Contenido

INTRODUCCIÓN 9

El objeto de investigación: los videojuegos 13

Origen y evolución de los videojuegos 17

Antecedentes 17

De 1940 a 1960 17

De 1970 a 1980 18

De 1980 a 1990 20

De 1990 a 1995 22

De 1995 hasta el 2005 24

Soportes de los videojuegos 28

Tipos de videojuegos 30

Los videojuegos más utilizados 40

Objetivos de la investigación 46

Técnicas metodológicas 48

Proceso de investigación 64

Capítulo I: ANÁLISIS DEL TRABAJO DE CAMPO 67

Aplicación de los cuestionarios 70

Uso de los videojuegos 71

Utilización de los vedeojuegos según el sexo 74

Frecuencia de uso de los videojuegos 75

Ocupación del tiempo libre 82

Tipos de videojuegos más usados 84

Lugar de juego 91

Jugar solo/a o acompañado/a 93

Supervisión del juego 95

Cómo se suelen conseguir 98

Percepciones sobre los videojuegos 100

¿Para qué se juega? Finalidad y motivación del juego 100
Aspectos que potencian los videojuegos 102
Habilidades que potencian los videojuegos 104
Sexismo 106
Percepción sobre el manejo en función del sexo 106
¿Juegos para chicos y juegos para chicas? 106
Percepción sobre los/las protagonistas 108
Relaciones entre los hombres y las mujeres 112
Roles de los hombres y las mujeres 113
Justificación de la violencia en los videojuegos 114
Análisis videográfico 116
Pro Evolution Soccer 117
Los Sims 119
GTA (Grand Theft Auto): Vice City 122
FIFA 2004 126
Counter Strike 128
Call of Duty 130
Pokémon 131
King´s Quest 133
Silent Hill 135
El Señor de los Anillos 138
Resident Evil 140
Splinter Cell 143
Tomb Raider 146
Kingdom Heart 148
Moto GP3 150
Tekken 4 152
The Getaway 154
Half Life 156
Gran Turismo 159
Harry Potter y la Cámara Secreta 161
Final Fantasy 163
Super Mario Bros 169
Metal Gear Solid 171

Age Of Empires II 174
Zelda 176
Swat 178
Mortal Kombat: Deadly Alliance 179
Street Fighter 182
Dead or Alive Xtreme Beach Volleyball 184
Rise of Nations 186
Indiana Jones en Busca de la Atlántida Perdida 188
Prince of Persia 190
Jedi Knight 193
Unreal Tournament 195
Warcraft 198
Knockout Kings 2000 200
Republic: The Revolution 202
Commandos 204
Enter the Matrix 209
Bloodrayne 211
Diablo II 213
Max Payne 216
Bratz 218
Vietcong 219
Product Number 03 221
State of Emergency 222
Otros videojuegos revisados 223
Otros instrumentos de investigación 248
Estudios de casos 249
Conclusiones de los estudios de casos 263
Entrevistas 264
Grupos de discusión 279
Observaciones 288
Conclusiones de las observaciones 309
Análisis documental 310

Capítulo II: CONCLUSIONES 319
Se aprende con los videojuegos 322
Lo que se aprende 323
¿El medio justifica los fines? 325
¿Qué tipo de valores se aprenden? 327
El sexismo de los videojuegos 329
El sexismo explícito 330
El uso de los videojuegos según el sexo 332
La imagen de mujer 338
Los datos de nuestra investigación 338
La "nueva imagen" de las protagonistas femeninas 340
Los estereotipos de género en la imagen 342
La imagen del hombre para el hombre 343
La publicidad de los videojuegos 344
El rol de la mujer 346
Las investigaciones hechas sobre el rol 346
Los datos de nuestra investigación 350
Los estereotipos de rol 352
El modelo masoquista 353
El modelo sádico 354
Modelo "barbie" 355
El sexismo implícito: los valores de la cultura "macho" 358
La competitividad y el triunfo como esencia 362
La violencia de la "cultura macho" 363
La guerra de los hombres 365
La violencia como criterio de calidad 367
¿Nos afecta? 371
Quienes creen que no 371
Quienes creen que sí 372
La violencia vende 375
¿La violencia como espacio de catarsis? 377
La insensibilidad ante la violencia 379
El racismo de la "cultura macho" 380
El maniqueismo ideológico 383

Nosotros: "los buenos" / ellos: "los malos" 383
La construcción virtual del miedo 385
La construcción ideológica de la realidad 386
La "militarización" del juego 387
La visión bélica del mundo 389
El "pensamiento único" se instala 389
La inmediatez y la impulsividad de la "cultura macho" 390
La irresponsabilidad de la "cultura macho" 394
La dificultad de admitir el sexismo 396
Las consecuencias del sexismo 398
"El juego de los videojuegos no me juega" 401
Todos y todas somos responsables 403

Capítulo III: [illegible] 409
Acción preventiva desde todas las instancias sociales y culturales 412
Nuestro poder como consumidoras y consumidores 418
El compromiso de los derechos generacionales 420
Enseñar para la vida 422
Educar en el análisis de los videojuegos 424
Elementos de análisis de los videojuegos 426
Introducción del análisis en el curriculum educativo 430
¿Videojuegos "valiosos"? (En busca del valor perdido) 433
Videojuegos ¿alternativos? 434
Los Lemmings 434
Los Sims 435
Tetris 439
Edutainment 439
Aztecas 441
Misión Peligrosa 442
Go Fish 443
Serie Gartu 444
Los videojuegos para niñas 446
Otro tipo de videojuegos es posible 449

Kwane en Sinpapelandia 449
Simulaciones constructivas 450

BIBLIOGRAFÍA 453