

EL GENOCIDIO DE RUANDA Y LA NARRATIVA DEL MIEDO DESDE *HUSH*

THE GENOCIDE OF RWANDA AND THE NARRATIVE OF FEAR FROM *HUSH*

Antonio César Moreno Cantano

Universidad Complutense de Madrid

antmor03@ucm.es

Fecha de recepción: 10/4/2018

Fecha de aprobación: 29/9/2018

Resumen

Factores como el miedo, la tristeza, la alegría, el odio... generan dinámicas y narrativas que convierten al jugador en algo más que un observador pasivo del producto tecnológico que se le presenta desde las pantallas. Este factor emocional ha estado muy presente en los innumerables conflictos que han azotado a la Humanidad desde sus inicios. Uno de los enfrentamientos más virulentos, y que incluso ha dado lugar a la utilización del término genocidio, es el referido a la Guerra de Ruanda en 1994. Teniendo en cuenta todos estos condicionantes y para profundizar en la recepción del mismo en Occidente así como en su particular recreación, hemos optado por el *serious / newsgame Hush*. Creado en 2007 por un grupo de estudiantes de la University of Southern California Interactive Media nos muestra su particular interpretación de la

matanza de civiles tutsis en Ruanda en los años noventa. La dinámica y *storyboard*, con un fuerte e intenso componente psicológico, es muy sencilla pero efectiva. Nos ponemos en el papel de Liliane, una madre tutsi, que intentará silenciar a su bebé mediante una canción de cuna. El entorno gráfico, el uso de sonidos reales del conflicto, el fondo monocromo oscuro o los gritos en aumento del infante, crean una tensión emocional y psicológica de gran calado. Una ventana al horror desde un medio de ocio / aprendizaje digital.

Palabras clave: aprendizaje digital, miedo, empatía, narrativa, *serious games*

Abstract

Factors such as fear, sadness, joy, hatred... generate dynamics and narratives that turn the player into something more than a passive observer

e-tramas 1 – Noviembre 2018 – pp. 51-64

ISSN en trámite

GTI – TEG 2.0 – I+D+I Historia y videojuegos (II)

Facultad de Ingeniería; Facultad de Humanidades

Universidad Nacional de Mar del Plata

Universidad de Murcia

of the technological product presented to him from the screens. This emotional factor has been very present in the innumerable conflicts that have plagued Humanity since its beginnings. One of the most virulent clashes, and one that has even led to the use of the term genocide, is that of the 1994 Rwandan War. Taking into account all these conditioning factors and in order to deepen the reception of it in the West as well as its particular recreation, we have opted for the *HUSH* serious/newsgame. Created in 2007 by a group of students of the University of Southern California Interactive Media, it shows us their unique interpretation of the massacre of

Tutsi civilians in Rwanda in the 1990s. The dynamic and storyboarding, with a strong and intense psychological component, is very simple but effective. We play Liliane, a Tutsi mother, who will try to silence her baby through a lullaby. The graphic environment, the use of real conflict sounds, the dark monochrome background or the infant's increasing screams create a deep emotional and psychological tension. A window to horror from a leisure / digital learning environment.

Keywords: digital learning, fear, empathy, narrative, serious games

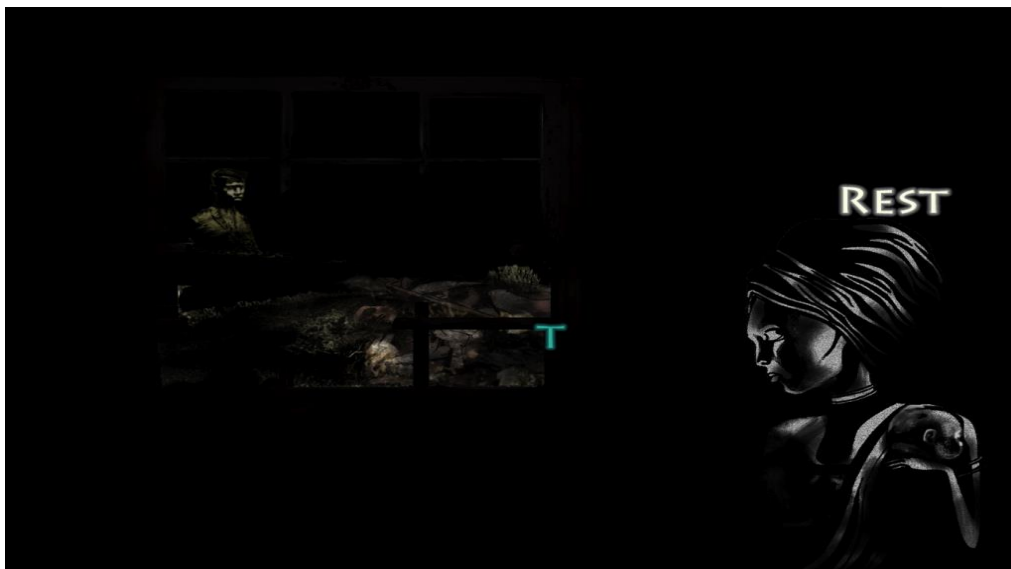


Figura 1. Captura de pantalla del videojuego *Hush*

EMOCIONES, EMPATÍA Y MEMORIA HISTÓRICA: DE LA TEORÍA A LA PANTALLA

Los videojuegos, sean categorizados en sus múltiples formas, en especial de contenido político e ideológico, tales como *Serious Games*, *Newsgames* ó *Persuasive Games*, presentan un evidente y marcado componente cultural (Shaw, 2010, pp. 403-424). Todo grupo social consolida sus creencias, sus prácticas, su pensamiento (es decir, su cultura), a

través de las emociones (miedo, rabia, alegría, tristeza...), cuya percepción y consideración varían en función de los caracteres históricos, antropológicos, etnográficos, que lo definen. El concepto de *emoción* como objeto de análisis desde diferentes corrientes metodológicas ha cobrado gran importancia en los últimos tiempos, variando sus interpretaciones desde el universalismo (que considera las emociones como una simple respuesta biológica de nuestro cerebro a un estímulo externo) o el constructivismo social (para el que están determinadas culturalmente). (Plamper, 2015). Bajo esta premisa enfocamos nuestro estudio.

El mundo del diseño y creación de ocio digital, fuertemente influido por el campo de la Psicología, ha sido consciente del poder que ejercen las emociones como medio de atracción del jugador. En esa línea, algunos estudios —como los del profesor Jonathan Frome— destacan que las emociones en el área de los videojuegos dependen del rol que adopte el jugador frente al mismo: observante-participante o actor-participante; así como las que se derivan del propio juego en sí (ganar, perder) o de su narrativa (mensaje que nos traslada y donde se produce una interacción con lo que se nos muestra y cómo lo percibimos nosotros) (Frome, 2007, pp. 831-835). Es en esta última faceta, y bajo la forma de un agente activo en la toma de decisiones que nos genera la trama digital, donde cobran sentidos los principios enunciados por Jonathan Belman y Mary Flanagan (2009) sobre la empatía y su reflejo-desarrollo audiovisual. Antes de profundizar en los mismos, con el fin de entender mejor la trama y tensión emocional que genera *Hush*, debemos detenernos en dicho concepto y sus tipos.

La empatía no es un constructo nuevo. En la Antigua Grecia, su significado comprendía “afectado” y “emocionado”. Así que se utilizó para indicar la participación objetiva e interna de un individuo en los sentimientos, conducta, ideas, posturales intelectuales... del otro, como puede leerse en la *Ética a Nicomano* de Aristóteles (Herrera, 2013-2014, pp. 6-13). En el año 1909 el término *empathy* fue acuñado en lengua inglesa por el psicólogo Edward B. Titchener. A partir de ese momento se establece una definición científica y estructurada en la que la “empatía” es considerada una capacidad cognitiva y emocional que permite al que la posee adoptar la perspectiva de otra persona dándose cuenta de lo que siente (*empatía cognitiva*), y también experimentar esas mismas emociones (*empatía afectiva paralela*) o reaccionar emocionalmente a ellas como si le afectaran directamente (*empatía afectiva reactiva*) (Levine y Hogg, 2010, pp. 475-476). Regresando al mencionado trabajo de Belman y Flanagan (2009, p. 9), ambos tipos de empatías se pueden conjugar en los *digital games*, como es el caso de *Hush* y su representación del genocidio ruandés, aplicando diferentes normas o principios. Uno de los más destacados es aquel que señala que para que el jugador sienta empatía hacia lo que ve desde la pantalla de su ordenador o televisión,

el propio juego debe forzarlo (mediante su narrativa, diseño, elementos gráficos y sonoros) a “empatizar”, a posicionarse, y no ser un mero espectador aséptico de lo que ve frente a sus ojos. De esta manera, y siguiendo esta lógica, uno de los primeros mensajes que nos aparece en *Hush* nos dice: “The Hutu are coming, Liliane. Hide your child. If you falter in your lullaby, he will grow restless. The soldiers will hear him, and he will come for you”. Es decir, de nuestras decisiones (y habilidad) dependerá la supervivencia del (nuestro) hijo de Liliane, un bebé tutsi perseguido por el ejército hutu. Esta situación, entre otras características, explican que este título aparezca como prototipo de videojuego basado en valores, haciendo de la empatía —en sus diferentes acepciones— una de sus señas de identidad básica. Como resaltaron críticos especializados en este género de juegos, nadie podría permanecer indiferente al sufrimiento de Liliane en *Hush* “unless you have a heart made of rocks” (Benedetti, 2008).

Ian Bogost, uno de los referentes mundiales sobre *Newsgames* y *Persuasive Games* (videojuegos como medios de expresión y centrados en problemas políticos y sociales actuales), destacó la ansiedad que creaba al jugador ponerse en el rol de Liliane, que debía mantener la calma, cantando una nana tranquilizadora a su pequeño para evitar sus lloros, a medida que aumentaban las voces de los soldados que se aproximaban a su hogar (Bogost, 2011, pp. 21-22). Por su parte, Mary Flanagan —que encabeza el grupo de investigación *Values at Play* (VAP)— lo utiliza de ejemplo “de las nuevas maneras en las que los valores humanos son considerados en los diseños de juegos”, resaltando el elevado grado de *empatía paralela* que provoca (Flanagan y Nissenbaum, 2014, pp. 43-44). Más recientemente, en un estudio patrocinado por la UNESCO, se ponía sobre la palestra el nombre de *Hush* para destacar la contribución que este tipo de productos podían realizar para la resolución de conflictos y respaldar una educación basada en la paz. Del mismo se resaltaba su “veracidad” y “narrativa del terror” como elemento que aumentaba la empatía emocional (Darvasi, 2016, pp. 11-12). *Hush* se suma así a una larga lista de títulos como *Darfur is Dying*, *Peacemaker*, *This War of Mine*, *Finding Home...* que aproximan los más destacados conflictos actuales desde la perspectiva de las emociones.

No podemos cerrar este apartado teórico sin resaltar una de las cualidades más loables de *Hush*: su contribución a la recuperación de la memoria histórica del genocidio ruandés. Como se plantea el investigador Alberto Venegas, “¿pueden ser los videojuegos un medio válido y útil para preservar la herencia cultural?” Su respuesta —con la que coincidimos— es “sí” (Venegas, 2016). Para ello apela al ejemplo de títulos como *Never Alone* (desarrollado por el pueblo inuit con el objetivo de preservar su cultura e historia) o *Aurion: Legacy of the Kori-Odan* (impulsado por un equipo camerunés rescata historias clásicas del país). El caso de *Hush* presenta una particularidad con respecto a los anteriores videojuegos. Está elaborado en EE. UU., ya que en Ruanda no se han dado las condiciones materiales y

tecnológicas para implementar un producto digital de este calado. Lejos de ser una pretensión de “reescribir la historia” por parte los “yankees”, ofrece la posibilidad de aproximarse al genocidio de Ruanda de una manera impactante, emocional, más que política. No es una excepción. Otros conflictos africanos recientes, como los niños soldados del Ejército de Resistencia del Señor en Uganda, han sido analizados y revisados por la empresa danesa *Serious Games Interactive* como *Global Conflict: Child Soldiers*, donde nos pondremos en la piel de un miembro de la Corte Penal Internacional que deberá viajar a Uganda para recopilar información sobre los crímenes de guerra allí perpetrados.



Figura 2. Los videojuegos también pueden contribuir a preservar la memoria histórica (capturas de pantallas de *Never Alone* y *Aurion Legacy of the Kori-Odan*)

SOBRE EL GENOCIDIO DE RUANDA O CUANDO LOS TUTSIS SE CONVIRTIERON EN “INYENZIS” QUE EXTERMINAR

“Al principio, [matar] era una actividad menos repetida que la siembra; nos alegraba, por decirlo de alguna manera; cuanto más matábamos nos engolosinábamos con matar” (Hatzfeld, 2003). Estas palabras de un miembro de la etnia hutu reflejan de manera clara el odio que llevó al genocidio de Ruanda en 1994. Para intentar comprender las razones (y raíces) del mismo debemos hacer un breve recorrido histórico, político, cultural y social de

dicho país africano, situado entre Uganda, Burundi, la República Democrática del Congo y Tanzania.

Ruanda se compone de tres etnias, cada cual con su origen migratorio: los hutus, los tutsis y los twas. Ambos grupos convivieron en relativa paz hasta la llegada de la colonización belga (sin olvidar la alemana de 1897) en 1916. Hasta esa fecha, los hutus eran considerados una casta de trabajadores al servicio de los terratenientes tutsis que les permitían el usufructo de los terrenos a cambio de una compensación económica (Chrétien, 2003). Los belgas se encontraron con una sociedad avanzada, mejor organizada que otros territorios africanos y decidieron dar rienda suelta a la jerarquía impuesta con el fin de hacer de Ruanda un territorio fácilmente controlable y próspero. La administración belga en Ruanda dio todas las comodidades a la minoría tutsi. Esta situación se mantuvo hasta que esta etnia empezó a reclamar la independencia en los años cincuenta. A partir de ese momento las autoridades belgas comenzaron las campañas de degradación contra ellos con el fin de poner en el poder a la mayoría hutu, según su opinión más manejables. Se trata de un odio que nace de una motivación interesada por parte de los belgas. Los hutus comienzan a integrar rápidamente esos mensajes que hablan de los tutsis como cucarachas (“inyenzis”) epistémicas inferiores. Los hutus, cansados del poder ejercido por los tutsis desde épocas pasadas, no se cuestionan la naturaleza de esos cantos de odio que asumen como propios (Peltier, 1994).

Los belgas abandonan, en 1962, un país sumido en un clima de perpetua inseguridad y confrontaciones. Gran parte de los tutsis huyen y el partido pro hutu PARMEHUTU se impone a lo largo de los años manteniendo su esquema anti-tutsi. Las tensiones se agravan en los años noventa, produciéndose un enfrentamiento entre los exiliados tutsis, agrupados en el Frente patriótico ruandés (FPR) y los partidarios del PARMEHUTU. La muerte del presidente Habyarimana (de etnia hutu) en un atentado en 1994, del que se responsabilizó sin pruebas al FPR, inició el genocidio contra la población tutsi: el asesinato indiscriminado contra cualquier persona vinculada a esta etnia. (Kapusinko, 2000).

El papel de los medios de comunicación en el conflicto ruandés fue fundamental, pues colaboraron concienzudamente con el régimen en la propaganda del odio anti-tutsi y en la recluta de miembros. Podemos destacar las revista *Kangura* ó *Radio Télévision Libre des Mille Collines*, RTML (Thomson, 2007). *Kangura*, de la mano de su fundador Hassan Ngeze, publicó uno de los textos más degradantes, agresivos y racistas de todo el genocidio, “Los diez mandamientos hutus”, donde se podía leer que “los hutus deberán dejar de tener piedad con los tutsis” (Serrano, 2008, p. 41). Por su parte, desde las ondas, la locutora de la RTML, Valerie Bemeriki, vociferó que “debían ir a matar a esas cucarachas, que era hora de trabajar”, animándoles a “coged palos, garrotes y machetes, y evitad la destrucción de

nuestro país”¹. En definitiva, durante el genocidio, que no duró más de cuatro meses (si contamos las grandes matanzas), del 7 de abril al 15 de julio, más de 700.000 personas fueron asesinadas (muchas cruelmente mediante machetes facilitados por las potencias extranjeras), 200.000 mujeres violadas e incontables atrocidades que fueron perpetradas por milicias, ejército y población civil.



Figuras 3 y 4. Soldado hutu y escena del genocidio utilizada en *Hush*

¿Cuál fue la imagen que de este suceso se dio en EE. UU.? ¿Cómo influyó en los diseñadores de *Hush*, vinculados a la University Southern of California? Para medios masivos de comunicación de este país, como *Issue*, *Nightline* o *Sixty Minutes*, la noticia del genocidio no fue construida como tal, sino como la emergencia de conflictos tribales enraizados en tiempos ancestrales, aduciendo que serían pasajeros como si ocurriera en otras oportunidades. Diversos autores como Newbury (1999), Lemarchand (1995), Power (2005) y Gourevitch (1999), coinciden en que EE. UU. se mantuvo intencionalmente al margen de los acontecimientos² e influyó sobre las decisiones de la ONU, que retiró a la mayoría de sus cascos azules. La cuestión de Somalia estaba muy presente en la comunidad

¹ *Programa de divulgación sobre el genocidio en Rwanda y las Naciones Unidas*. Online: <http://www.un.org/es/preventgenocide/rwanda/about/about.shtml> [Consultado el 20 de marzo de 2018]

² Podríamos esgrimir como causas de fondo el recuerdo vivo, permanente, en la sociedad estadounidense de conflictos como el de Vietnam, Camboya y Somalia. La atención estaba concentrada en Oriente Medio, donde comenzó a imponer su presencia militar directa desde 1980. Además, Ruanda no ofrecía beneficios políticos y económicos relevantes como para intervenir.

norteamericana e internacional y sería traída en los debates sobre Ruanda como una de las justificaciones para que EE. UU. decidiera no intervenir.

Hush rompía esta dinámica e implicaba de manera activa al ciudadano norteamericano y al de cualquier rincón del planeta que se adentrase en él. Para ello, como se puede observar en la página web del mismo³, hay una concienzuda labor de documentación, de búsqueda de fuentes contrastadas, tales como informes de *Human Rights Watch*, de *Naciones Unidas* ó *Amnistía Internacional*. Para la parte visual fue fundamental el fotorreportaje de Gilles Peress, *The Silence*, alguna de cuyas dramáticas imágenes pensaba ser empleada como “Home Screen” del videojuego, pero finalmente desechada por su gran crudeza.



Figura 5. Imagen de Gilles Peress finalmente descartada en *Hush*

CONSTRUYENDO EL MIEDO: DISEÑO Y NARRATIVA DE *HUSH*

Hush nació en 2007 en el seno de la University of Southern of California (USC), como proyecto de fin de carrera de un grupo de estudiantes (Jamie Antonisse, Devon Johnson, Chris Baily, Joey Orton y Brittany Pirello) de la sección Interactive Media and Games Division, reconocido como uno de los mejores centros de diseño de videojuegos de EE. UU.). Tutelado por los profesores Tracy Fullerton y Peter Brinson⁴, arrancó —tal y como nos explicó uno de

³ <http://www.jamieantonisse.com/hush/rwanda.html>

⁴ Autora la primera de obras como *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovate Games* (2004) y de videojuegos el segundo, como *The Cat and the Coup*, en el que se nos aproxima la caída del Primer ministro de Irán elegido democráticamente, Mohammed Mossadegh, por influencia de la CIA y el MI6 británico, a través de la interactividad con su gato: <http://www.thecatandthecoup.com/>

sus creadores, Jamie Antonisse⁵— siguiendo el procedimiento de *Grow-A-Game*, es decir, conceptos arbitrarios escritos en tarjetas que debían ser interrelacionados en un producto final de ocio-aprendizaje digital. En una primera categoría, “I want to game about...” se recogían temas, intrínsecamente relacionados con la trama de *Hush*, tales como “War, Fear”. La misma se debería conectar con “when playing my game, the player should feel...”, en la que se contemplaban adjetivos como “Excited, A sense of Loss, Engaged...”. El resultado de todo ello fue el juego objeto de nuestro análisis: “we want to make a game about Rwanda Genocide. When playing our game, the players should feel powerless in the face of moral crisis”⁶. Una vez concretado el argumento había que darle un sentido a todo el proyecto. Como nos explicó el propio Antonisse, las influencias de las que se nutrió el equipo creativo para su diseño fueron *Darfur is Dying*, *Parappa the Rappa* y *Typing of the Dead*⁷. El primero, procedente también de la USC, ganó en el año 2006 el *Digital Activist Contest* por su compromiso por los valores y Derechos Humanos a través de su identificación con los refugiados provocados por la crisis de Sudán occidental. Su apelación a estos temas ejerció un gran poder de atracción también en *Hush*. Del segundo título se valoró la importancia de la música (un elemento vital para crear la tensión argumental en torno a Liliane y su bebé) en la mecánica y funcionamiento del videojuego. Finalmente, en el arcade *Typing of the Dead*, publicado por Sega en 1999, el jugador tenía que escribir una serie de palabras para lograr sus objetivos. Salvando las distancias, pues el propósito en este título era eliminar a unos zombis, en *Hush* el correcto tecleo de una serie de letras en el momento exacto podía salvar la vida de una madre y un hijo.

Uno de los elementos clave en el *gameplay* es el juego de contrastes y confrontaciones. A pesar de la urgencia y los crecientes llantos del bebé, que provocan la constante aproximación de las milicias hutus en sus tareas de “limpieza étnica”, el jugador no debe precipitarse en ningún momento, y ser capaz de pulsar la tecla en el momento exacto en el que se iluminan las letras que aparecen en la pantalla (como REST, BRAVE, CHILD...) que simulan una canción de cuna tradicional ruandesa. Por otro lado, la música; el sonido ejerce un papel protagonista en la narrativa. La dulce melodía de la madre tutsi contrasta con los sonidos de fondo hutus, procedentes de archivos reales de la RTML, que crean un ambiente estresante, agobiante, de auténtica histeria. De esta manera, cuando no conseguimos calmar al infante, una imagen estática de soldados, envueltos en niebla, se va agrandando y, a la par, intensificando una voz en la que se puede escuchar: “exterminate them” y voces de mujeres gritando junto a ruidos de ametralladoras. Sin olvidar los lloros del

⁵ Cuestionario escrito remitido a Jamie Antonisse, enero de 2018.

⁶ Guión de diseño de *Hush* facilitado por Jaime Antonisse al autor de este texto.

⁷ Cuestionario escrito remitido a Jamie Antonisse, enero de 2018.

bebé cada vez más fuertes, más nerviosos. Todo ello crea, sin lugar, a dudas una atmosfera de miedo a la que es difícil escapar, y que potencia tanto la empatía paralela como reactiva, es decir, podemos experimentar la angustia y reaccionar emocionalmente a esta situación. Como ya explicaron diferentes teóricos sobre el funcionamiento del miedo (Bourke, 2005), es necesario crear estímulos que provoquen dicha reacción —fisiológica y psicológica— en el ser humano. La sensación de desvalimiento de la madre tutsi y su pequeño, el sonido ambiente, el fondo monocromo negro, las imágenes de sus perseguidores aproximándose... son estímulos que operan de manera eficiente en todo este proceso.



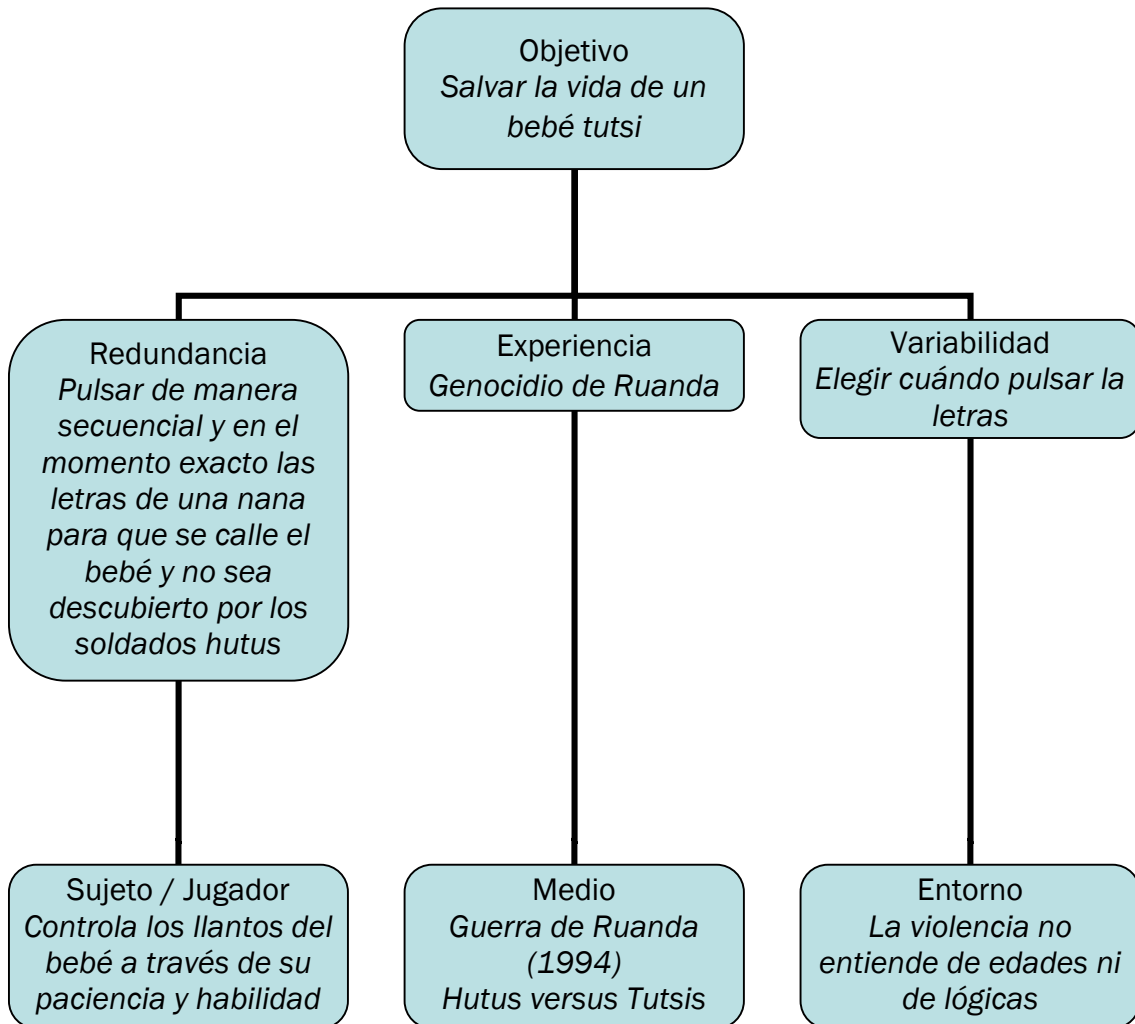
Figura 6. Diseño de Liliane y el bebé. A la derecha, típica imagen africana de madre e hijo (Uganda).
Fuente: <https://iamachild.wordpress.com/2010/01/04/david-kibuuka-nigerian/>

Gracias a esta excelente ambientación no fue necesario en *Hush*, tampoco era su intención, ya que prevalecía el mensaje, ni la información —como claro prototipo de los *Newsgame* (Bogost, Ferrari & Schweizer, 2010)—, ni un gran diseño ni desarrollo gráfico. Una simple xilografía en blanco y negro de Liliane y el bebé (inspirada en el Woodblock Art y en las imágenes del África central) en la parte inferior derecha de la pantalla era más que suficientes, además de las figuras de fondo estáticas que se incrementaban si no cumplíamos nuestro cometido. Como señaló Bogost (2008), esta composición lo convertía —al igual que títulos como *Cloud*⁸ o *Flow*⁹— en un “Vignette Game”.

⁸ <http://www.jenovachen.com/flowingames/cloud.htm>

⁹ <http://www.jenovachen.com/flowingames/flowing.htm>

Hush cosechó un gran éxito y excelentes críticas desde su aparición. En 2008 ganó el *Better Game Contest*, organizado por el proyecto *Values At Play*, encabezado por Mary Flanagan y Helen Nissenbaum. El jurado destacó que el conflicto de Ruanda no se presentase de forma alejada, sino que provocase la inmersión emocional del jugador¹⁰.



Organización discursiva de *Hush*. Fuente: elaboración propia a partir de las tesis de Pérez Latorre, 2010.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Los últimos estudios procedentes del ámbito de la Psicología explican que la memoria nos hace accesible el pasado a través del proceso del recuerdo, que es el resultado de la activación de huellas de experiencias pretéritas al servicio de acciones actuales. Pero también hay que tener en cuenta que los grupos humanos, a través del tiempo, han

¹⁰ <http://www.tiltfactor.org/hush-wins-first-better-game-contest/> [Consultado el 20 de marzo de 2018]

desarrollado procedimientos para ampliar la capacidad de mantener registros del mismo. Así surgieron sistemas de notación, poemas, historias, rituales, monumentos o exposiciones, como forma de mantener la memoria. Estos elementos hacen posible que un individuo acceda a la experiencia acumulada por el grupo. En las últimas décadas, y como auge del desarrollo de la sociedad digital, debemos incluir dentro de esa categoría el mundo de los videojuegos. La consecuencia lógica de todo este proceso es la posibilidad de transformar voluntariamente la memoria natural (Rosa, Bellelli & Bakhurst, 2008, pp. 167-195). El peligro que entraña el diseño de títulos como *Hush* o *Darfur is Dying*, realizados por jóvenes estudiantes de una prestigiosa universidad del Oeste de EE. UU., es que se encuentran muy alejados de los sucesos que analizan y proyectan en nuestros monitores. No existe una experiencia personal, un relato o vivencias que ayuden a construir la narrativa. Aunque todo videojuego de estas características es persuasivo y subjetivo, los creadores de los mismos tienen una gran responsabilidad social, ya que su constructo —en muchas ocasiones— es la única representación que de un conflicto de esta índole van a tener los jugadores. Por esa razón, es de agradecer que en la propia página de descarga de *Hush* se puedan acceder a las fuentes empleadas en la elaboración del discurso. Estas cuestiones condicionan el acceso al mismo, además de la variabilidad empleada (mecánica y lenta), enfocado por todo ello a un público adulto y bien instruido en temas de esta naturaleza. Una de las pocas críticas que podría realizar este tipo de consumidor es que en *Hush* la violencia solo se focaliza sobre los tutsis, ignorando los propios crímenes que el FPR realizó sobre los hutus. Aunque es mucho menor proporcionalmente a la que sufrieron cientos de miles de “Lilianes” de carne y hueso, no hubiese estado de más incluir algún pequeño matiz sobre este asunto. Pese a este leve inconveniente, *Hush* marcó un camino en defensa de los Derechos Humanos que han seguido títulos como *My life as a refugee* o *Finding Home*, impulsados por organismos internacionales de gran renombre y trascendencia como el Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR ó UNCHR, en sus siglas inglesas).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belma, J. y Flanagan, M. (2009). Designing Games to Foster Empathy. *Cognitive Technology*, 14 (2), pp. 5-15.
- Benedetti, W. (2008). Can video games be a force for change?. *NBC News.com*, 12-VI-2008.
 Online: http://www.nbcnews.com/id/25104254/ns/technology_and_science-games/t/can-video-games-be-force-change/-_WrCkCWpublU [Consultado el 20 de marzo de 2018]
- Bogost, I. (2008). Persuasive Games: Videogame Vignette. *Gamasutra*, 12 de febrero de 2008. Online:

https://www.gamasutra.com/view/feature/131942/persuasive_games_videogame_.php [Consultado el 20 de marzo de 2018]

- Bogost, I., Ferrari, S. y Schweizer, B. (2010). *Newsgames. Journalism at play*. Massachusetts, United States of America: MIT Press.
- Bogost, I. (2011). *How to do things with videogames*. Minneapolis, United States of America: University of Minnesota Press.
- Bourke, J. (2005). *Fear: A Cultural History*. London: Reino Unido: Virago.
- Chrétien, J-P. (2003). *The Great Lakes of Africa: Two Thousand Years of History*. New York, USA: Zone Books.
- Darvasi, P. (2016). *Empathy, Perspective and Complicity: How Digital Games can Support Peace Education and Conflict Resolution*. New Delhi, India: UNESCO / Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development.
- Flanagan, M. y Nissenbaum, H. (2014). *Values at Play in Digital Games*. Massachusetts, United States of America: Massachusetts Institute of Technology Press.
- Frome, J. (2007). Eight Ways Videogames Generate Emotion. *Proceedings of DiGRA* (Digital Games Research Association), Conference.
- Gourevitch, P. (1999). *Queremos informarle de que mañana seremos asesinados junto con nuestras familias*. Barcelona, España: Destino.
- Hatzfeld, J. (2003). Barcelona, España: Anagrama.
- Herrera, G. (2013-2014). *De la amistad aristotélica a la empatía spinozista: Edmundo Dantés bajo la perspectiva de Spinoza*. Santa Cruz de Tenerife, España: Universidad de La Laguna, Memoria del Grado de Filosofía.
- Kapuscinski, R. (2003). *Ébano: Conferencia sobre Ruanda*. Barcelona, España: Anagrama.
- Lemarchand, R. (1995). Ruanda, la racionalidad del genocidio. *Issue. A journal of opinion*. Vol. XXIII/2 (Traducción de la cátedra de Historia de Asia y África Contemporáneas, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras).
- Levine, J. M. y Hogg, M. A. (Eds.) (2010). *Encyclopedia of Group Processes and Intergroup Relations*. California, United States of America: SAGE Publications.
- Newbury, C. (1995). Background del genocidio: Rwanda. *Issue. A journal of opinion*. Vol. XXIII/2 (Traducción de la cátedra de Historia de Asia y África Contemporáneas, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras).
- Peltier, J. (1994). L'horrible heritage colonial. *Socialisme International*. París, Francia.
- Pérez, Ó. (2010). *Análisis de la significación del videojuego. Fundamentos teóricos del juego, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discurso*. Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra, tesis doctoral, Facultat de Comunicació.

- Plamper, J. (2015). *The History of Emotions. An Introduction*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- Power, S. (2005). *Problema infernal: Estados Unidos en la era del genocidio*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Rosa, A., Bellelli, G. y Bakhurst, D. (2008). Representaciones del pasado, cultura personal e identidad personal. *Educação e Pesquisa*. Vol 34 (1), Sao Paulo, Brasil.
- Serrano, P. (2008). *Medios violentos: palabras e imágenes para el odio y la guerra*. Barcelona, España: El Viejo Topo.
- Shaw, A. (2010). What is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies. *Games and Cultures*, 5 (4), pp. 403-424.
- Thomson, A. (2007). *The Media and the Rwanda Genocide*. London, United Kingdom: Pluto Press.
- Venegas, A. (2016). Salvar la memoria a través de los videojuegos. *FS Gamer*, online, agosto. <http://www.fsgamer.com/salvar-la-memoria-a-traves-de-los-videojuegos.html>

LUDOGRAFÍA

Hush <http://www.jamieantonisse.com/hush/>