicks en el ratón del ordenador podemos mandar nuestra pequeña ayuda real a algunos de los países más necesitados. En el caso de *Free Rice* los beneficiarios directos son los habitantes de: Bangladesh, Cambodia, Bhutan, Uganda y Nepal⁴⁷.

La pregunta que uno lógicamente se plantea es si realmente a través de un juego y acertando unas simples preguntas se puede ayudar a erradicar el hambre en algunas regiones del mundo. Según Ralf Südhof, el máximo representante del PMA en Alemania “el dinero conseguido a través de Free Rice se destina en un 100% a proyectos concretos del PMA de Naciones Unidas”⁴⁸.

El éxito de este simple juego, a través del cual se le da al jugador la opción de participar activamente en la lucha contra la pobreza a través de un momento lúdico, ha hecho que desde que se lanzara el juego el 7 de octubre de 2007 y hasta el 7 de octubre de 2009 se hayan recolectado 69.024.128.710 granos de arroz⁴⁹.

Esto significa que gracias a los jugadores que hayan entrado en la página de *Free Rice* y hayan participado en los diferentes juegos de preguntas⁵⁰:

- 27.000 refugiados de Birmania han obtenido comida durante dos semanas en los campos de refugiados en Bangladesh.
- 66.000 escolares en Uganda han recibido comida desde *Free Rice* durante una semana.
- 108.000 refugiados bhutaneses en Nepal se han alimentado de arroz durante tres días.

46. En un principio eran 20 semillas de arroz que se donaban, pero a raíz de la crisis económica mundial se han reducido a la mitad. Información disponible en: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,615741-2,00.html>

47. [en línea] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7088447.stm>

48. NEUMANN, Carolina: “Das dubiose Spiel mit dem sozialem Gewissen”, disponible en: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,615741-2,00.html>

49. [en línea] <http://www.freerice.com/totals.php>

50. Datos disponibles en: <http://www.freerice.com/faq.html>

- 750.000 damnificados por el ciclón en Birmania fueron alimentados durante tres días.

Conclusiones

“En el momento que los videojuegos sean un medio de comunicación maduro servirán para infinidad de propósitos. Es como con el cine. Al principio pensamos utilizarlo sólo como entretenimiento, pero finalmente vimos que también sirve para el ámbito de la educación, la política y en la promoción de ideas.”

Henry Jenkins⁵¹

Después de haber realizado un breve recorrido por diferentes *Persuasive Games*, tales como *Food Force*, *3rd World Farmer*, *Darfur is Dying*, *Ayiti: The Cost of Life* y *Free Rice* podemos constatar que estos juegos realmente lanzan un mensaje sensibilizador y de cambio respecto a la problemática de la pobreza y el hambre en el mundo.

Sabemos que es difícil medir la “sensibilización”, pero creemos haber encontrado algunos indicadores que demuestran que realmente estos juegos han logrado su objetivo: concienciar.

Por ejemplo: a través de *Darfur is Dying* se mandaron más de 25.000 cartas al anterior presidente de los Estados Unidos, George W. Bush Jr. y al Congreso de Estados Unidos exigiendo un cambio en la política estadounidense respecto a esta crisis múltiple y un apoyo real por parte de la Administración a los refugiados⁵².

Aunque estos juegos gratuitos cuentan con un número importante de jugadores, recordemos las más de 5 millones de descargas de *Food Force* o más del millón de jugadores de *Darfur is Dying*, no podemos afirmar que todos ellos estén sensibilizados pero, basándonos en unos estudios elaborados por el propio PMA se destaca que “hemos hecho exámenes en Roma y Londres para

51. Profesor del Massachusetts Institute of Tecnology que estudia el uso de los videojuegos en las aulas.

52. THOMPSON, Clive: “Saving the world, one Video Game at the Time”, disponible en: <http://www.nytimes.com/2006/07/23/arts/23thom.html?pagewanted=1&ei=5090&en=5737158797091966&ex=1311307200&partner=rssuserland&emc=rss>

probar el videojuego con diferentes grupos de edades y la respuesta ha sido excelente. Los niños recuerdan el 75 por ciento de la información que recibieron en el juego”⁵³.

Este tipo de aceptación por parte de los más jóvenes nos aseveran en la idea de que son unos receptores óptimos en este proceso comunicacional que busca un cambio de actitud respecto a la realidad. Por ello creemos que los videojuegos deben ser considerados como una herramienta útil y eficaz a la hora de comunicar y sensibilizar sobre las diferentes problemáticas que se destacan en los Objetivos del Milenio.

Si sensibilizamos y hacemos conscientes a los niños y niñas de la necesidad de un cambio en las sociedades actuales, estaremos apostando porque en un futuro ellos sean los motores de transformación y el mundo sea más igualitario y justo.

Bibliografía

- AMNISTÍA INTERNACIONAL: “Haz clic y tortura: Videojuegos, tortura y violación de derechos humanos”, disponible en: <http://www.amnistiacatalunya.org/edu/es/videojuegos/not-videojuegos222.html>
- BENITO GARCÍA, José María: “El mercado de los videojuegos: unas cifras”, *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO* 14, nº 7, 2005.
- BERNART CUELLO, Antònia: “Los videojuegos: acceso directo a las nuevas tecnologías”, *Revista Comunicación y pedagogía*, nº 216, 2006.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, Enrique Javier; TERRÓN BAÑUELOS, Eloísa; ROJO FERNÁNDEZ, Javier: “Violencia y videojuegos”, disponible en: http://www.uch.ceu.es/principal/gestionarblogsCeu/imagenesBlog/6_2008/29251830_06_2008.pdf
- FROSTRUP, Mariella: “Save us from hell of Darfur say refugees”, publicado en *The Guardian*, disponible en: <http://www.guardian.co.uk/world/2007/sep/09/sudan>
- KANTORWITZ, Tiby: “Serious Games: Darfur is dying”, disponible en: <http://www.digiactive.org/2009/08/01/serious-games-darfur-is-dying/>
- NEUMANN, Carolina: “Das dubiose Spiel mit dem sozialem Gewissen”, disponible en: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,615741-2,00.html>
- SCHNELL, Constantin: “In Serious Games verschmelzen Ernst und Spass”, disponible en: <http://www.mediaculture-online.de/Serious-Games.1565.0.html>

53. [en línea] <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3548230.stm>

THOMPSON, Clive: “Saving the world, one Video Game at the Time”, disponible en: <http://www.nytimes.com/2006/07/23/arts/23thom.html?page-wanted=1&ei=5090&en=5737158797091966&ex=1311307200&partner=rssuserland&emc=rss>

WORLD FOOD PROGRAMME: “WFP launches Food Force the first humanitarian video games”, p.1, disponible en: <http://www.food-force.com/downloads/Food%20Force%20launched%20at%20Bologna.pdf>