

# INFORME SOBRE VIDEOJUEGOS

Pamplona, octubre de 2002

Índice:

I.- LOS VIDEOJUEGOS COMO FENÓMENO SOCIAL.

II.- TIPOLOGÍA.

III.- PARTIDARIOS Y DETRACTORES.

IV.- UNA APROXIMACIÓN A LA VIOLENCIA EN PANTALLA.

V.- INFLUENCIA DE U.S.A. Y JAPÓN.

VI.- ESTUDIO DISEÑADO Y DIRIGIDO POR LA FUNDACIÓN DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN(FAD),EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD (INJUVE) Y LA OBRA SOCIAL DE CAJA MADRID

VII.- NORMATIVA REGULADORA. INFORME DE LA LETRADA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE NAVARRA.

## I.- LOS VIDEOJUEGOS COMO FENÓMENO SOCIAL

Los videojuegos constituyen un fenómeno popular que se inserta en el proceso de desarrollo tecnológico que experimenta nuestra sociedad. Como tales juegos se introdujeron en Estados Unidos a principios de los años setenta con un éxito sin precedentes en los salones recreativos hasta entonces ocupados en máquinas tragaperras y en máquinas de juego conocidas en España como "flippers"

Los videojuegos constituyen una de las actividades de ocio y entretenimiento más extendidas y practicadas en nuestros días. Además, su campo de actuación, desde la segunda mitad de la década de los ochenta, se ha ampliado y ha sobrepasado la frontera del entretenimiento abriendo posibilidades de uso en el ámbito educativo.

Frente a la polémica que suscita su uso, en especial por la cantidad de contenidos agresivos y relacionados con distintas formas de violencia, a veces muy sofisticada, una ingente cantidad de juegos con formatos, temáticas y ritmos muy desiguales, cuentan cada vez

con más adeptos que intercambian información, experiencias y desafíos, formando parte de una comunidad en construcción.

Son más los jugadores que las jugadoras y la gran mayoría viven esta experiencia como una más entre las ofertas de ocio y consumo de que disponen. Es muy importante considerar que los videojuegos crean un espacio de privacidad, incluso de aislamiento, pero también forman parte de las actividades que se comparten con los amigos.

El videojuego designa tanto el "hardware" como al "software" (este doble significado del término no aparece tan acentuado cuando el hardware utilizado es el ordenador personal, pero alcanza un elevado grado de confusión en el caso de las consolas domésticas y portátiles, que son a menudo denominadas también videojuegos) Probablemente esto se deba a que, en el caso del ordenador personal, existen otras múltiples funciones además de la de servir de soporte técnico para jugar con videojuegos, cosa que no ocurre con las consolas, específicamente diseñadas para jugar.

La utilización que niños y jóvenes hacen de esta forma de ocio y la incidencia que tiene el uso de los videojuegos sobre su comportamiento, constituye un fenómeno que, en ocasiones, cobra relevancia social, normalmente al hilo de acontecimientos que se relacionan, de manera estereotipada, con los aspectos más conflictivos de estos juegos electrónicos, pero que sin duda suponen alarma entre padres, educadores y estudiosos que contemplan de manera comprometida el mundo que nos rodea.

En este trabajo intentaremos aproximarnos a un fenómeno social con características de gran complejidad, derivadas de la ininterrumpida aparición en el mercado de juegos muy sofisticados, de temáticas relacionadas en alto porcentaje con la violencia, así como de la importancia de su utilización en edades cada vez más tempranas, llegando, si fuera posible, con nuestra aportación a una mayor comprensión del alcance de un sector que incide de manera creciente en el ocio infantil y juvenil.

Tratándose, además, de un segmento muy significativo de la cultura juvenil del presente y sin duda del futuro, deseamos mantener una mirada atenta y en ocasiones muy crítica sobre la infinidad de fenómenos sociales que nos conciernen y compartirlos con otras personas, grupos e instituciones interesados en conocer aspectos determinantes que inciden definitivamente en el mundo que nos rodea.

## ALGUNOS DATOS QUE INTERESAN.

Un 47% de jóvenes españoles entre 10 y 25 años reconoce estar enganchado a algún videojuego. Los que más enganchan son los de acción. La violencia es un reclamo fundamental, según la opinión de Gonzalo Suárez, creador de Comandos, juego español que triunfa en suelo internacional. Y no son casos excepcionales los que juegan de diez de la noche a siete de la mañana.

Las generaciones que han crecido sin videojuegos sienten rechazo inicial pero se aficionan después de haber comprado una consola a sus hijos y de que los ingredientes se vayan diversificando a la hora de captar adultos. Socialización y comunicación se han convertido en valores añadidos que transforman por completo la naturaleza del mercado: ya no se compete directamente con la máquina, sino que se potencia la competición entre usuarios que además pueden mantener conversaciones ajenas al juego.

Un dato interesante será saber que la industria del videojuego generó 7.600 millones de euros en 2000 y se estima que en 2005 su facturación mundial será cuatro veces superior a la de la industria cinematográfica de Hollywood.

El mercado del videojuego es ya una batalla tecnológica con su integración en la telefonía móvil, lo que permitirá una velocidad 100 veces superior que en las redes convencionales, como informa la experta Lissi Sánchez.

## II.-TIPOLOGÍA DE LOS VIDEOJUEGOS.

Cualquier aproximación al concepto de juego, aunque breve y genérica, tiene por fuerza que hacer mención a ciertas potencias que la actividad lúdica lleva consigo. No nos podemos, pues, sustraer a las muchas teorías existentes que explican el juego por su funcionalidad, en lo que influye, tanto individual como socialmente, inmediatamente después de la experiencia de haberlo puesto en práctica. Tanto Haywood (1993) como Franch y Martinell (1994) mantienen que el juego afecta a cuatro dimensiones fundamentales del individuo:

-----Al desarrollo motor: estimula la precisión gestual, la coordinación de movimientos, el aumento de la fuerza y la velocidad.

-----Al desarrollo intelectual: comprensión del funcionamiento de las cosas, solución de situaciones, elaboración de estrategias de actuación, etc.

-----Al desarrollo afectivo: estimula la comprensión y maduración de experiencias de la vida, implica confianza e incide en otros ámbitos del desarrollo realizando una actividad libre y placentera con un importante poder de evasión temporal.

-----Al desarrollo social: tiene que ser entendido como una forma fundamental de relación social.

Según A. Martín y colaboradores en su trabajo sobre actividades lúdicas para jóvenes, dedican un apartado específico a los videojuegos, centrándose fundamentalmente en los juegos de ordenador. Estos autores, a partir de las características generales del desarrollo del juego, clasifican los videojuegos en siete tipos distintos:

1.- ARCADE

2.- AVENTURA

3.- ESTRATEGIA

4.- JUEGOS DE ROL

5.- SIMULADORES

6.- EDUCATIVOS

7.- JUEGOS DE MESA

Sin embargo, se considera una clasificación más completa la que desarrolló Estallo en 1995, que combina dos criterios distintos: por un lado las habilidades y recursos psicológicos necesarios para el juego y, por otro, el desarrollo y temática del juego en sí. De esta forma se

establecen cuatro grandes divisiones: juegos de Arcade, de simulación, estratégicos y reproducciones de juegos de mesa.

#### 1.- JUEGOS DE ARCADE:

Aquéllos que requieren un ritmo rápido de juego, exigiendo tiempos de reacción mínimos y una atención focalizada. Apenas cuentan con un componente estratégico.

#### 2.- JUEGOS DE PLATAFORMA:

En los que el protagonista se halla en un escenario bidimensional desplazándose de izquierda a derecha y de arriba abajo.

#### 3.- LABERINTOS:

Cuyo eje central es el escenario que reproduce un laberinto de considerable extensión.

#### 4.- COMPETICIONES DEPORTIVAS:

Que reproducen deportes distintos.

#### 5.- JUEGOS DE ACCIÓN:

De trepidante desarrollo lineal, donde los escenarios varían al eliminar el número de enemigos suficiente.

#### 6.- JUEGOS DE SIMULACIÓN:

Simulan actividades o experiencias raramente accesibles en la vida real. Permiten al jugador asumir el mando de situaciones o tecnologías específicas. Entre sus características principales destacan: la baja influencia del tiempo de reacción en comparación con los juegos de arcade.; la utilización de estrategias complejas y la necesidad de enfrentarse a situaciones nuevas que exigen conocimientos específicos sobre la simulación.:

1.- Simuladores instrumentales: simuladores de vuelo utilizados en el entrenamiento de pilotos aéreos.

2.- Simuladores situacionales: el jugador asume un papel específico:

-----A)----simuladores deportivos: golf, ajedrez, etc., papel de entrenador, seleccionando jugadores o planificando estrategias.

-----B)----simuladores de "Dios": bioeconómicos, socioeconómicos y mitológicos. Los primeros en relación con el desarrollo de la vida, los segundos en que el tema argumental es el económico y los terceros invitan al jugador a asumir el papel de una divinidad que ejerce su poder a expensas de otros dioses.

### JUEGOS ESTRATÉGICOS:

El jugador adopta un papel específico y solo él conoce el objetivo final. Con frecuencia los personajes son de ficción y provienen del mundo de la literatura y el cine:

- 1.- Aventuras gráficas, donde la acción se desarrolla a través de las órdenes del jugador, utilizando una serie de objetos que van apareciendo en los distintos escenarios.
- 2.- Juegos de Rol, donde el jugador puede controlar a más de un protagonista de características definidas por el propio usuario.
- 3.- Juegos de estrategia militar o "war-games", similares a los juegos de mesa de estrategia militar.

### REPRODUCCIONES DE JUEGOS DE MESA:

Con el mismo desarrollo de sus originales.

### III.- PARTIDARIOS Y DETRACTORES.

Según los autores Lin y Lepper, los partidarios de este tipo de juegos los defienden como fuente de aprendizaje, de diversión, de promover la coordinación óculo-manual y de enseñar habilidades específicas de visualización espacial e incluso matemática. Se aprende a "aprender" en entornos nuevos. Los videojuegos pueden llegar a reforzar la autoestima entre jugadores con dificultades de adaptación y pueden servir como iniciación en el mundo de la informática.

Los críticos, según estos autores, mantienen que los videojuegos pueden desplazar el tiempo dedicado al estudio o a la realización de otras actividades de ocio y pueden apoyar una tendencia a la marginación y promover la alienación entre adolescentes socialmente marginados. Su contenido violento y frenético puede promover conductas impulsivas y agresivas entre sus usuarios, de tal forma que, en los casos más extremos, los videojuegos pueden llegar a ser considerados como agentes del fracaso escolar y fomentadores de la delincuencia. Anecdóticamente se les ha acusado de propiciar enfermedades como la tendinitis.

#### A FAVOR:

Entretienen.

Ejercitan la coordinación oculo-manual.

Estimulan la capacidad de lógica y reflexión.

Ayudan a concentrar la atención.

Son una introducción a la informática.

Son un potencial muy adecuado para distintas aplicaciones sociales.

#### EN CONTRA:

Provocan adicción.

Promueven conductas violentas.

Aíslan socialmente.

Limitan la imaginación.

Restan tiempo a otras actividades.

Afectan de manera negativa al rendimiento académico.

Llegados a este punto hay que señalar que el fin de este informe es hacer llegar a la sociedad la necesidad de ir al mismo ritmo de actuación en un ámbito tecnológico relacionado con el ocio, de transformaciones constantes a velocidad vertiginosa. La normativa existente se debe cumplir escrupulosamente y, en caso contrario, sancionar a quien corresponda por quien corresponda. Es claro

asimismo que hay que legislar urgentemente en el caso de que exista vacío en ese terreno. Vigilancia por parte de órganos de vigilancia del cumplimiento de la normativa vigente y vigilancia constante en un mundo en constante transformación.

#### IV.- UNA APROXIMACIÓN A LA VIOLENCIA EN PANTALLA

Desde la Asociación Plaza del Castillo de usuarios de medios de comunicación, telespectadores y radioyentes, integrada en la federación ibérica FIATYR, conformada por 17 asociaciones de España y Portugal y miembro de Euralva y del Consejo Mundial de la Radio y la Televisión, deseo hacer llegar al Consejo Audiovisual de Navarra la preocupación que nos trasmite una parte muy importante de la sociedad sobre la proliferación de videojuegos y el fácil acceso de niños y jóvenes a ellos cualesquiera que sean sus contenidos.

Sabida es la facilidad con que las nuevas generaciones se relacionan con las tecnologías mas avanzadas y con los cambios vertiginosos que, en especial en materia de ocio, se producen sin descanso, hecho que propicia el que gran parte de las novedades se incorporen al ámbito de la diversión y del entretenimiento sin haber siquiera podido reposar en el imaginario colectivo el tiempo suficiente como para elaborar las normativas correspondientes.

Como es muy natural, ésta es la cara más ingrata del asunto, puesto que el hecho en sí mismo de que tengan enorme facilidad para desenvolverse supone una ventaja por lo que supone de aprendizaje, asimilación y conocimiento de cuanta materia se presente y que no tenga las características, como es el caso en ocasiones, de banalización y presentación de la violencia más descarnada .

No es de extrañar, pues, la preocupación de padres, educadores, sociedad en general, por muchos de los aspectos que en relación con los sectores de la población mas vulnerables se justifican o ponen en marcha para enriquecer circuitos comerciales sin escrúpulos cuando se deja al libre albedrío del comerciante la distribución y venta de material francamente indeseable. Es un ámbito de la suficiente importancia como para que se haga cumplir la normativa o se endurezca la legislación vigente y se inste a su cumplimiento.

Uno de los principales aspectos a considerar cuando nos referimos a las nuevas tecnologías y a la gran facilidad con que niños y jóvenes las hacen suyas para formar parte de una gran proporción del tiempo que le dedican al ocio es la relación que existe entre ámbitos

fundamentales de lo "visual": televisión, cine, internet, videos musicales y muy especialmente videojuegos, con relativamente pocos contenidos educativos, enraizados en la propia cultura y abiertos a otras, con gran presencia en cambio de contenidos violentos muy frecuentemente violencia sexual y descarnada, que condiciona en la mente de la persona su comprensión, banalizándola y legitimándola.

En una encuesta reciente realizada en los países nórdicos, por lo general muy desarrollados, hecha a niños hasta 8 años, se daba la circunstancia de que consideraban la forma violenta la más natural de morir sin poder concebir que también se puede morir en la cama.

Desde el punto de vista de las asociaciones que representamos los intereses y derechos de los usuarios de medios de comunicación hay que hacer dos consideraciones fundamentales:

1ª) Las nuevas tecnologías no suponen una mejora en los contenidos. La influencia y el poder de los responsables del panorama actual de la comunicación es enorme puesto que la mayor parte están interrelacionados ya que forman parte de los mismos grupos mediáticos.

2ª) El responsable de lo editado-emitido es siempre el editor-emisor, puesto que hoy está ya mayoritariamente aceptado que la oferta va por delante de la demanda. Es muy frecuente que primero se fomente la violencia, luego se dé la noticia de forma sensacionalista y después sirva de contenido. (Estas circunstancias que pueden parecer descabelladas, las vemos día sí y día también en nuestras pantallas)

Es indudable que gran parte de la violencia que padece nuestra sociedad occidental es la siguiente:

Violencia en centros educativos.

Violencia-delinuencia callejera.

Violencia sexual.

Violencia doméstica.

Es el producto de una contra-cultura que la ha utilizado y la utiliza como elemento imprescindible del ocio.

Sólo en lo que concierne a la televisión, según la Asociación Española de Pediatría, la población infantil contempla doscientos mil actos de violencia antes de cumplir los dieciocho años, naturalmente que no a todos les afecta igual porque si fuera así, y como está escrito, no podríamos andar por la calle. Son precisamente los sectores de

población más desprotegidos económica familiar y culturalmente los más necesitados de que tanto asociaciones como poderes públicos nos preocupemos para dotarles de lo más excelente de la sociedad y no de lo más decadente.

Abundando en el tema de la violencia, hay que reconocer que la BBC emite las noticias con el mismo rigor y veracidad con que puede darlas la mejor cadena de televisión de Europa, pero en los noticiarios no se muestran determinados aspectos que se dan en otras televisiones en las cuales se tratan los sucesos con buena dosis de sensacionalismo (a este respecto conviene recordar los tristemente recientes atentados contra las torres gemelas ) Las imágenes que se hubieran prestado a un amarillismo nunca visto y a unas ganancias millonarias jamás se emitieron, dándonos sin duda en este terreno, una vez más, una lección los países anglosajones. Por supuesto que en el tema que nos ocupa en este informe tenemos mucho que considerar con respecto a las legislaciones vigentes en estos países, así como a su vigilancia y cumplimiento.

Relacionar violencia, televisión y videojuegos tiene mucho sentido, ya que su divulgación indiscriminada ha hecho que los espectadores de cualquier edad, y en especial niños y jóvenes por la cantidad de consideraciones hechas, se acostumbren a ver y disfrutar con la violencia y la acaben considerando como elemento indispensable de sus juegos y diversiones.

Los efectos de la violencia en niños y jóvenes:

1º) Imitan la violencia que ven en televisión, videojuegos etc. (efecto mimético directo)

2º) Se vuelven inmunes al horror de la violencia (insensibilización)

3º) Aceptan la violencia como un modo de resolver problemas.

4º) Se identifican con ciertos caracteres ya sean de víctimas o de verdugos de agredidos o de agresores.

5º) Sobreestiman la violencia real, con aumento de las reacciones de miedo y ansiedad. Para que la televisión o los videojuegos influyan a que la agresividad se transforme en violencia es necesario que se reúnan una serie de condiciones:

-----A) Parecido en edad, sexo y condición socio-familiar del observador con el personaje violento de la pantalla.

-----B) Relación entre la situación real en que vive el niño telespectador y la escena violenta presentada.

-----C) Cuando la violencia presentada tiene éxito y no es castigada.

-----D) Cuando el método violento que se presenta es el más utilizado para conseguir algo.

No sólo los videojuegos, teleseries, películas y publicidad agresiva tienen su cuota de responsabilidad en la generación de violencia infanto-juvenil porque los propios informativos, cuando se recrean en minuciosos detalles violentos de hechos reales-lo que se ha venido a llamar "hiperrealismo informativo"-, contribuyen a hacernos creer que la violencia es algo natural y consustancial a nuestra forma de vivir. El problema serio está, pues, no en que los videojuegos, televisión, etc. nos hagan creer que la ficción es real, sino lo contrario: que lo real es ficción o, como mínimo, reducible a la ficción, a algo "preparado" y, así, desagrada menos e insensibiliza más profundamente.

## V.- INFLUENCIAS DE USA Y JAPÓN

La violencia en los videojuegos se ha convertido, lamentablemente, en algo habitual. Está presente en la mayoría de los juegos. Sin entrar en un debate mayor, esta presencia se puede achacar al origen americano o japonés de casi todos los juegos. Tanto en la cultura estadounidense como en la nipona, la violencia se ve de manera muy distinta a como se ve en Europa y son desde luego estos dos países los que marcan las tendencias dominantes, pues son ellos los que controlan el mercado del videojuego.

El objetivo de casi todos los juegos se puede resumir en una sola palabra: "avanzar". Partiendo de una situación dada por los programadores, el jugador o jugadores (player/s) deberá llegar a un final ya determinado. Para conseguirlo el jugador/es tendrá que ir "pasando fases", siendo el uso de la violencia a veces el medio (o incluso el fin), la manera de terminar el juego. Y es tal la presencia de la violencia en los videojuegos que basándonos en ésta podríamos clasificarlos en dos:

A.-Juegos que se basan en la técnica, la habilidad, la suerte, la inteligencia ... para disfrutar y terminar el juego.

B.-Aquellos que necesitan de actos violentos para "avanzar" y llegar al final.

## JUEGOS "A"

Hay sin duda muchos juegos en donde la violencia no aparece, ni se justifica, ni se necesita. En una breve clasificación tendríamos:

A.1. Deportivos: los de fútbol, olimpiadas, tenis, simuladores de coches y motos, ski... Dentro de los de deportes no se podrían incluir los del género "lucha", viciados ya en su desarrollo por elevadas dosis de irreal violencia ( tekken, street fighter...)

A.2. Habilidad: el popularísimo Tetris y sus variantes. También los "de mesa": ajedrez, mus, backgammon, pinchazo..., ahora en auge por su posibilidad de jugar en internet.

A.3. Desarrollo: son juegos en los que el jugador ocupa un papel "secundario" y se dedica a construir y gestionar una ciudad (sin city), un hospital (theme hospital), un parque de atracciones, un zoo, etc.

A.4. Plataformas o Arcade: para pasar fases (avanzar) hay que recoger monedas, encontrar llaves, saltar, agarrarse a cuerdas, etc. Ejemplo: Sonic, Mario BROS.

## JUEGOS "B" VIOLENTOS

B.1. Violencia como medio. En los que es necesario el uso de la violencia para avanzar sin ser ésta el objetivo del juego. El esquema tipo sería: el bueno (player ) tiene que conseguir algo (una especie de macguffin) y los malos se lo impiden, por lo que hay que acabar-matar con ellos. Los máximos exponentes serían Tomb Raider, Resident Evil Final Fantasy.

Distinguimos de éstos los de Estrategia, sin duda más atractivos y aconsejables, en los que diriges a ejércitos planificando tácticas, administrando bienes, pensando..., y los de Rol, donde estas a cargo de un grupo de aventureros o de uno solo.

Deberíamos incluir aquí también (lo que demuestra la complejidad de la tarea clasificatoria) los popularísimos " de marcianitos".

B.2. Violencia como fin. El objetivo del juego es matar al rival manejado por otra persona o por el propio ordenador. Los más perjudiciales y los que más fervor causan entre "sus" usuarios son los denominados "en primera persona". La acción se ve en primera persona (cual si steadycam se tratara) El, y no alguien manejado por él, es quien realiza las acciones: salta, se agacha, dispara, mata. Son muy populares y se pueden jugar sólo contra el ordenador, pero

están pensados para jugar contra oponentes "humanos", bien en red conectando físicamente varios ordenadores (salas de juegos), o en la red conectándolos via internet. Aquí estarían el Quake, el Duken Nuken, el Counter-Strike, y sus variantes.

Habría que fijarse sobre todo en estos últimos, ya que aunque los propios distribuidores señalan en las cajas de los originales la edad recomendada para poder jugar, basándose en su propio código (ver Anexo), este criterio sólo aparece en la caja y el "pirateo" o copia del original es práctica habitual, y cualquier adolescente motivado por el deseo de jugar a los juegos de moda puede y sabe realizarlas. También hay que contar con el actual, que no futuro, desfase de padres y educadores. Y con el pasotismo de los encargados de salas de juegos para prohibir según la edad de los usuarios según qué juegos.

Se podría exigir a los programadores y distribuidores que incluyan permanentemente en la pantalla mientras se juega el código de autorregulación, con la clasificación por edades del juego: +18, +16, +13, TP.

## VI.- ESTUDIO DISEÑADO Y DIRIGIDO POR LA FUNDACIÓN DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN(FAD),EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD(INJUVE) Y LA OBRA SOCIAL DE CAJA MADRID

La Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), en colaboración con el Instituto de la Juventud (INJUVE) y la obra social de Caja Madrid, han diseñado y dirigido un estudio según el cual seis de cada diez adolescentes españoles entre catorce y dieciocho años juegan con videojuegos frente al 5% que no lo ha hecho nunca. Entre los que realizan esta práctica, cuatro de cada diez lo hace todos los días, por lo que el 25% lo hace diariamente. El sexismo y machismo, la intolerancia y la legitimación de la violencia y coacción son peligros potenciales derivados de esta adicción. Esta información procede de Europa Press y fue publicada por Diario de Navarra el 26 de junio de 2002.

En el estudio se hace hincapié sobre el clima social que gira en torno a éstos juegos "muy similar al de las drogas". El texto refleja que el 35% de los adolescentes está de acuerdo en que los videojuegos aislan, hacen perder la noción del tiempo, crean adicción, incrementan las actitudes violentas o hacen perder la noción de la realidad. Los jugadores describen estos riesgos como peligro de crear

gente "rara" o de caer en el "descontrol", aunque mayoritariamente piensan que esto "les pasa a los otros".

Los expertos encuentran muy parecido este clima al que habitualmente rodea a las drogas. Los jóvenes consideran que los videojuegos tienen aspectos positivos asociados a la modernidad, la comunicación virtual y el desarrollo tecnológico; y otros negativos como el aislamiento y la agresividad.

Es muy importante resaltar que la mayoría de jugadores cree que las personas que tienen un mayor grado de violencia es porque "el mundo es violento" y los que son machistas no es por el juego sino porque "la sociedad lo es".

Los videojuegos violentos son, según éste estudio, los segundos más escogidos por los que utilizan este tipo de entretenimiento. El 32% de los jugadores se decanta por los que tienen que ver con la competición deportiva, seguida por los de combate (27,3%) y los de plataforma (27,1%)

## "JÓVENES Y VIDEOJUEGOS: SIGNIFICACIÓN Y CONFLICTOS"

La edad de iniciación en los videojuegos es anterior a los doce años y mantiene una alta tasa de fidelización, puesto que en torno al 50% de los jugadores llevan siéndolo más de cuatro años, según la investigación emprendida por las entidades aludidas titulada "Jóvenes y videojuegos: significación y conflictos" y que fue realizada a través de 3.000 encuestas.

Esta actividad se centra principalmente en los niños de menor edad (66,% de 14 y 15 años) y su uso es claramente masculino, puesto que éstos juegan el doble que las chicas (72,9 por ciento frente al 43,4)

Aunque más del 70% juega en casa (el 12% en ciber-cafés, ciber-salas o salones de juego), el 60% lo practica acompañado o en presencia de amigos.

La frecuencia de juego y dedicación se sitúa en uno o dos días por semana para el 34,7% de los adolescentes, tres o más días por semana para el 22,8% y alguna vez al mes lo practican el 19,8%, mientras el 19,6% de los jóvenes realizan esta actividad todos los días.

Sólo el 15% de jugadores lo hace más de dos horas en días laborables y el 26% en días festivos.

La inversión económica de los jóvenes españoles en esta práctica asciende a 60 euros al mes en salones de videojuegos, en el 15% de los casos cifra que aumenta cuando se gasta dinero en compras relacionadas con los videojuegos, frente al 40% que no gasta (sobre todo los de mayor edad). Así se calcula que un 5% gasta en conjunto 120 euros al mes.

Los videojuegos resultan atractivos sobre todo:

Por su espectacularidad a través de elementos gráficos y sonoros (54%)

El realismo implícito en las imágenes (44,7%)

La competición que plantea con uno mismo o los demás (42,7%)

Simplicidad o poca complicación en el juego (33,3%)

Los adolescentes españoles que usan juegos se decantan por aquellos en los que el contenido principal es el Deporte (46,8%), Aventuras gráficas (38,5%), Disparar contra "algo o "alguien" (35,7%) y los Destinados a luchar (35,5%) Los menos usados son los de plataformas (27%), que son los preferidos por las jugadoras, y los de rol (26,3%), que son los que más eligen los jugadores de mayor edad.

Del análisis se deduce que hay mas jugadores que jugadoras y sobre todo los de menor edad, pero que se está creando un "núcleo duro" de jugadores de más años, cuya práctica es más frecuente y prolongada, que participan activamente en asociaciones, revistas e internet, se gastan mucho más dinero, el uso de juegos les plantea más problemas y defienden la idea de pertenecer a una comunidad.

Los que pagan las consecuencias de su uso son los que se "descontrolan" porque tienen algunas condiciones previas:son "raros " y están "aislados".

En cuanto a la violencia, el director técnico de la FAD (Fundación de ayuda contra la drogadicción), Eusebio Megías, dijo en rueda de prensa que no es el principal problema ni se produce "claramente" por el uso de videojuegos. Apuntó como peligros potenciales el sexismo y el machismo, la intolerancia y la legitimación activa de la violencia y la coacción.

Según su punto de vista,:"Hay dos tipos de riesgos: la interferencia de la práctica de videojuegos con otras actividades como la escolarización o las obligaciones con los amigos, y otros latentes que

siguen en discusión", y añadió que lo problemático tiene que ver con determinadas formas de jugar, actitudes y ciertos juegos.

## VII.- NORMATIVA REGULADORA

Adoptado por el sector un "Código de Autorregulación sobre el etiquetado y la publicidad de los productos de Software de Entretenimiento" –cuyo depositario es el Instituto Nacional del Consumo–, estas páginas ofrecen información sobre:

El "Código de Autorregulación sobre el etiquetado y la publicidad de los productos de Software de Entretenimiento"

Criterios de clasificación por edad.

Las empresas adheridas.

Los acuerdos del Comité de Seguimiento en los que se sancionen conductas contrarias al código.

Dónde remitir las denuncias ante incumplimientos del código.

Código ético de autorregulación sobre el etiquetado y publicidad de los productos de software de entretenimiento.

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Ante la inquietud que la sociedad española y los poderes públicos han manifestado en relación con los contenidos de algunos productos de software de entretenimiento y, fundamentalmente, sobre la utilización por menores de aquellos en los que se incluyen conductas que, en ocasiones se califican como reprobables, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), con la voluntad de adecuar la comercialización de sus productos a la sensibilidad de la sociedad española y con el doble objetivo de informar y proteger al consumidor, en especial a los más jóvenes, y dotar de la máxima transparencia a los criterios de comercialización del sector, ha decidido adoptar un Código de Autorregulación Voluntaria.

Este Código ético pretende articular un mecanismo para que los consumidores cuenten con información suficiente sobre los contenidos y edades recomendadas de los productos de software de entretenimiento. En consecuencia, las clasificaciones voluntarias dadas a través de este sistema se refieren, exclusivamente, al contenido del producto y su aptitud para ser vistos por menores, y en

ningún caso a su dificultad o requerimientos de habilidad para desarrollar el juego.

Este Código nace, en definitiva, con la voluntad de ser una referencia para padres y educadores a la hora de orientar de forma objetiva, sobre que productos son aptos o no para los más jóvenes. Su puesta en marcha debe servir no sólo para garantizar la protección de los consumidores, sino además para arrojar mayor información sobre un sector importante, tanto de la economía como de la cultura española.

Con lo objetivos aludidos, este Código de Autorregulación impulsado por las Administraciones Públicas de Consumo y de Protección del Menor y elaborado por la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), ha sido consensuado con todos los operadores implicados a los que se da representación en la Comisión de Seguimiento cuya responsabilidad será la de garantizar el buen funcionamiento de este código y en su defecto aplicar las sanciones correspondientes.

Es voluntad de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), por último, suscribir convenios de colaboración con las Administraciones Públicas impulsoras de la iniciativa de autorregulación en orden a la colaboración para la ejecución, seguimiento y, en su caso, ulteriores revisiones del presente Código, así como para la realización conjunta de todas aquellas actividades que, en beneficio del consumidor, se puedan desarrollar desde el sector.

## Artículo 1. AMBITO DE APLICACIÓN

El presente código de autorregulación se aplicará a todos los productos de software de entretenimiento: videojuegos, juegos de ordenador, etc..., cualquiera que sea su formato o plataforma de uso, comercializados y distribuidos por las empresas miembros de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), o aquellas otras que, sin ser miembros de esta Asociación, se adhieran a él.

Las normas contenidas en este código serán de aplicación, en lo que les afecte, a las actividades de promoción y comunicación publicitaria de los productos citados.

El presente Código también podrá aplicarse para clasificar el resto de productos de software interactivos que están exentos de una clasificación por ley, en la medida en que las empresas que los producen y comercializan se adhieran a él.

## Artículo 2. OBJETO DEL CÓDIGO

El código de autorregulación adoptado por la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento tiene por objetivo básico proporcionar a los consumidores, en especial a los padres, a las tiendas que comercializan estos productos y al resto de colectivos que tienen alguna relación con ellos, una información clara sobre las edades para las que un producto se considera apto desde el exclusivo punto de vista de sus contenidos.

En consecuencia, las clasificaciones voluntarias dadas con el sistema definido en el código ético no se refieren, en caso alguno, a la dificultad del juego ni a las habilidades precisas para su ejecución.

## Artículo 3. INSTRUMENTOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS FINES DEL CÓDIGO

Para el cumplimiento del objetivo previsto en el artículo anterior, el presente Código de Autorregulación se dota de los siguientes instrumentos:

El establecimiento de un sistema de etiquetado con indicación de la edad a partir de la cual el producto se considera apto en razón de sus contenidos.

La constitución de un Comité de Seguimiento con representación de todos los operadores relacionados con la producción y el uso de estos productos que ejerza las funciones de interpretación, verificación y sanción.

El respeto de la calificación por edades en toda comunicación promocional o publicitaria de estos productos, cualesquiera que sean los medios empleados.

## Artículo 4. COMPROMISOS DE ADESE EN RELACIÓN CON EL CÓDIGO

La Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), se compromete a:

Cumplir y hacer cumplir a sus empresas miembros el presente Código ético.

Divulgar el presente Código y sus principios éticos entre las empresas del sector, las empresas que comercializan estos productos y los medios de comunicación especializados.

Promover que otros colectivos relacionados con productos de software de entretenimiento suscriban este código extendiendo los principios reguladores del mismo a su actividad, con especial atención, dada su gran difusión, a la prensa especializada.

Crear los órganos necesarios para ejercer las labores de información e interpretación de este código así como para la elaboración de dictámenes, informes, así como estudios referentes a los productos objeto del mismo.

Cualquier otra actividad complementaria que sea consecuencia de los fines expresados anteriormente.

#### Artículo 5. OBLIGACIONES DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A ADESE

Los socios de ADESE están obligados a:

Respetar, en el diseño de sus productos, en la calificación por edades y en la publicidad, las normas éticas del presente código.

Facilitar a la Comisión de Seguimiento del presente Código cuanta información sea precisa para el ejercicio de sus funciones, cumpliendo cuantas decisiones adopte en el ámbito de las competencias que el Código le atribuye.

Prestar su colaboración leal a ADESE en el ejercicio de los compromisos asumidos por esta Asociación en el artículo precedente.

#### Artículo 6. RESPETO A LA LEGALIDAD Y A LA CONSTITUCION

Los contenidos, la comercialización y la publicidad de los productos incluidos en el ámbito de aplicación de este Código deben respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución.

#### Artículo 7. ETIQUETADO POR EDADES

1. Atendiendo a los contenidos de los videojuegos en relación con los aspectos de mayor sensibilidad social –violencia física o moral, sexo y los valores universales, en particular los relacionados con actitudes racistas o aquellas que puedan afectar a la dignidad humana- y a los criterios de clasificación que resulten de cumplimentar el Formulario de Clasificación de Productos de ADESE, los productos incluidos en su ámbito de aplicación incorporarán en su embalaje información sobre:

La edad a partir de la cual se considera que un juego concreto es apto en razón de sus contenidos.

Un sello de conformidad, el logotipo de ADESE, fácilmente identificable, en el que el editor/distribuidor garantiza que la calificación por edad efectuada se ajusta a lo dispuesto en el presente Código.

La información precedente se facilitará en el modelo de etiqueta adoptado por ADESE cuyo diseño figura en el Anexo.

2. Los grupos de edades en los que se estructura la clasificación a que alude el apartado precedente son los siguientes:

Apto para todos los públicos.

No recomendado a menores de 13 años.

No recomendado a menores de 16 años.

No recomendado a menores de 18 años.

3. La etiqueta de calificación por edad figurará en el embalaje del producto en un tamaño que permita la perfecta legibilidad del mensaje y colocada en un lugar del mismo que posibilite que sea vista claramente por el consumidor en el punto de venta.

4. Los editores/distribuidores para cada juego:

Determinarán el rango o rangos de edad para los que sus productos se consideran aptos. Con este fin, los editores/distribuidores deben contestar el Formulario de Clasificación de Productos de ADESE para cada uno de los productos que comercialicen y remitirlos a ADESE antes del lanzamiento del producto. ADESE y el Comité de Seguimiento podrán pedir ver cualquier juego que consideren haya sido erróneamente clasificado.

Indicarán en el embalaje del producto, en una ubicación que se verá fácilmente en el punto de venta, el logotipo correspondiente a las edades recomendadas.

Incluirán este logotipo correspondiente a las edades recomendadas en toda la comunicación publicitaria de sus productos.

## Artículo 8. PUBLICIDAD

1. En las actividades de promoción y publicidad de los productos se hará constar la calificación por edad del juego.
2. En el diseño y emisión de la publicidad de estos productos se respetarán las normas legales aplicables en función de la calificación por edad que se haya realizado.

## Artículo 9. COMITÉ DE SEGUIMIENTO

1. Para asegurar el cumplimiento del presente Código se constituye un Comité de Seguimiento, que estará compuesto por:

Tres representantes del sector designados por ADESE.

Un representante del Consejo de Consumidores y Usuarios, designado por el Instituto Nacional del Consumo a propuesta de dicho órgano.

Un representante de la Plataforma de Agrupaciones de la Infancia, designado por la Dirección General de Acción Social, del Menor y de la Familia, a propuesta de dicha Plataforma.

Dos representantes de las organizaciones de padres, designados por la Dirección General de Acción Social, del Menor y de la Familia, a propuesta de las organizaciones más representativas.

Un representante de la Comisión de Calificación de Películas Cinematográficas, designado por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, a propuesta de dicha Comisión.

2. Son funciones del Comité de seguimiento, las siguientes:

La interpretación del presente Código ético.

El asesoramiento en relación con el presente Código a las compañías que lo suscriban así como a cualquiera que pudiera estar interesado en su contenido y desarrollo.

La vigilancia sobre el correcto funcionamiento del sistema y del cumplimiento por parte de los editores y distribuidores del código de autorregulación, pudiendo requerirles para ello de cuanta información sea precisa para el ejercicio de sus funciones.

Actuar como Comité de Apelación ante las denuncias que se planteen por supuestas infracciones a este Código.

Sancionar ante los incumplimientos del Código, de acuerdo con el sistema de sanciones previsto en él.

Realizar cuantas actuaciones sean precisas para el cumplimiento de este código.

## Artículo 10. SANCIONES

En relación con las compañías miembro de ADESE:

En el caso de una aplicación errónea del Código por parte de alguna de las compañías miembro de ADESE, según dictamen de la Comisión de Seguimiento, la mencionada compañía deberá automáticamente cambiar la recomendación de edad en ese producto.

Una negativa a realizar este cambio supondrá la automática expulsión de esa compañía de ADESE.

Así mismo una reiterada aplicación errónea del código por parte de una determinada compañía, aún cuando estos errores sean subsanados con posterioridad, supondrá la expulsión de la misma de ADESE.

Las sanciones impuestas serán trasladadas al Instituto Nacional de Consumo, para su divulgación por los medios que éste Organismo considere pertinentes, además de su inclusión en sus páginas Web.

En relación con las compañías no miembro de ADESE, adheridas al sistema:

En el caso de una aplicación errónea del Código por parte de alguna de las compañías no miembro de ADESE, según dictamen de la Comisión de Seguimiento, la mencionada compañía deberá automáticamente cambiar la recomendación de edad en ese producto.

Una negativa a realizar este cambio supondrá la automática expulsión del sistema.

Así mismo una reiterada aplicación errónea del código por parte de una determinada compañía, aún cuando estos errores sean subsanados con posterioridad, supondrá, asimismo, su expulsión del sistema.

Para dar un mayor alcance y publicidad a estas sanciones, las que se adopten serán trasladadas al Instituto Nacional de Consumo, para su

divulgación por los medios que éste Organismo considere pertinentes, además de su inclusión en sus páginas Web.

Formulario de clasificación de ADESE

EVALUACIÓN DE PRODUCTO - Criterios de clasificación de ADESE

PRODUCTOS NO RECOMENDADOS PARA MENORES DE 18 AÑOS

PROGRAMAS QUE CONTENGAN IMÁGENES EN MOVIMIENTO QUE MUESTRAN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES

1. Actividad sexual humana.

SÍ / NO 2. Actos de fuerza o retención relacionadas con la actividad sexual humana.

SÍ / NO 3. Mutilación o tortura de humanos o animales.

SÍ / NO 4. Otros actos de gran violencia hacia los humanos o animales.

SÍ / NO 5. Órganos genitales humanos.

SÍ / NO 6. Funciones urinarias u de excreción humanas.

SÍ / NO 7. Técnicas que pueden ser utilizadas para cometer delitos.

SÍ / NO

Nota: Las palabras "humanos" y "animales" se refieren a imágenes reales y animadas, o a humanos digitalizados o figuras con forma de animales.

PROGRAMAS QUE CONTENGAN IMÁGENES EN MOVIMIENTO DE CUALQUIER TIPO QUE PUEDAN DE ALGÚN MODO ESTIMULAR O FAVORECER ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES

1. Actividad sexual humana.

SÍ / NO 2. Actos de fuerza o retención relacionadas con la actividad sexual humana.

SÍ / NO 3. Mutilación o tortura de humanos o animales.

SÍ / NO 4. Otros actos de gran violencia hacia los humanos o animales.

SÍ / NO

PROGRAMAS QUE CONTENGAN IMÁGENES EN MOVIMIENTO DE CUALQUIER TIPO QUE PUEDAN DE ALGÚN MODO ESTIMULAR O FAVORECER LA COMISIÓN DE ALGÚN DELITO

PROGRAMAS QUE MUESTREN ALGUNA DE LAS SITUACIONES SIGUIENTES

1. Amenazas o violencia sexual

SÍ / NO 2. Violencia y desnudos juntos

SÍ / NO 3. Desnudos sexuales o eróticos

SÍ / NO 4. Violencia hacia mujeres, niños y colectivos vulnerables

SÍ / NO 5. Estereotipos o símbolos raciales, sexuales, étnicos, religiosos o nacionalistas utilizados de manera que pudieran fomentar el odio

SÍ / NO 6. Utilización de drogas

SÍ / NO 7. Violencia o abuso doméstico

SÍ / NO

SI LA RESPUESTA A CUALQUIERA DE LAS PREGUNTAS DE LOS APARTADOS A, B, C Ó D ES SI, EL PRODUCTO SERÁ CLASIFICADO COMO PRODUCTO NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 AÑOS.

PRODUCTOS NO RECOMENDADOS PARA MENORES DE 16 AÑOS.

B. ¿MUESTRA EL PROGRAMA ALGUNA DE LAS SITUACIONES SIGUIENTES?

1. Sugerencias o inferencias sexuales

SÍ / NO 2. Desnudos de mal gusto o excesivos

SÍ / NO 3. Bastante violencia hacia figuras que simulan humanos o animales

SÍ / NO 4. Representación detallada de muerte o lesiones en figuras que simulan humanos o animales

SÍ / NO 5. El uso de blasfemias y tacos

SÍ / NO 6. Fomentar la utilización del tabaco

SÍ / NO 7. Fomentar la utilización del alcohol

SÍ / NO

SI EL PRODUCTO CONTIENE ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES, ENTONCES LE CORRESPONDERA LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 AÑOS.

PRODUCTOS NO RECOMENDADOS PARA MENORES DE 13 AÑOS.

¿MUESTRA EL PROGRAMA ALGUNA DE LAS SITUACIONES SIGUIENTES?

1. Imágenes o referencias sexuales

SÍ / NO 2. Desnudos

SÍ / NO 3. Algo de violencia hacia figuras que simulan humanos o animales

SÍ / NO 4. Humillación

SÍ / NO 5. Sangre o vísceras

SÍ / NO 6. Representación de muerte o lesiones en figuras que simulan humanos o animales

SÍ / NO 7. Estereotipos o símbolos raciales, sexuales, étnicos, religiosos o nacionalistas

SÍ / NO 8. El uso del tabaco

SÍ / NO 9. El uso del alcohol

SÍ / NO

SI EL PRODUCTO CONTIENE ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES, ENTONCES LE CORRESPONDERÁ LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 13 AÑOS.

SI EL PRODUCTO NO CONTIENE NINGUNA DE LAS SITUACIONES DESCRITAS EN LOS APARTADOS ANTERIORES, ENTONCES LE CORRESPONDERÁ LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO APTO PARA TODOS LOS PÚBLICOS.

ESTE FORMULARIO DEBE SER FIRMADO TRAS HABER VISTO EN SU TOTALIDAD EL PRODUCTO POR UNA PERSONA QUE ESTA AUTORIZADA PARA COMPROMETER A SU EMPRESA CON LAS CONTESTACIONES DADAS. UNAS RESPUESTAS INCORRECTAS PUEDEN DAÑAR LA CREDIBILIDAD DEL SISTEMA DE CLASIFICACIÓN Y CAUSAR QUEJAS DEL PUBLICO. COMPRUEBE SIEMPRE SUS RESPUESTAS.

Compañías adheridas al código de autorregulación:

Acclaim Entertainment España Microsoft Ibérica  
Agetec, Inc. Newsoft Multimedia  
Ardistel, S.L. Nostrum  
Cryo Espagne, S.L.U. Proein, S.L.  
Dinamic Multimedia S.A. Sega Consumer Products, S.A.  
Electronic Arts Software, S.L. Sony Computer Entertainment España, S.A.  
Editorial Planeta DeAgostini, SA The Walt Disney Company España.  
Friendware, S.L. Ubi Soft, S.A.  
FX Interactive 5 Union Software Group  
Infogrames España, S.A. Virtual Toys, S.L.  
Konami of Europe GMBG Vivendi Universal Publisng

Sanciones

El Comité de Seguimiento no ha impuesto todavía ninguna sanción por conductas contrarias al código

Dónde remitir las denuncias

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.  
Alfonso XII, 8 –5º. Izda.  
28014 Madrid- C.I.F. G81927998

Friendware es miembro de ADESE  
(Asociación Española de Software de Entretenimiento)

## CLASIFICACIÓN

Productos NO RECOMENDADOS para menores de 18 años

A.

Programas que contengan Imágenes en movimiento que muestran algunas de las siguientes situaciones.

1. Actividad sexual humana.
2. Actos de fuerza o retención relacionadas con la actividad sexual humana
3. Mutilación o tortura de humanos o animales.
4. Otros actos de gran violencia hacia los humanos o animales
5. Órganos genitales humanos.
6. Funciones urinarias o de excreción humanas.
7. Técnicas que pueden ser utilizadas para cometer delitos.

Nota: Las palabras "humanos" y "animales" se refieren a imágenes reales y animadas, o a humanos digitalizados o figuras con forma de animales.

B. Programas que contengan Imágenes en movimiento de cualquier tipo que puedan de algún modo estimular o favorecer alguna de las siguientes situaciones. 1. Actividad sexual humana.

2. Actos de fuerza o retención relacionados con la actividad sexual humana.
3. Mutilación o tortura de animales.
4. Otros actos de gran violencia hacia los humanos o animales.

C. Programas que contengan Imágenes en movimiento de cualquier tipo, que puedan de algún modo estimular o favorecer la comisión de algún delito.

D. Programas que muestren alguna de las situaciones siguientes. 1. Amenazas o violencia sexual.

2. Violencia y desnudos juntos.

3. Desnudos sexuales o eróticos.

4. Violencia hacia mujeres, niños y colectivos vulnerables.

5. Estereotipos o símbolos raciales, sexuales, étnicos, religiosos o nacionalistas utilizados de manera que pudieran fomentar el odio.

6. Utilización de drogas.

7. Violencia o abuso doméstico.

SI LA RESPUESTA A CUALQUIERA DE LAS PREGUNTAS DE LOS APARTADOS A, B, C Ó D ES SÍ, EL PRODUCTO SERÁ CLASIFICADO COMO PRODUCTO NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 AÑOS.

Productos NO RECOMENDADOS para menores de 16 años

A.

¿MUESTRA EL PROGRAMA ALGUNA DE LAS SITUACIONES SIGUIENTES?

1. Sugerencias o inferencias sexuales.

2. Desnudos de mal gusto o excesivos.

3. Bastante violencia hacia figuras que simulan humanos o animales.

4. Representación detallada de muerte o lesiones en figuras que simulan humanos o animales.

5. El uso de blasfemias y tacos.

6. Fomentar la utilización del tabaco.

7. Fomentar la utilización del alcohol.

SI EL PRODUCTO CONTIENE ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES, ENTONCES LE CORRESPONDERÁ LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 16 AÑOS.

Productos NO RECOMENDADOS para menores de 13 años

A.

¿MUESTRA EL PROGRAMA ALGUNA DE LAS SITUACIONES SIGUIENTES?

1. Imágenes o referencias sexuales.
2. Desnudos.
3. Algo de violencia hacia figuras que simulan humanos o animales.
4. Humillación.
5. Sangre o vísceras.
6. Representación de muerte o lesiones en figuras que simulan humanos o animales.
7. Estereotipos o símbolos raciales, sexuales, étnicos, religiosos o nacionalistas
8. El uso del tabaco.
9. El uso del alcohol.

SI EL PRODUCTO CONTIENE ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES, ENTONCES LE CORRESPONDERÁ LA CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO NO RECOMENDADO PARA MENORES DE 13 AÑOS.