

{ analisis } **Pilar Ponce de Leon**

Fortnite, 8 eta 11 urte artekoen %60k erabiltzen duten jokoa

Nolatan lortu du doako *online* joko batek urtebete (2018an) 3.000 milioi dolarreko etekina? Zer dela-eta erakarri ditu 2.000 milioi erabiltzaile bi urtean munduko zabalduena bihurtuz? Datuok AEBetako Bloomberg zerbitzu eta finantza-informazio enpresak emandakoak dira, eta aipatutako jokoa Fortnite da.

UOC Kataluniako Unibertsitate Irekiak eta Lleidako Unibertsitateak egindako ikerketa batek agerian utzi du zergatik ari den nagusitzen Fortnite umeen artean.

Epic Games konpainiak merkaturatu zuen 2017ko uztailean, modu erraz samarrean: ehun parte hartzailearen arteko bataila da, non bakar bat geratuko den. «Funtsean, Fortnite harrapaketa jolasaren bertsio konputarizatua baino ez da, betidanik bai mutikoei bai neskatoei hain erakargarri gertatu zaiena. Orain jolas-ordua ordenagailuan igarotzen da», dio Joan Arnedo UOC Kataluniako Unibertsitate Irekiko Informatika, Multimedia eta Telekomunikazio Ikasketen irakasle eta “Generación Z y Fortnite: Nuevos paradigmas éticos de diseño de videojuegos” ikerketa lanaren egileetako batek. Besteak beste Rosa M. Gil Lleidako Unibertsitateko Informatika eta Industria Ingeniaritza Saileko kidearekin batera egindako lan horrek, “Z belaunaldiak” Fortnite nola erabiltzen duen nabarmentzen du, neurri handian haren arrakastaren erantzulea erabilerari hori baita.

Ikerketarako inkesta bat egin zieten 8 eta 11 urte bitarteko 561 haurri. Haren emaitzaren arabera, haurren %60 Fortnite jokoarekin jolasten dira, hura erabiltzeko gomendatutako adinera iristen ez diren arren (Europar, 12 urte). Haietatik %74,6k diote asteburuetan eta jaiegunetan bai-



Bideo-jokoetan aritzen diren gehienak gizonak diren ideia bazter dezakegu. Egun banaketa paritario samarra da, batez ere adin goiztiarretan. PIXABAY



no ez dutela erabiltzen, eta %25,5 asteburuetan zein lane-
gunetan jolasten dira. Fortnite
erabiltzen dutenetan, jolas al-
dia eguneko bi ordu edo
gehiagokoa da %42,2ren ka-
suan, eta %57,8 ordubete ego-
ten dira konektatuta.

«Egoera hau ez da berria bi-
deo-jokoen arloan. Azkenean,
oso kasu nabarmenetan izan
ezik, hala nola indarkeria erre-
alista edo eduki argi eta garbi
sexuala, ‘joko bat baino ez’
den joera nagusitzen da eta
adinaren araberako gomen-
dioei garrantzia kentzen zaie.
Gauza bera egiten da filme-
kin», azaldu du Joan Arnedok.

«Fortnite jokoaren kasuan –
jarraitu du UOcko irakasleak–,
bi alderdik justifikatzen dute
haren adin mugaketa. Alde
batetik, indarkeria arina, irudi
dibertigarri eta karikatura an-
tzekeekin guztiz disimulatuta
agertzen dena. Bestetik, apli-
kazioan erosketak sartzea. Ho-
rrenbestez, eduki kontua bai-
no areago forma arazoa da,
eta parte hartze legalekin zeri-
kusia duena. Horrek gomen-
dinoa aintzat ez hartzea auto-
justifikatzea errazten du».

Neskato-mutikoak erakartzeko diseinatua

«Dagoeneko, oro har, bideo-
jokoak erabiltzen dituen pu-
bliko gehiena gizonezkoa den
idea baztertu dezakegu»,
adierazi du Arnedok. «Gaur
egun banaketa paritario sa-

Fortnite 12 urtetik
aurrera erabiltzea
gomendatzen da
Europar
GAURB

marra da, batez ere adin goiz-
tiarretan. Fortnite jokoaren
kasuan, inkestako parte har-
tzaileen erdiak neskatoak zi-
ren, eta haren arrakastaren
gako bat tradizionaliki emaku-
mezko haur-publikoarentzat
ere erakargarriak diren ele-
mentuak dira. Esate baterako,
‘aurkakoa hiltzeko’ osagarri
lehiatsu bat duen *battle royale*
motako jokoa bada ere, karika-
tura kolorista eta ikusgarriko
estetika du, ia marrazki bizi-
dunena. Ez gara indarkeria
errealistaz ari; izan ere, horrek
gehienbat gizonezko publikoa
erakartzen du. Halaber, per-
sonalizazio elementuak onar-
tzen ditu, hala nola pertso-
naiarentzako moztarroiak edo
dantzak (ondoan balioetsitako
elementua). Ildo horretan, es-
kertzekoa da pertsonaien di-
seinua, nahikoa inklusiboa
baita bideo-jokoen munduan
ohikoa denaren aldean».

«Kontuan hartu beharra da-
go jolastea gure kulturako
funtsezko pieza dela», azaldu

du Daniel Aranda UOcko In-
formazio eta Komunikazio
Zientzia Ikasketetako irakasle
eta GAME taldeko ikerlariak.
«Jolasa, baita bideo-jokoa ere,
sozializazio eta ikasketa tres-
na oinarritzkoa da. Jolas egin
izan dugu eta gutako askok
birsortzen edo testuinguru lu-
diko berriak asmatzen jarrai-
tuko dugu, digitalak edo ana-
logikoak, eta haietan bildu,
trukatu, lehiatu, irabazi edo
galdu, hobeto elkar ezagutu,
taldeak osatu edo balioak edo
trebetasunak partekatu ahal
izango ditugu».

«Jolasten ez banaiz, huts egingo diet»

Esandako ikerketako inkestan
parte hartu zuten haurrek
adierazi zuten gustuko dutela
bideo-jokoa, hainbat motiba-
zioren artean hautatuz: “atse-
gin dut harrapatzen ez naute-
neko zirrara”; “nahi dudan
bezalako pertsonaia bat sortu
ahal izatea gustatzen zait”;

“irudiak dibertigarriak dira,
marrazki bizidunak dirudite”;
“partida guztiak desberdinak
dira eta jokoa ez da errepika-
tzen”. Fortnite jokoan jokatzera
eraman dituzten motiboei
dagokienez, bada azken auke-
ra deigarri bat ere: “nire lagu-
nei huts ez egin eta taldeko
parte izatea”.

«Ikerketan, alboratuta senti-
tzeko beldurra jolasteko fakto-
re garrantzitsua zen», baieztatu
du Arnedok. «Modako
produktu baten aurrean gau-
de eta, beraz, jendarte-presioa
dago. Zeu izango ote zara es-
kola osoan jokatu edo ez duen
bakarra?».

Fornite jokoaren arrakasta-
ren beste gako bat eskaintzen
duen ahots-txata da. Erabil-
tzaileek joko estrategiez hitz
egiteko erabiltzen dute, baina
baita eskolako lagunekin edo
ta kontaktu berriekin hitz egi-
teko ere. Fortnite beste sare
sozial bat bihurtu da, konekta-
tu eta komunitatea sortzeko
gunea.

Hori bai, Fortnite jokoan el-karrizketa zuzenean egiten da, eta, beraz, ez bazaude, esaten dena galdu egingo duzu, Twitter, Facebook edo Instagramen ez bezala; izan ere, beste horietan norberak nahi edo ahal duenean ikusten ditu edukiak. Hori horrela izanik, zein haur edo nerabek izan nahi du ez dagoen hori?

Daniel Arandaren ikerketen arabera, «jendarte garaikidean *online* parte hartzeak informazioa edo hezkuntza gune formal eta instituzionalizatuetako kultur alderdi eta erreferentzietara heltzea baino zerbait gehiago esan nahi du. Gazte eta nerabeentzat, beren berdinekin sozializatzea, adiskide berriak egiteko trebetasuna izatea, funtsezko osagarria da. Ikuspuntu horretatik, *online* guneek gustuarekin, txutxu-mutxuekin, maite-jolasekin, abileziekin lotutako kontuak erakusteko aukera eskaintzen dute. Digitalean jokatzeak sare sozialek, oro har, gure esperientziak partekatzeak gune seguruak dakartzate eta, sarritan, partekatzeak empatia eta pertsona arteko adimena sortzen ditu».

Doakoa baina garesti atera litekeena

Fortnite garatu dutenek beste aukera irabazle batekin jokatzen dute. «*Free to play* delako aukerak jokatzen uzten du, baina kontsumitu eta eroste-



ra bultzatzen du etengabe», dio Arandak.

Hala, lehiakorragoa izateko eta maila igotzeko, edo dantzak, *skin*-ak eta beste osagarri batzuk eskuratzeko, bataila pasatzeko baimena gisako erosketak egiteko aukera dago, jokalaria limurtzen dituen, noski. «Horiek edukitzea edo ez edukitzea lagun eta aurkarien aurreko prestigioarekin eta protagonismoarekin lotu daiteke», ondorioztatu du UOCen ikerketak, eta bideo-jokoekiko menpekotasuna edo *internet gaming disorder* delakoa piztu dezakeen arrisku faktoretzat jotzen du. Menpekotasun hori Osa-

sunaren Mundu Erakundeak bere gaixotasun sailkapenean sartu zuen 2018an, substantziarik gabeko adikzioen atalean.

«Argi izan behar dugu bideo-jokoak dagoeneko ez dira merkatu-hobiko produktua, baizik eta diru kopuru ikaragarria mugitzen duen masa-produktua», ohartarazi du Arnedok. «Horregatik, eta kontsumo jendetsua duten beste produktu batzuetan gertatzen den bezala, gaur egun gurasook eta irakasleok psikologia adituen kabinetetatik diseinatutako jokoekin lehiatu behar dugu, eta kontuan izan beharra dago ho-

riek eskura dituzten tresna guztiak erabiliko dituztela eta badakitela 'atxikimendu' mota guztiak nola aplikatu haurren arreta lortzeko. Ezer ez da kasualitatea».

«Beraz, lehenengo, merezi du gure seme-alabek erabiltzen dituzten jokoetan mota horretako 'amarruak' daudela geuk detektatzea eta horren kontzientzia hartzea. Azkenean, beste jarduera batzuetan bezala, gakoa da zaletasun bat menpekotasun bihurtzea saihestea. Gai honetan, beharbada alderdirik garrantzitsuenak da kontziente izatea horrelako portaera bat ez datorrela hainbeste jolasten emandako denborak erabakita, jolastu ahal izateko egin gabe uzten denak baizik (ikaslea, etxeko lanak, eta abar). Hortaz, garrantzitsuenak horrelako egoerak antzematea da, eta, oinarritzko neurri gisa, jolas-denbora mugatzea. Ohi-ko 'lehenengo betebeharra, eta ondoren gozamina', bukatu du UOCko irakasleak.

Honako hauek dira ikerketaren egileak: Rosa Maria Gil, Lleida Unibertsitatekoa; Carina Gonzalez, La Lagunako Unibertsitatekoa; Patricia Paderewski, Granadako Unibertsitatekoa; Joan Arnedo-Moreno, Kataluniako Unibertsitate Irekikoa; Marga Domenech, Kataluniako Generalitatekoa, eta Maria Lleras de Frutos, Hospital Sant Joan de Deu Ospitalekoa.

Fortnite bideo-jokoak
2.000 milioi erabiltzaile
erakarri ditu bi urtean.