



Universidad de Valladolid



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN EL VIDEOJUEGO: CASO DE ESTUDIO TOMB RAIDER

Trabajo de fin de grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Presentado por Alejandro García Picado

Tutora: Dra. Susana de Andrés del Campo

Segovia, 22 Mayo 2017

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	5
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	7
1.1. Justificación.....	8
1.2. Preguntas de investigación	8
1.3. Objetivos	9
1.4. Metodología	9
CAPÍTULO II: MARCO CONTEXTUAL	11
2.1. Introducción a la cultura del videojuego.....	12
2.1.1. Teorías de juegos.....	13
2.1.2. Tipos de videojuego.....	19
2.1.3. El personaje del juego.....	21
2.1.3.1. Tipologías y características.....	22
2.1.3.2. El personaje y su repercusión social.....	23
2.2. Sexismo en el videojuego.....	24
2.3. Código de autorregulación PEGI.....	29
2.4. Autocontrol.....	30
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE TOMB RAIDER	31
3.1. Caso de <i>Tomb Raider</i>	32
3.1.1. Morfología.....	32
3.1.2. Actitud.....	34
3.1.3. Vestimenta.....	34
3.1.4. Historia.....	34
3.1.5. Evolución.....	35
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS A PARTIR DE ENTREVISTAS.....	37
4.1. El sexismo en los videojuegos en general. Causas, diversas pero interrelacionadas, que determinan la misoginia y los estereotipos de género en estos productos culturales y de ocio tan demandados.....	38

4.2. En torno al público mayoritario de la mayor parte de los videojuegos en la actualidad.	39
4.3. El futuro de los videojuegos a propósito de la representación de las mujeres en ellos.....	40
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	43
5.1. La evolución de los contenidos de los videojuegos en relación con los roles de género y los estereotipos que perjudican a las mujeres. El caso concreto de <i>Tomb Raider</i>	44
CAPÍTULO VI: . LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	47
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXO.....	55

RESUMEN:

El objetivo principal de la investigación que se presenta a continuación consiste en la realización de una aproximación a la representación de la mujer en el videojuego. Nos vamos a centrar en el videojuego Tomb Raider, con el objetivo de descubrir y analizar la evolución de esta representación.

El análisis integra entrevistas en profundidad a diferentes expertos en esta área sobre el contenido y las principales características de la mujer en el videojuego.

Palabras clave: Mujer, videojuego, comunicación, Tomb Raider, ludología, sexismo, género.

ABSTRACT:

The main purpose of the following research is to study the representation of the women in the video game. We are going to focus on the game called Tomb Raider. Our main objective is to discover whether there is an evolution of this representation or not.

To find out more we investigated and evaluated the content and main attributes of the women in the video game collaborating with different experts in this area.

Key words: Women, Video Game, Communication, Tomb Raider, ludology, sexism, gender.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. JUSTIFICACIÓN

El videojuego: ese dispositivo electrónico que recientemente se ha convertido en un objeto cultural de uso cotidiano. No solo es un elemento de entretenimiento sino que tiene mucha más importancia, ya que es un reflejo de nuestra sociedad y sus problemas; como la representación de la figura femenina en los videojuegos y su papel en la sociedad.

El presente trabajo pretende analizar el escenario actual y reciente en el que se muestra la imagen de la mujer en el videojuego como elemento comunicador, centrándose en el contenido y características y tratando de describir la evolución.

Ya que el mundo del videojuego es muy amplio se ha elegido como caso de estudio la saga de videojuegos “Tomb Raider”; primero porque el protagonista es un personaje femenino y segundo porque se quiere descubrir si realmente ha habido un cambio y de qué manera a través de las sucesivas entregas que se han ido realizando desde 1996 hasta nuestros días.

La temática del presente Trabajo de Fin de Grado, se fundamenta en dos razones principales por una parte el interés del autor por la comunicación y los videojuegos y el otro motivo es el de comprobación y análisis de la actualización y/o resistencia al cambio de las representaciones de las mujeres

1.2 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Se han formulado una serie de cuestiones, a las que se debería poder dar respuesta una vez llevado a cabo el análisis. Por lo tanto, al término del mismo se tratarán de responder como método de autoevaluación las siguientes preguntas:

- ¿Existe una evolución en la representación de la mujer en el videojuego? ¿Cómo ha sido esa evolución? ¿Es reflejo de la cultura actual?

- ¿Existe el sexismo en los videojuegos?

- ¿Existe una verdadera evolución en la representación de la mujer analizando el caso “Tomb Raider”? ¿Se ha producido un cambio de un mundo sexualizado a un entorno más realista o respetuoso?

1.3 OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es:

- Comprobar si se ha producido un verdadero cambio en la representación de la mujer en el mundo del videojuego al mismo tiempo que la sociedad lo ha hecho. Recoger y analizar el caso de “Tomb Raider” y sus diferentes sagas a lo largo de los años.

Se dispone así de una serie de objetivos específicos, entendidos como fases que han de ser cumplidas para alcanzar el objetivo general. Se presume por lo tanto necesario:

- Conocer el mundo del juego electrónico desde la evolución de los juegos a la evolución de sus dispositivos.
- Investigar si se ha producido una evolución de la imagen femenina, no solo su estética sino también su comportamiento y roles.
- Analizar la situación actual del mundo del videojuego respecto a sus comienzos.
- Descubrir cuáles son los conocimientos, actitudes, valores y creencias de la sociedad.

1.4. METODOLOGÍA

La metodología empleada para poder cumplir con los objetivos previstos se ha organizado en torno a tres ejes-etapas:

- 1.4.1. Para tener un amplio conocimiento acerca del objeto de estudio de este trabajo, se ha procedido a una revisión bibliográfica en diferentes libros y artículos acerca de la temática que refleja el título. La técnica de evaluación de los datos, por lo tanto, ha sido el análisis de contenido. En el último apartado de este trabajo se detalla dicha bibliografía.

- 1.4.2. Seguidamente se procedió a analizar la saga de videojuegos “Tomb Raider”, para poder observar si se ha producido una evolución o cambio.

- 1.4.3. Debido a que es un tema muy actual y/o no hay suficiente información evaluativa, se procedió a ponerse en contacto con especialistas en el tema María Amores, Eva Cid y Ester Pineda.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

2.1. INTRODUCCIÓN A LA CULTURA DEL VIDEOJUEGO

En los últimos años una herramienta electrónica ha conseguido una gran importancia y está modificando los hábitos de aprendizaje de la sociedad más joven, se trata de los videojuegos.

Un videojuego¹ es un programa que permite al jugador una interacción no directa mediante elecciones para alcanzar una meta. Es un juego electrónico en el que una o más personas interactúan, por medio de un controlador, con un dispositivo dotado de imágenes de vídeo; que puede ser un ordenador, una máquina arcade, una videoconsola o un dispositivo portátil

Desde el nacimiento del videojuego como producto de la cultura de masas, con la instalación de la primera máquina de Pong (Atari, 1972) en California, se ha convertido en uno de los más influyentes productos culturales de nuestra sociedad; Por ello tras treinta años ha pasado de ser un mero objeto de entretenimiento a considerarse como objeto de estudio en el ámbito académico.

Existen estudios como los de Provenzo (1991) que empiezan a concebir esta herramienta como una auténtica industria cultural, pero es a partir del año 2001 cuando Espen Aarseth funda la primera revista académica dedicada específicamente al estudio del videojuego: *Game Studies*, en la Universidad IT de Copenhague, y empiezan a mostrarse nuevas teorías y modelos de análisis del videojuego desde diferentes disciplinas científicas: teoría del diseño de juegos y ludología (Salen y Zimmerman, 2004; Juul, 2005); narratología del videojuego (Murray, 1999; Tosca, 2003 y 2009); semiótica y análisis discursivo del videojuego (Maietti, 2004; Frasca, 2009; Sicart, 2009); estudios culturales (Taylor, 2006; Jenkins, 2009); estudios sobre educación y videojuegos y serious games (Squire, 2004; Gee, 2004; Bogost, 2006); estudios de efectos psicosociales (Raessens y Goldstein, 2005; Tejeiro Salguero et al., 2009); El rol de la figura femenina en los videojuegos (Urbina et al., 2002), etc.

¹ Videojuego - Real Academia Española (consultado en 2017)

1. m. Juego electrónico que se visualiza en una pantalla.

2. m. Dispositivo electrónico que permite, mediante mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor o de una computadora.

Para entender este mundo tenemos que saber que es ludología; “[...] el estudio de lo lúdico y se ocupa del análisis del juego desde la perspectiva de las ciencias sociales, la informática, las humanidades y otras áreas del conocimiento.” (Fullea 1999); su etimología es una fusión del latín ludus (juego) y del griego logos (conocimiento racional). Aunque la ludología abarque todo tipo de juegos, en los últimos años la mayoría de estudios al respecto se han centrado en videojuegos. Estos se han estado estudiando desde un punto de vista funcional y en el ámbito de las humanidades todavía se encuentra en una etapa muy inicial. Como la teoría del cine, que intenta entender los juegos, los jugadores y las interacciones entre ambos.

2.1.1. Teorías de juegos:

Los videojuegos no se pueden reducir a la dimensión puramente de ocio, sino que constituyen una expresión de las relaciones sociales y culturales imperantes. En este sentido, los videojuegos son dispositivos socioculturales que influyen de manera destacada en la población, sobre todo la infantil y juvenil (pero no solo). Asimismo, es evidente que los videojuegos tienen una clara dimensión económica, ya que forman parte de una industria que genera una gran cantidad de beneficios y de empleos en todo el mundo, sobre todo en los países más desarrollados (San Juan del Río, 2001).

En su dimensión económica, desde que se creara *Pong*, el famoso juego de la plataforma Atari (desarrollado por Bushnell y Alcorn), pocas personas podían predecir el éxito que iba a suponer la industria de los videojuegos, que hoy en día se ha convertido en una de las más rentables a nivel internacional. Rentabilidad e importancia económicas que fueron aumentando de manera progresiva conforme iban evolucionando los videojuegos, desde una interfaz muy sencilla y un diseño harto rudimentario, hasta juegos cada vez más sofisticados y con una cantidad cada vez mayor de componentes multimedia (San Juan del Río, 2001).

Según San Juan del Río (2001), hay dos motivos que permiten explicar el debate que se ha generado en torno a los contenidos que reflejan los videojuegos actuales

En primer lugar, cabe destacar que se trata de una tecnología relativamente nueva.

Naturalmente, cada vez que se implanta alguna tecnología nueva, surgen problemas que anteriormente ni siquiera se habían planteado; problemas de orden social, cultural, moral, etc.

- En segundo lugar, la industria de los videojuegos se ha desarrollado —y se sigue desarrollando— a una velocidad tan formidable que esto ha provocado múltiples problemas y desajustes entre los contenidos presentados y la normativa que necesariamente debe regular dichos contenidos, sobre todo si pueden perjudicar a los jóvenes.

Esta velocidad de crecimiento ha propiciado una gran polémica, por ejemplo, con relación a la transmisión de valores inapropiados (como los valores sexistas), los efectos perniciosos para la salud o los problemas psicosociales que puede generar (aislamiento, dependencia, adicción, etc.).

No cabe duda de que es la violencia presente en múltiples videojuegos uno de los temas que más polémicas y debates ha suscitado entre profesores, familias y expertos en el mundo de los videojuegos. Esta violencia, que puede ser explícita o implícita, aparece en una gran cantidad de videojuegos (como en el caso de nuestro estudio, *Tomb Raider*). Se trata de un tema que ha generado tanta alarma social que incluso Amnistía Internacional (2001) ha elaborado un informe en el que expresa de una forma concisa los efectos negativos que pueden ocasionar los videojuegos entre el público más vulnerable: los menores de edad. Esta organización internacional defiende la necesidad de que los Estados se doten de un marco legislativo que permita hacer dos cosas, fundamentalmente:

- regular el mercado de los videojuegos a nivel internacional;
- plantear un conjunto de recomendaciones para todos los directa o indirectamente implicados en la industria: empezando por los fabricantes, continuando por las autoridades, los profesionales de la educación, las asociaciones de padres y terminando, por supuesto, por los propios jugadores.

Una de las cuestiones que más discusiones y problemas ha generado ha sido el tratamiento de la figura de la mujer en los videojuegos; ya que una gran cantidad de jugadores son niños y jóvenes, (que son más vulnerables a toda comunicación) por ello es de suma importancia.

En primer lugar, el tratamiento de la mujer en los videojuegos, en general, se caracteriza por estereotipar a la mujer, asignando determinados roles de género tanto a hombres como a mujeres (perjudicando sobre todo a estas últimas). Desde que comenzaron a crearse los primeros videojuegos, por regla general los roles géneros son simplistas y reproducen esquemas de dominación de un sexo o género sobre otro. Así, lo habitual es que las mujeres aparezcan como seres pasivos, como víctimas o como seductoras de algún varón, mientras que los hombres suelen ser creados como seres activos, violentos, dominantes y resolutivos. Por lo tanto, los rasgos más característicos del hombre en la mayor parte de los videojuegos son la fuerza, el arrojo, el poder, etc., mientras que en la mujer son la sumisión, la debilidad o la pasividad. Parece claro, entonces, que la mujer ha sido habitualmente maltratada en los videojuegos, dado que se la ha presentado como un ser pasivo o, peor aún, como un mero objeto de decoración (Levis, 1997).

Pero la infravaloración de la figura femenina en los videojuegos no solo se ha reflejado en lo que hemos comentado más arriba, sino también en el hecho de que su presencia ha sido más bien reducida. Es decir, ya no se trata solamente de que la mujer, cuando ha aparecido en los videojuegos, lo ha hecho generalmente con los tradicionales estereotipos discriminatorios, sino que además ha aparecido considerablemente menos que el hombre (Provenzo 1991).

En cuanto al tema de los estereotipos, parece claro que, si bien afecta tanto a personajes femeninos como a personajes masculinos, dichos estereotipos van sobre todo en detrimento de las figuras de mujer, ya que las mujeres, como señalan Levis (1997) o San Juan del Río (2001), aparecen sistemáticamente representadas como seres pasivos, dóciles, más emocionales que cerebrales, dominadas, con roles secundarios, con actitudes de dependencia e inseguridad, etc. (Exteberría, 1999).

De los estudios que se han hecho hasta ahora alrededor del sexismo en el mundo de los videojuegos, podemos citar el análisis de Concedoras (2002).²

Este estudio crítico de la cuestión muestra, siguiendo el examen minucioso llevado a cabo por Children Now en diversos videojuegos de tres de las grandes compañías del sector (Sony, Nintendo y Sega), datos muy esclarecedores sobre los dos aspectos que hemos analizado con anteriormente: la poca presencia y visibilización de las mujeres en los videojuegos y los roles de género misóginos vinculados con el tratamiento de la mujer en este sector:

- Con respecto a lo primero, del estudio de esta organización se desprende que únicamente el 54 % de los juegos incluye personajes femeninos, principales o secundarios (menos aún principales o protagonistas, evidentemente), mientras que, en el caso de los personajes varones, estos aparecen en un 92 % de los juegos analizados.
- En relación con el segundo aspecto, la mayor parte de los videojuegos estudiados muestran a mujeres muy violentas, de carácter histriónico y exhibiendo una gran cantidad de estereotipos, como mujeres que se desmayan aparentemente sin razón, voces excesivamente agudas y un largo etcétera.

En otro estudio anterior, el efectuado por Dietz (1998), se confirman también las distintas formas en que el mundo de los videojuegos trata a la mujer en base a distintos estereotipos y roles hegemónicos. En este caso, Dietz (1998) escruta hasta 33 juegos de dos grandes compañías —Sega y Nintendo—, de los cuales solamente un 15 % —es decir, 4,95 juegos— representa a mujeres heroínas o en papeles de acción, en igualdad con los personajes masculinos. Entre los roles más destacados de la mujer en este estudio, aparecen los siguientes:

- Víctima.

² Como no podía ser de otra manera, que los videojuegos fomenten valores o roles lesivos para las mujeres y las niñas no significa en absoluto que estos productos sean los únicos productos de entretenimiento que fomentan tales valores o roles. Pero, al mismo tiempo, sería absurdo pretender infravalorar, negar o despreciar esta realidad por el hecho de que *en todos los sitios cueces habas*. Sería como no perseguir ciertos delitos justificándose en el hecho de que se cometen otros muchos tipos de delitos. Esta es en el fondo la tesis que defienden autores como Estallo (1997) o Gros (1998), para quienes carece de justificación minimizar el problema de la reproducción de valores misóginos o sexistas en los videojuegos, primordialmente en los videojuegos que más afectan a los jugadores más jóvenes.

- Princesa (relacionado con el rol de la belleza).
- Mujeres con una gran talla de pecho y una cintura extremadamente reducida.

Y en ocasiones incluso, lo que es más grave aún, existen videojuegos en los que se incluyen escenas de agresión o de violencia física explícita contra mujeres, tal y como se muestra en el estudio de Dietz (1998).

En suma, en este estudio de Dietz (1998), si bien se observan igualmente roles de género que al menos no son discriminatorios, se confirma que en general la mujer es minimizada o infravalorada en los videojuegos. También este autor refiere lo mismo que Exteberría (1999): las mujeres no suelen aparecer en los videojuegos, y cuando lo hacen es para legitimar, reproducir y reforzar roles de género negativos con respecto a las mujeres: victimizadas, cosificadas, hipersexualizadas, etc.

No obstante, hay autores que ya a finales de la década de los 90 apuntaron a un tímido cambio de tendencia en los patrones femeninos de los videojuegos (Estallo, 1997). Para este autor, los juegos de fines de los 90 ya iban progresivamente eliminando las connotaciones sexistas y misóginas. En este sentido, Levis (1997) ya señalaba que las protestas de grupos de mujeres lograron ya a finales del siglo pasado que los creadores de videojuegos modificaran parcialmente los modelos de mujer representados en ellos, pero solo para que aparecieran más, ya que en general estos personajes femeninos seguían siendo andróginos y agresivos, además de cosificados en el sentido de que estaban muy sexualizados; esto es, que sus modelos continuaban respondiendo a concepciones androcéntricas.

Bajo nuestro punto de vista, de cualquier manera, sí se perciben cambios —aún insuficientes, naturalmente— con relación a los patrones sexistas hegemónicos en los videojuegos. Así, cada vez aparecen más juegos en los que las historias son protagonizadas solo por mujeres, o bien por mujeres y por hombres, en muchas ocasiones de forma igualitaria, sin estereotipos de ningún tipo, sin discriminaciones de ninguna clase.

Asimismo, tal y como indica Tuya (2000), la poderosa industria de los videojuegos cada día es más consciente de la relevancia que tienen las mujeres entre la amplia gama de

consumidores de este tipo de productos, por lo que cada vez salen al mercado más títulos dirigidos principal o exclusivamente a las mujeres (niñas, jóvenes y no tan jóvenes). Es muy importante este punto, dado que lo único que puede equilibrar la balanza de la desigualdad relativa de la que parten las niñas es que estas cada día descubran más videojuegos no sexistas.

A propósito de esta cuestión, Tuya (2000) muestra de qué forma diversas asociaciones —como Women in Computing (WC) o la Fundación Educativa de la Asociación Norteamericana de Mujeres Universitarias (AAUW, por sus siglas en inglés)— están cada día más comprometidas en pedir apoyo a madres y padres, a educadores, etc., para potenciar las habilidades tecnológicas de las niñas, para tratar de superar de esta forma la brecha digital de género que aún existe. Además, la WC y la AAUW también suelen instar a los desarrolladores y creadores de videojuegos y *software* para que tengan en cuenta a las mujeres.

En este respecto, cabe reseñar que hay cada vez más expertos que consideran que la desmotivación de las niñas hacia lo digital o tecnológico tiene una raíz fundamentalmente social y cultural, es decir, que más bien se explica por el hecho de que no se les ofrecen productos que puedan atraerles como a los niños (no guardando ninguna relación, por tanto, con cuestiones innatas, biológicas, de sexo o género). Algo lógico habida cuenta de que no son precisamente los videojuegos que sobre todo ofrecen a las niñas juegos relacionados con roles asignados social y culturalmente a su género, como por ejemplo juegos de maquillaje, de peluquería, de atención médica, de cuidados... a saber, todos los papeles que socialmente se considera que corresponden de forma supuestamente natural a las mujeres. Nos encontramos, por tanto, frente a videojuegos que reproducen de modo sistemático los roles y estereotipos de género dominantes (Conocedoras, 2002).

2.1.2. Tipos de videojuegos

No todos los videojuegos son iguales y existen distintas formas de clasificarlos; se pueden clasificar según la plataforma de juego (consola doméstica, consola portátil, ordenador, móvil...), el tipo y la temática. Actualmente, muchos videojuegos combinan en sus propuestas características de varios tipos, pues utilizan temas de fantasía, historia, realista, etcétera.

En la siguiente tabla presentamos una clasificación de los videojuegos y sus principales características:

TIPOS DE VIDEOJUEGOS	CARACTERÍSTICAS
ARCADE Ejemplos: (Pacman, Mario, Sonic, Street Fighter, Soul Calibur, Mortal Kombat)	El usuario debe superar diversas plataformas y pantallas para seguir jugando.
SHOOTER Counter Strike, Ghost Recon, Tom Clancy's, Tomb Raider.	El protagonista debe abrirse paso a base de disparos.
DEPORTIVOS Ejemplos: Fifa, NBA, Virtual tennis.	Se basan en deportes, reales o ficticios.
ESTRATEGIA Warcraft, Age of Empires, Imperium.	Exigen administrar algún recurso escaso (tiempo, dinero, vidas, armas...), prever los comportamientos de los rivales y trazar estrategias de actuación para lograr unos objetivos
SIMULACIÓN	Son juegos en los que se pilotan diferentes

Simulador de vuelo Microsoft, Los Sim, Tamagotchi.	vehículos, ya sea reales o ficticios, para ganar en distintas carreras.
PUZLES Y JUEGOS DE LÓGICA Tetris, Bubble Bobble.	Juegos basados en los reflejos y diferentes normas de la inteligencia normal. Es un género muy amplio, que abarca juegos con concepciones y funcionamientos muy diferenciados.
HIT N'RUN Grand Theft Auto, El Padrino (videojuego) o True Crime.	El jugador puede hacer lo que quiera e interactuar con casi todo lo que esté a su disposición. Presentan una mezcla de disparos, peleas y carreras. Son muy conocidos por su tema de "antihéroes", ya que la mayoría de ellos tienen como protagonistas a criminales.
GÉNEROS MIXTOS Y GÉNEROS NUEVOS	A menudo, la creación continua de videojuegos ha dado como resultado obras que podrían bien englobarse en más de un género e incluso no pertenecer a ninguno de los hasta ahora establecidos.

Figura 1. Clasificación de los videojuegos según sus características. Fuente: Elaboración propia basada a partir de datos divulgativos que recoge Wikipedia.

La estimación de la evolución en ingresos según los tipos de dispositivos es espectacular como podemos ver en el siguiente diagrama.

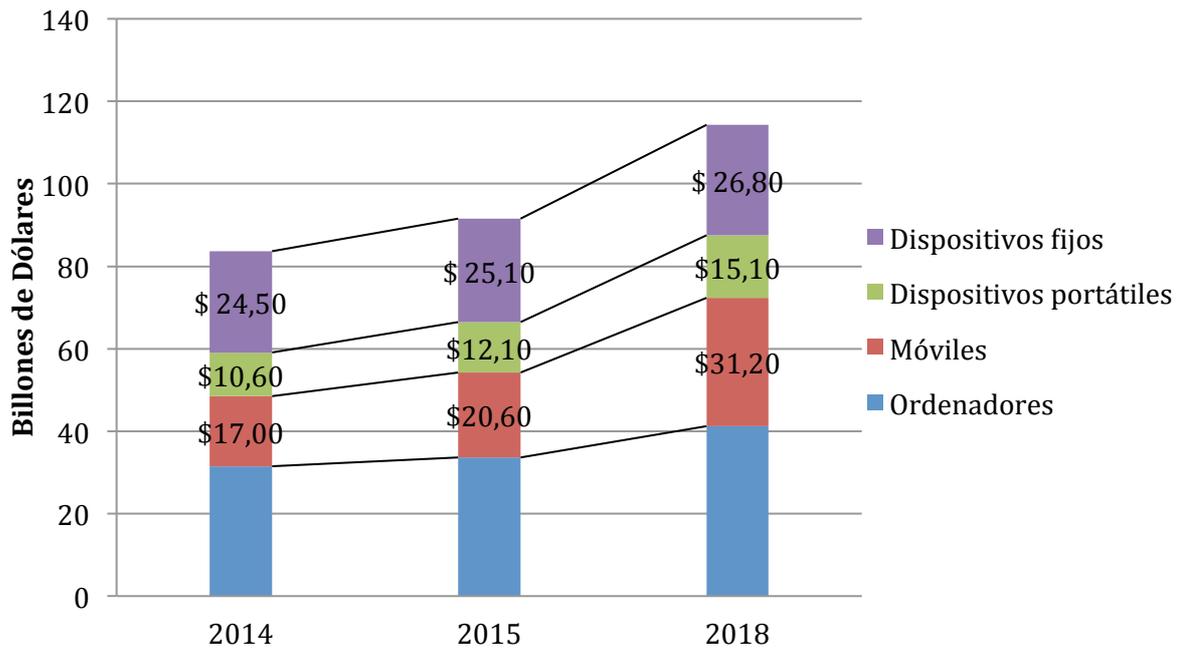


Figura 2. Facturación de la industria de los videojuegos. Fuente: Elaboración propia basada a partir de datos recogidos en NewZoo (Growth Rates of the global games market 2014-2018)

El videojuego mueve masas y fortunas, se estima que (NewZoo 2016) superará los \$110,000 millones en el año 2018, debido principalmente al aumento de los videojuegos en formato digital, los dispositivos móviles y del aumento reseñable en mercados crecientes.

2.1.3. El personaje del videojuego

La influencia de los videojuegos y sus personajes en el mundo de la comunicación, la cultura y el consumo ha crecido en los últimos años de una manera increíble, tanto que ha llegado a modificar la cultura de ocio de la mayoría de la sociedad.

El videojuego hoy en día es el principal objeto de ocio de los ciudadanos y según sus perspectivas de futuro seguirá creciendo. El videojuego ha sido y es el camino que están siguiendo muchas empresas que se habían estancado en el modelo tradicional de entretenimiento, por ejemplo el caso de Lego que dio su salto a la gran pantalla y al videojuego.

Cada día aparecen nuevos consumidores que están llevando a que se abra un importante abanico de posibilidades al mundo de la comunicación y del marketing, pudiendo

utilizar tanto los personajes surgidos en el videojuego como poder incluir in-game Advertising.



Figura 3. Captura de publicidad in-game para la campaña de Obama. Fuente: Politico.com Nine video games from Electronic Arts Inc.

La importancia de la figura del personaje protagonista de un videojuego, como referente simbólico, tiene una gran importancia ya que en muchas ocasiones se le toma como modelo de referencia, con el que te identificas e incluso intentas parecerte a él. Todo esto afecta a una audiencia masiva y segmentada por lo que es una interesante forma de comunicación aún no explotada.

2.1.3.1. Tipologías y características

Los personajes de protagonistas de los videojuegos han sufrido una evolución tan grande como la de la propia industria. Gracias al progreso que ha dado la tecnología ahora se dispone de productos más potentes y complejos así como la capacidad de crear personajes que así sean.

La tendencia constante a la búsqueda del realismo, hace que estos personajes sean cada vez más complejos, elaborados no solo en su representación gráfica sino también en su personalidad.

Sin embargo, las corporaciones que crean los videojuegos no siempre han buscado esta identificación; eran conscientes de las limitaciones que tenía la tecnología por lo que se

apostó por una serie de personajes alejados del realismo, con los cuales alcanzaron también grandes objetivos comerciales. Es el caso de Sonic, juego basado en un erizo azul creado por Sega en 1991 que trataba de competir con Mario, un pequeño fontanero creación de Nintendo.

Hoy en día, podemos diferenciar los tipos de personajes protagonistas a través de las consolas que los soportan; de este modo tenemos dos tipos, por una parte las consolas que buscan un grado de realismo tanto en producción como en reproducción, caso de PS3 y Xbox 360; donde los personajes son el eje central de una trama muy elaborada en la que interactúan con su medio y “destino” por parte del jugador. Por otro lado, también se encuentran las consolas que no apuestan por un realismo gráfico sino por un realismo a través de la experiencia del jugador más que del personaje, producen que el jugador se sienta dentro de la historia al recrear los movimientos y acciones de sus personajes, es el caso de la consola Wii.

2.1.3.2 El personaje y su repercusión social

Es un hecho que cada vez un mayor porcentaje de la población es consumidor de videojuegos y cada vez crece más el tiempo que se dedica a ellos. Este crecimiento de la demanda ha provocado que sea uno de los sectores con más auge de las economías modernas a nivel global del ocio y entretenimiento.

Con el paso de los años el target tradicional (chicos de entre 15 a 25 años) por el gusto por los videojuegos ha dejado de ser patrimonio exclusivo de niños y jóvenes, dejando paso a un perfil mucho más amplio.

Una de las razones por las que los videojuegos están llegando a todo tipo de públicos es por su variedad, existen juegos de todo tipo, como anteriormente hemos señalado, donde algunos proponen desafíos de destreza mental o habilidad, otros se basan en argumentos complejos en los que el personaje crece contigo.

Cuando un videojuego tiene éxito, la compañía que lo lleva a cabo intenta sacar nuevos títulos de ese videojuego con el mismo protagonista pero diferente historia; creándose así lo que se llama *saga*. Es en este momento cuando un personaje se convierte en una

poderosa herramienta de marketing ya que crea millones de seguidores que conocen el personaje y quieren seguirle.

Uno de los personajes que más transcendencia ha tenido y tiene es el personaje Mario, el cual ha aparecido en más de un centenar de títulos, que desde 1981 (en Donkey Kong) ya es más conocido por los jóvenes japoneses que el mismísimo Mickey Mouse (Iwabuchi, 2002).

Los videojuegos de Mario han vendido más de doscientos millones de copias en todo el mundo, lo que le convierte en la saga con más éxito de la historia. Desde su creación, ha llegado a ser un icono de la cultura popular protagonizando series, cómics y películas.

Mario no es el único, también un personaje femenino ha logrado superar la frontera de lo digital en el videojuego convirtiéndose en un icono de la cultura popular; es el caso de *Tomb Raider* que más adelante estudiaremos en profundidad. Y trata de las aventuras de la arqueóloga británica Lara Croft.

El universo virtual que constituyen los videojuegos y sus historias, encarnadas por un personaje tienen repercusiones que se pueden llegar a proyectar en el plano de la realidad. En cualquier videojuego con una historia y un personaje humano protagonista, se produce una conexión durante el período de juego. Es interesante señalar si el jugador se identifica *con él* (en la mayoría de casos) o *como él* (en los juegos de acción que presentan una visión en primera persona, por ejemplo). Pero esta identificación no sólo se produce en el plano físico, y provoca comentarios exclusivos de este medio que pueden escucharse en boca de cualquier usuario de videojuegos: “me han matado”, en lugar de, “lo han matado”

2.2. SEXISMO EN EL VIDEOJUEGO

Hoy en día tanto hombres como mujeres tomamos conciencia de actitudes y comportamientos que discriminan a la mujer por el hecho de ser mujer. Estamos más acostumbrados a escucharlo en un entorno laboral, familiar, en el deporte, la música... pero en los videojuegos... ¿En qué situación nos encontramos? “Lo más

escandaloso que tiene un escándalo es lo mucho que llegamos a acostumbrarnos a él” como señala Simone de Beauvoir en *El segundo sexo* (1949).

Si bien las mujeres se han incorporado, progresiva y satisfactoriamente a los espacios productivos, toma de decisiones y participación social; el sexismo y las diversas formas de discriminación por razones de género aún se encuentran presentes en muchos ámbitos de la vida social.

Vamos a señalar las características que marcan esta discriminación:

Infrarrepresentación: Los protagonistas de estos videojuegos en mayor proporción son hombres, las mujeres aparecen de forma secundaria, ocupando un segundo plano, como anexo, complemento o derivado del sujeto masculino, y en algunos casos ni siquiera aparecen. Las mujeres en los videojuegos con frecuencia deben ser rescatadas de situaciones en las que son víctimas de secuestros y agresiones perpetradas por los personajes masculinos, caracterizándose por su indefensión, temerosidad e inseguridad. Las mujeres en estos videojuegos pocas veces aparecen como villanas, actualmente comienzan a ser representadas como heroínas y guerreras pero cargadas de simbolismo sexuales. (Pineda, 2015)

Hipersexualización: Conociendo la problemática de la representación femenina en los videojuegos, tanto por el énfasis en representar el cuerpo femenino basado en sus cualidades sexuales, como por la escasez de protagonistas femeninas; como señala Fernández Vara “La mujer en los videojuegos suele restringirse a ser la damisela en apuros que necesita que el héroe la rescate”. Esta es una de las consecuencias de esta predominancia de la figura masculina, que surge a costa de representar la femenina como accesorio o recompensa para el héroe, esto produce que los videojuegos se perciban como un medio masculino desde muy temprana edad.

Infantilización (cada vez se amplía más el público objetivo, se empieza antes a jugar): En este contexto, uno de los espacios con gran carga sexista son los videojuegos, y sus principales consumidores son los jóvenes, que cada vez empiezan más pronto a jugar y van a aprender de ello como parte de la cultura; según un informe de 2005 NPD Group, Kids and Consumer Electronics Trends, los niños cada vez usan dispositivos

electrónicos de consumo a más temprana edad, entre 5-7 años; en cambio ahora según un informe más reciente de NPD Group, Kids' Tablet Play and Household Ownership Increases, los niños empiezan a tener contacto con los dispositivos electrónicos mucho antes, 2-5 años.

Discriminación en el proceso de creación: Basándonos en quien compone la industria del videojuego, podemos observar que se da muy poco acceso a las mujeres, la gran mayoría de los puestos directivos, programadores y creadores son hombres, lo cual sigue continuando con esa perspectiva sexista, al no involucrar una nueva perspectiva desde el ámbito femenino. Produciendo un círculo vicioso por el que la industria de los videojuegos crea productos que no atraen a las jóvenes, por tanto las jóvenes no ven el desarrollo de videojuegos como una carrera creativa que les interese; de este modo, la industria continua siendo dominada por desarrolladores masculinos, que perpetúan la creación de juegos que atraen menos a las jóvenes.

Mirada masculina: Las mujeres que intentan entrar y ser parte de la elaboración del videojuego a menudo lo tienen más difícil, aunque vivimos en una sociedad igualitaria, por el mero hecho de “ser mujer” su trabajo vale menos. Haciendo referencia a la Doctora en sociología y Magister Scientiarum en Estudios de la Mujer; Esther Pineda, “[...] con frecuencia encuentran dificultades que van desde el rechazo en los espacios de trabajo, la desestimación de sus proyectos, el acoso sexual, la intimidación, remuneraciones más bajas, y la ocupación de cargos por debajo de su formación y responsabilidades. Las mujeres en este ámbito pocas veces encuentran financiamiento de sus iniciativas, a lo cual se suma la poca aceptación de sus propuestas y productos en el mercado”.

Los videojuegos hacen una representación desigual y discriminatoria de la mujer; en su mayoría los personajes femeninos son presentados de forma sexualizada, con atuendos que muestran cuerpos semi-desnudos reproduciendo los estereotipos de belleza impuestos, incluso se puede ver que muchos casos vienen representados como objetos sexuales, como prostitutas.

Véase el caso de GTA, basándonos en cualquiera de sus entregas, se puede observar que tiene un contenido sexual explícito incluso antes de su estreno.



Figura 4. Anuncio de GTA V en Hong Kong. Fuente: AP

La guía Meristation en GTA 3 hace referencia a los beneficios que puedes obtener al contratar los servicios de “una de esas chicas que pasean ligeras de ropa”; cito textualmente:

“[...] Ahora acércate despacio hasta una de esas chicas que pasean ligeras de ropa por la acera. Ella se acercará al coche, y después de tantear un poco, se Una vez que el coche esté parado, empezará a moverse. Primero despacio, y luego más rápido. Mientras esté sucediendo esto, tu salud se irá reponiendo, y tu dinero irá bajando.

La ventaja de este truco, es que puedes reponer la salud hasta 125 %, y no hay otra manera de hacerlo. Cuando la puta termine saldrá del coche.

Ahora, si tienes la suficiente sangre fría, puedes salir del coche, matarla y recuperar exactamente el dinero que te sacó.”

Figura 5. Guía Meristation GTA 3. *El truco de la puta*. Fuente: <http://www.meristation.com/grand-theft-auto-iii/guia/1600455?p=16>

En otro apartado, al hablar de los personajes del juego cita a las novias de Carl, y da consejos sobre cómo tratar a las novias:

“A partir de ahora tendrás que cultivar la relación con Denise, para que no te de “la plasta” por teléfono. Dedicar un poco de tiempo para ir a su casa y salir con ella por ahí. En ocasiones querrá dar una vuelta coche para pegar unos tiros, o ir de copas. Tranquilo, que los mensajes de la parte inferior de la pantalla te dirán en cada momento si está a gusto o no.”

“Procura ir a buscarla siempre por las tardes, ya que por la mañana estará ocupada. Cuando la tengas en el bote te dará la oportunidad de pasar a su casa a “tomar café”, acepta su invitación y esa noche triunfarás. Según avances en la relación tu novia te prestará el coche o te hará regalos, como el traje de “chulo” que aparecerá en tu ropero.”

Con el regalo del traje de “chulo”, la chica te está indicando que te conviertas en su proxeneta.

Figura 6. Guía Meristation GTA 3. *Traje de chulo*. Fuente:

<http://www.meristation.com/playstation-portable/grand-theft-auto-liberty-city-stories/trucos-guias-juego/1517107>

En el 90 % de los videojuegos analizados por Sauquillo, Ros y Bellver (2008)³, la relación entre mujer y hombre es de dominación del segundo hacia la primera.

En diversos estudios citados por estos tres autores, como el de Díez (2004), se constata que en las relaciones entre las mujeres y los hombres la percepción es distinta según los sexos, puesto que los hombres no perciben las relaciones de dominación, mientras que las mujeres, en general, cada vez lo perciben más claramente.

Tal y como refieren Saquillo, Ros y Bellver (2008), quienes se basan en los análisis críticos de Provenzo (1991), Estalló (1995), Exteberría (1999), Urbina *et al.* (2002), Conocedoras (2003) y Díez (2004), pese al tiempo que ha transcurrido desde la primera edición de videojuegos como *Tomb Raider*, el cambio de sensibilidad a nivel social en relación con el tema de la representación de la mujer en los videojuegos no ha producido transformaciones relevantes en el tratamiento de la figura femenina, debido a que la mujer aparece más en los videojuegos.

³ <https://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/56632>.

Por regla general, la figura de la mujer predominante sigue siendo muy estereotipado: o bien con rasgos pasivos y de sumisión (*princesas buenas y obedientes*), o bien con rasgos hipersexualizados y malos (Sauquillo, Ros y Bellver, 2008).

Los datos del análisis crítico de Díez (2004) corroboran la preponderancia de un estilo de interacción pasivo (en un 77 %), que se encuadra dentro de un modelo masoquista, como el de *Resident Evil* o *Super Mario*; cuando los personajes femeninos representan un rol activo, este suele ser una mimetización del referente masculino, representado por la agresividad y la competitividad, fundamentalmente. Es decir, el personaje femenino es representado como una suerte de copia del personaje masculino (Sauquillo, Ros y Bellver, 2008).

En este sentido, se puede decir que prácticamente lo único que se modifica de estos personajes femeninos son los atributos sexuales de la protagonista, que se incardina en el modelo sádico de videojuegos como *Mortal Kombat* o *Tomb Raider* (Sauquillo, Ros y Bellver, 2008).

2.3. CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN PEGI

El sistema PEGI (Pan European Game Information) es un mecanismo de autorregulación creado por la industria del videojuego para ofrecer de manera orientativa información sobre la edad adecuada para consumir sus productos.

Este código está compuesto por dos tipos de iconos para describir el videojuego, uno relativo a la edad y otro al contenido específico. El logo de la edad viene precedido por diferentes logos que describen el contenido del videojuego.

De esta manera el consumidor sabrá que se puede encontrar en el videojuego, que tipo de contenidos, sin haber llegado a utilizarle; por lo que este podrá hacer una elección libre e informada.

El proceso de clasificación se realiza tras la cumplimentación de unos formularios por parte de la empresa editora, que advierte del contenido que va a estar presente en el videojuego, como violencia, sexo y otros contenidos sensibles. Esta clasificación es

revisada por NICAM que haría entrega de una licencia que clasificaría para una edad determinada dicho juego.

Las etiquetas de clasificación por edad están comprendidas desde 3, 7, 12, 16 y 18 años, a las que habría que añadir las etiquetas por contenidos; lenguaje soez, discriminación, drogas, miedo, juego (de azar), sexo, violencia y en línea.

Todas estas etiquetas clasifican al videojuego, pero no lo restringen así como tampoco restringen ni señalan el sexismo. Es cierto que si que se clasifica como discriminación, pero ese adjetivo está más enfocado a discriminación racial que de género.

2.4. AUTOCONTROL

La asociación Autocontrol⁴ para la autorregulación de la comunicación comercial⁵ tiene un código referente a la publicidad de videojuegos, en la que marca las directrices sobre las buenas prácticas en la publicidad de productos de software interactivo (AEVI, 2005).

En los artículos 9, 10, 11 y 12 hace referencia a los productos recomendados según edades, protegiendo a los menores de imágenes sexuales, pero nunca sancionando o impidiendo a las empresas creadores de este software dar una imagen peyorativa de la mujer. Señalando actos sexuales, violencia sexual, desnudez en contexto sexual o descripciones sexuales explícitas.

⁴ El sistema de resolución de controversias de Autocontrol es el único organismo privado español que ha sido reconocido por la Comisión Europea por cumplir los requisitos y principios de independencia, transparencia, contradicción, eficacia, legalidad, libertad de elección y derecho de representación por parte del consumidor, establecidos en la Recomendación 98/257/CE. De esta forma, Autocontrol fue incorporada en el año 2000 a la Red EJE (Red Extra-judicial Europea) de la Comisión.

⁵ Recuperado en 2017. http://www.autocontrol.es/pdfs/pdfs_codigos/Directrices%20ADESE.pdf

CAPITULO III. ANÁLISIS DE TOMB RAIDER

3.1. CASO DE TOMB RAIDER

Lara Croft, del videojuego *Tomb Raider*, es, sin lugar a dudas, la protagonista femenina más conocida en el mundo de los videojuegos. Para analizar la figura de Lara Croft, conviene diferenciar cuatro aspectos básicos (Guerra y Revuelta, 2015):

3.1.1. Morfología

Hasta el día de hoy, la imagen de Lara Croft representa el canon de belleza femenino en el mundo de los videojuegos. Los rasgos físicos de la protagonista de *Tomb Raider* están desproporcionados, puesto que llevan al límite las medidas reales de la mayoría de las mujeres.

El diseño del físico de Lara se debió al artista de gráficos Toby Gard, quien, siendo consciente de que el juego estaba principalmente dirigido a un público masculino⁶, decidió crear una mujer con una talla de 150 de pecho, algo que fue aceptado por todo el equipo de la compañía desarrolladora del videojuego, Core (las distribuidoras desde 1996 hasta la actualidad son Eidos y Square Enix).

Actualmente, la popularidad de *Tomb Raider* y sobre todo del protagonista femenino se debe primordialmente a su físico y, muy especialmente, al tamaño de su busto, que es deliberadamente desproporcionado.

Como afirman Guerra y Revuelta (2015), la fama de Lara Croft nació fruto de un error de programación (por el hecho de que las medidas de sus pechos fueron alteradas por un programador).

Tal y como se puede constatar en la figura 6, Lara Croft evoluciona desde el punto de vista morfológico en todos los sentidos, entrega tras entrega: el color de piel y del pelo, el tipo de ropa o las medidas físicas.

⁶ Lara Croft, personaje que se convirtió a mediados de la década pasada en el icono de las heroínas hipersexualizadas, estaba claramente concebida y dispuesta para el placer masculino heterosexual (Navarrete, 2014). <https://www.periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/paralelo/article/view/10213/6743>.



Figura 7. Evolución morfológica de Lara Croft. Fuente: Guerra y Revuelta (2015).

En la siguiente imagen se observa incluso con mayor nitidez la evolución de la morfología de Lara Croft:



Figura 8. Evolución morfológica de la heroína de *Tomb Raider* Fuente:

<https://www.youtube.com/watch?v=X2hBVX4fOqY>.

3.1.2. Actitud

La personalidad de la protagonista de *Tomb Raider*, se caracteriza por los siguientes rasgos: Lara es rebelde, inteligente, sensual, dura, fuerte, valiente e incluso heroica. Además, Lara Croft es una gran estratega y tiene un alto sentido de lo moral, de lo que es correcto o incorrecto desde el punto de vista ético.

3.1.3. Vestimenta

La vestimenta de Lara Croft se ha ido modificando a lo largo de los años, entrega tras entrega. En un primer momento era muy escueta y poco apropiada el trabajo que debía desempeñar; se trataba de una ropa muy provocativa y de escasa o nula utilidad para su trabajo.

Sin embargo, ya en la última entrega, en la que se ha reiniciado la saga, se han vuelto a diseñar múltiples aspectos de la vestimenta de la protagonista de la serie, principalmente en lo tocante a la ropa adecuada en función de las acciones que ha de desarrollar.

En uno de los capítulos de *Rise of the Tomb Raider*, se observa que estando en la cima de una montaña cubierta de nieve, Lara empieza a pasar frío y cambia toda su vestimenta, pantalón largo, abrigo, guantes... acercándose más a una realidad virtual y no mostrar únicamente un cuerpo semidesnudo.

3.1.4. Historia

Son dos los periodos principales de la historia del personaje protagonista de *Tomb Raider*, Lara Croft: el primer periodo, el original, y el segundo periodo, el reinicio del juego en 2013.

Durante el primer periodo, Lara es una joven noble de Gran Bretaña que desempeña su labor de arqueóloga *freelance* buscando toda clase de vestigios arqueológicos. Durante el segundo periodo, ya es una mujer recién graduada en Arqueología, con 21 años cumplidos.

3.1.5. Evolución

Desde el punto de vista de la actitud, Lara Croft pasa de ser una mujer cercana al estereotipo de masculinidad a ser una mujer con actitud propia, sin estereotipos marcados en la última entrega de *Tomb Raider*.

Lara hace evolucionar también su actitud, pasa de ser una chica cercana al estereotipo masculino a una chica con actitud propia sin estereotipos destacados en la última entrega. Se puede decir que a día de hoy Lara Croft se acerca mucho más a la mujer real, al menos si se compara con las primeras ediciones del videojuego, en las que, como decíamos, la heroína aparecía mucho más estereotipada desde el punto de vista del sexo/género.

En general, la evolución de la heroína de *Tomb Raider* se manifiesta muy claramente si se analizan elementos tales como la morfología (una talla cada vez más reducida, más acorde al cuerpo mayoritario de la mujer —al menos de la mujer occidental—, y menos hipersexualizada que anteriormente) o la vestimenta, aspecto que ya hemos señalado más arriba.

Tal y como demuestran Guerra y Revuelta (2015),

El contexto que se le ha dado en el reinicio de la saga es más realista y muestra a una chica joven ante una situación imprevista en la que deberá madurar como persona. La actitud mostrada en este reinicio es más realista.

Dada la evolución de este icono de los videojuegos cabe esperar que otros videojuegos que están protagonizados por divas estereotipadas e hipersexualizadas cambiarán su estrategia comercial, pasando de vender a la mujer como objeto a vender una chica real, más cercana y con la cual las chicas usuarias de videojuegos puedan sentirse identificadas (p. 148).

En definitiva, la heroína de *Tomb Raider* es seguramente el icono femenino más conocido del mundo de los videojuegos. La extraordinaria popularidad de Lara se debe, fundamentalmente, al hecho de que ha sido capaz de superar las fronteras virtuales, de generar todo tipo de discusiones sobre si es un referente femenino positivo por su

fuerza, inteligencia y belleza, o si es todo lo contrario por estereotipar los roles de género más negativos para las mujeres; de ser portada de múltiples revistas en todo el mundo, de ser un objeto muy exitoso de *marketing* y *merchandising* en todo el mundo, etc. (Suárez, Lacalle y Pérez, 2014).⁷

La cuestión, sea como fuere, es que Lara Croft ha conseguido auparse al podio de los grandes iconos de los videojuegos, junto con Mario Bros, Sonic, Snake, Link o Belmont (Suárez, Lacalle y Pérez, 2014).

En relación con la discusión que ha suscitado el personaje de Lara Croft, Suárez, Lacalle y Pérez (2014) no comparten la visión de Guerra y Revuelta (2015), en el sentido de que los primeros entienden que *Tomb Raider* constituye un ejemplo paradigmático de juego elaborado no solamente para hombres, sino también para mujeres, en el cual no existe una división de géneros invisible, sobre todo a partir de su reinicio de la serie original, lanzado en el año 2013.

En este *Tomb Raider*, Lara se presenta como una protagonista muy digna que termina ocupando el rol del antiguo héroe que *salva a la princesa*; de esta forma, según el enfoque de Suárez, Lacalle y Pérez (2014), la heroína del célebre videojuego *Tomb Raider* consigue superar la tradicional posición del hombre como héroe salvador (Suárez, Lacalle y Pérez, 2014).

⁷ https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/31793/Pages%20from%20ebooks_II_ICGC-Libro_actas_espanol-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

CAPITULO IV. ANÁLISIS A PARTIR DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

A lo largo de este trabajo hemos tratado de profundizar en la cuestión del sexismo en el mundo de los videojuegos en general, así como en la representación de la mujer en este tipo de productos culturales en particular, prestando especial atención al caso de *Tomb Raider* y su célebre protagonista, Lara Croft.

Ahora vamos a extraer una serie de análisis, partiendo de estas premisas y sobre todo de los resultados de las dos entrevistas⁸ que hemos realizado, a Marina Amores y a la doctora Esther Pineda.

Para ello, vamos a dividir el análisis en los siguientes apartados o cuestiones (unas más generales, otras más específicas):

4.1. El sexismo en los videojuegos en general. Causas, diversas pero interrelacionadas, que determinan la misoginia y los estereotipos de género en estos productos culturales y de ocio tan demandados.

La primera premisa que extraemos es que el sexismo existente en los videojuegos tiene una raíz tanto endógena como exógena; esto es, que el sexismo hace acto de presencia en los videojuegos en tanto en cuanto el sexismo forma parte de la sociedad en general; El sexismo comienza desde su producción hasta los roles que desempeñan sus personajes; “los videojuegos diseñados por hombres para el consumo de los hombres” (E. Pineda).

Por lo tanto, existe machismo per se, desde el inicio hasta el fin, y son más o menos machistas en función de los roles y valores dominantes en relación con la cuestión del género y de la mujer.

Los videojuegos no generan de forma consustancial ningún tipo de comportamiento sexista o machista, pero sí pueden —y de hecho lo hacen hoy en la mayor parte de los casos— legitimar, reproducir y reforzar roles vigentes a propósito de la representación negativa de la mujer.

En los videojuegos se refleja el poder masculino que persiste a nivel macrosocial en dos dimensiones: en la dimensión de los creadores (la mayoría de ellos son aún hombres, en muchos casos defensores —conscientes o inconscientes— de los roles tradicionales de

⁸ Las entrevistas en profundidad en las que hemos basado este apartado están incluidas en anexos, junto a una breve reseña de nuestros expertos.

género) y en la de los jugadores (que, como hemos visto, también son hombres en su abrumadora mayoría).

Así, las causas que provocan que en la mayor parte de los videojuegos la mujer aparezca representada en términos sexistas son las mismas que inducen el machismo en el seno de la sociedad: la desigualdad entre hombres y mujeres, la discriminación de las segundas por razones de sexo y género.

De esta forma, si vivimos en una sociedad que por regla general hipersexualiza y cosifica a las mujeres, lo lógico es que las mujeres representadas en los videojuegos también sean cosificadas e hipersexualizadas. Todo lo cual no significa, en absoluto, que este efecto de cosificación e hipersexualización sea inevitable.

4.2. En torno al público mayoritario de la mayor parte de los videojuegos en la actualidad.

Habida cuenta de que, tal y como hemos señalado, la mayor parte de los jugadores de videojuegos son hombres (sobre todo jóvenes), el problema es grave por el hecho de que los videojuegos actuales, en su mayoría, están perpetuando roles de género que en algunos casos, erróneamente, se consideran propios de personas adultas o ancianas.

Si los videojuegos actuales transmiten ideas, patrones y roles femeninos negativos que se insertan en el imaginario colectivo de los hombres jóvenes, no cabe duda de que dichos productos de entretenimiento están agravando un problema que ya de por sí es de una gravedad importante.

En suma, si no son pocos los juegos que ofrecen a los jóvenes modelos de mujeres a las que se puede encasillar y encorsetar fácilmente, cuando no golpear, insultar, violar, ningunear o cosificar de mil y una formas, parece claro que los videojuegos, en cuanto que dispositivos culturales para la transmisión de determinados valores, ideas y roles, profundizan el problema de la discriminación y la violencia que sufren las mujeres de forma sistemática.

4.3. El futuro de los videojuegos a propósito de la representación de las mujeres en ellos.

A tenor de las dos entrevistas que hemos realizado para este trabajo, parece claro prever que la tendencia en este sentido es de clara mejoría, seguramente insuficiente aún, pero la mejoría es notable sin duda. Esto se manifiesta, por ejemplo, en el hecho de que hoy en día es mucho más habitual ver a niñas jugar a videojuegos, cosa que hasta hace relativamente poco tiempo era prácticamente impensable.

Por supuesto, en esta prospectiva positiva que trazamos será determinante igualmente la influencia de personas como las que hemos entrevistado. Sus artículos, conferencias y otro tipo de acciones de conciencia sobre la cuestión permitirán que cada vez vaya habiendo menos sexismo en la industria de los videojuegos. Algo que se traducirá necesariamente en una mayor cantidad de modelos de mujeres desarrolladoras/creadoras y, sobre todo, con capacidad de mando en los estudios más importantes.

Además, tal y como hemos visto, cada vez habrá más personajes femeninos, considerablemente menos sexualizados, más empoderados, que posibilitarán paliar o al menos compensar de alguna forma los contenidos misóginos de muchos de los actuales videojuegos.

Sin embargo, es evidente que aún queda mucho por hacer, tal y como manifiestan nuestras dos entrevistadas, y que en consecuencia seguirán creándose juegos que potencien o reproduzcan roles de género machistas. Este aspecto se acentuará por el hecho de que todavía persiste una gran resistencia en el sector a acometer cambios de calado, principalmente debido a que tanto los productores como los consumidores en general son hombres heterosexuales.

Lo que cabe preguntarse, siguiendo a una de nuestras entrevistadas, es si estos cambios necesarios y positivos se darán más por cuestiones de *marketing* —es decir, por razones de índole económica, para satisfacer básicamente las exigencias de las nuevas jugadoras y para beneficiarse del potencial femenino en el sector, ahora infrautilizado— que por motivos de lograr una mayor equidad y de acabar de una vez por todos con los estereotipos y los clichés de género en el mundo de los videojuegos.

En cuanto a la cuestión de las nuevas oportunidades de los videojuegos que se plantean seriamente transgredir las identidades tradicionales de género a través de la representación gráfica de mujeres protagonistas para videojuegos desarrollada por niños y niñas, interesa terminar este apartado aludiendo al estudio reciente de Cortés-Picazo (2016), quien identifica y estudia el discurso hegemónico en niños y niñas en Chile.

Las conclusiones más interesantes y positivas a las que llega este análisis se pueden sintetizar en las siguientes (partiendo de algunos de los diseños realizados por los propios que reproducimos a continuación):



Figura 7. Representaciones gráficas de niños y niñas en un centro escolar de Chile Fuente: Cortés-Picazo (2016).

- Después de recolectar y tratar de forma sistemática los registros orales y gráficos de los niños y las niñas, se establecen las categorías siguientes:
 - Transgresión de las identidades tradicionales de género en el interior del marco performativo de sanción heteronormativo.
 - Estética fundamentalmente japonesa y oposición binaria entre pares según el género.
 - Ficción como estructura narrativa de los videojuegos.
- La transgresión en la construcción de lo femenino se produce mediante su desplazamiento hacia la figura masculina. Esto implica una migración de lo femenino al ámbito de acción del cuerpo fomentada por un sector

que está dirigido, pensado y destinado a —y por— varones heterosexuales en su mayoría.

- La transgresión efectuada por los niños y las niñas del estudio consiste en cambiar aspectos de forma, estéticos, en la construcción digital del cuerpo femenino. Así, personajes célebres del mundo de los videojuegos, como Lara Croft, Mikku, Ayumi o Bayonnetta, son resignificadas por las niñas y los niños. Por lo tanto, no hay alteraciones en cuanto al contenido, puesto que los nuevos personajes siguen operando bajo criterios principalmente masculinos.
- Por todo ello, el estudio concluye que el fomento de actividades didácticas basadas en una pedagogía feminista *queer* permite profundizar en el debate sobre la representación de la mujer en los videojuegos y visualizar así algún día el género, y concretamente la mujer, superando el binarismo de género tradicional. Se trata, en definitiva, de “(...) proponer didácticas de las artes visuales en donde el género sea objeto de subversión al interior de la sala de clases” (Cortés-Picazo, 2016, p. 471).

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

5.1. La evolución de los contenidos de los videojuegos en relación con los roles de género y los estereotipos que perjudican a las mujeres. El caso concreto de *Tomb Raider*.

Teniendo en cuenta que, para bien y para mal, los videojuegos no son en general más que un distorsionado reflejo de la propia sociedad, la evolución de la industria de los videojuegos ha corrido pareja a la evolución de la social tal y como es hoy. Pero esto no significa necesariamente que tenga que existir una correspondencia mecánica entre la evolución de una y la evolución de otra.

Es decir, es innegable que el machismo que puede existir —que existe, de hecho— en el mundo de los videojuegos actuales es en el fondo una reproducción de relaciones, ideas y valores que ya están presentes en la sociedad, de cuyas entrañas emerge la representación sexista de la mujer en gran parte de la industria.

Pero también sucede que productos o dispositivos culturales como los videojuegos pueden ir por delante o por detrás de lo hegemónico social o culturalmente; esto es, que puede haber videojuegos que sean incluso más sexistas que la propia sociedad, o, al contrario, que sean respetuosos con la mujer a la hora de representarla.

De acuerdo a las dos entrevistas que hemos realizado en este aspecto concreto, podemos extraer las siguientes coincidencias en la valoración:

- En primer lugar, la situación ha mejorado relativamente durante los últimos años, lo que se ha traducido en una mejora de la imagen y la representación de la mujer en la industria.
- En segundo lugar, se constata un aumento de los personajes femeninos incorporados a los videojuegos a lo largo de los últimos años.
- En tercer lugar, solo una minoría de estos nuevos personajes femeninos corresponden a papeles de personajes fuertes, heroicos, independientes, etc.
- En cuarto lugar, para cambiar radicalmente la representación de la mujer en el mundo de los videojuegos es esencial la incorporación cada vez

mayor de ejecutivas, creadoras y desarrolladoras que progresivamente vayan erosionando los estereotipos y roles de género tradicionales.

- En quinto lugar, es fundamental que tanto los niños como, sobre todo, las niñas puedan identificarse con personajes femeninos que rompan los históricos clichés asociados a las mujeres en los videojuegos como personajes débiles, histriónicos, dependientes, vulnerables, etc. Esto reviste más importancia aún si tenemos en cuenta que cada vez son más las mujeres consumidoras de este tipo de productos de entretenimiento y ocio.

En el caso específico de *Tomb Raider* y la heroína Lara Croft, nuestros dos entrevistados concuerdan en varios aspectos. Lo primero es que las dos últimas entregas de la saga han supuesto una mejora notable; al menos ya no nos encontramos con un personaje tan abiertamente desarrollado para el disfrute del público masculino heterosexual. No obstante, aún sigue siendo un personaje menos arrojado que, por ejemplo, Nathan Drake, el héroe de la saga *Uncharted*.

En Lara Croft pugnan lo viejo y lo nuevo, lo tradicionalmente representado por el poder sexista y las nuevas aportaciones de las mujeres que desean liberarse. Por eso encontramos en Lara Croft una relativa autonomía y seguridad, pero al mismo tiempo sigue siendo dependiente de los cánones y roles establecidos por una sociedad sexista.

**CAPÍTULO VI. LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y FUTURAS
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Básicamente, la principal limitación con que se ha topado este trabajo es la poca cantidad de estudios que existen hasta la fecha que analicen a fondo la cuestión de la representación de la mujer en el mundo de los videojuegos.

Por supuesto, esto no quiere decir que no se haya avanzado nada en la cuestión; al contrario, ha habido un progreso considerable a nivel académico a lo largo de las dos últimas décadas. Pero, aun así, constatamos la poca cantidad de análisis críticos sobre este tema. Ello puede deberse, pensamos, a dos cuestiones distintas pero interrelacionadas:

- Dado que se trata de un mundo o sector dominado en general por hombres, resulta harto difícil que la iniciativa de estudiar esta cuestión parta principalmente de ellos.
- Además, en relación con la causa anterior, son muy pocas todavía las mujeres que tienen responsabilidades en la industria de los videojuegos y entre los especialistas en este tipo de productos de entretenimiento y ocio, por lo que es lógico que los estudios sean escasos por ahora. Naturalmente, esta tendencia se invertirá en la medida en que cada vez haya más *expertas* —y también *expertos*— interesadas en tratar la cuestión y contribuir, en última instancia, a mejorar la imagen de la mujer en el mundo de los videojuegos, erradicando de una vez por todas la imagen estereotipada de la mujer, convertida en un objeto sexual en muchos casos, o como mínimo en un ser carente de fuerza y de personalidad propia.

En definitiva, las limitaciones que nos hemos encontrado al realizar este trabajo tienen que ver directamente con las propias limitaciones de los estudios de género y con las dificultades que aún tienen las mujeres, incluso en países desarrollados como el nuestro. Este hecho no puede no reflejarse en el mundo de los videojuegos, ya que, como hemos visto a lo largo de este documento, los videojuegos son, para bien y para mal, productos de la sociedad misma.

En gran medida, se puede decir que las futuras líneas de investigación alrededor del problema de la representación de las mujeres en el mundo de los videojuegos giran en torno a los vacíos teóricos o académicos que aún se deben llenar; o, dicho de otra forma,

tienen que ver con la forma en que se consigan superar las dos grandes limitaciones señaladas más arriba.

En primer lugar, parece claro que los futuros investigadores de los estereotipos sexistas en los videojuegos deberán centrarse principalmente en explorar y explicar las causas por las cuales, pese a los avances —relativos pero nada desdeñables— en materia de igualdad de género, todavía persisten múltiples roles discriminatorios para con las mujeres en no pocos contenidos audiovisuales tales como los videojuegos que consumen de forma masiva —y esto es lo más grave de cara al futuro— millones y millones de jóvenes, incluidas mujeres, en todo el mundo.

En segundo lugar, es muy probable que las futuras líneas de investigación prioricen los efectos positivos que tiene el consumo de videojuegos que reproducen —o, tal vez hablando con mayor precisión, que *producen*— valores positivos en relación con la igualdad de género.

Ya que lo que habitualmente se ha analizado críticamente es el conjunto de efectos negativos que tiene sobre los jóvenes el consumo a gran escala de videojuegos sexistas, convendría estudiar con tanto detenimiento —o incluso más— los efectos positivos que tienen, para los distintos segmentos de consumidores, títulos nuevos que respetan a la mujer y que difunden valores de igualdad entre ambos sexos, de respeto a la mujer y a su dignidad como ser humano, de no sexualización —y mucho menos *hipersexualización*, es decir, sexualización total, de cualquier mujer, incluso de niñas— de sus cuerpos y un larguísimo etcétera.

Por lo tanto, entendemos que las futuras líneas de investigación acerca del machismo en los videojuegos hegemónicos pivotarán principalmente sobre las carencias o limitaciones que existen en la actualidad en este tipo de estudios. En definitiva, se tratará de hacer ver al conjunto de la sociedad por qué es necesario y positivo que los videojuegos de las próximas décadas transmitan valores de respeto a las mujeres, de igualdad entre hombres y mujeres.

Pero, naturalmente, antes de eso será necesario llevar a cabo un gran trabajo de pedagogía entre el conjunto de los consumidores en particular y de la sociedad en general acerca de cuáles son las causas que explican el machismo en los videojuegos y,

además, cuáles constituyen los efectos más perniciosos a nivel social, sobre todo para las mujeres.

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- AUTOCONTROL y AEVI (2005): *Directrices sobre buenas prácticas en la publicidad de productos de software interactivo*. Recuperado de: http://www.autocontrol.es/pdfs/pdfs_codigos/Directrices%20ADESE.pdf
- GARCIA MARTÍN, J. (2012): *Postmodernidade e novas redes sociais*. Universidad de Santiago de Compostela.
- SÁNCHEZ HERRERA, J. y PINTADO BLANCO, T. (2010): *Estrategias de Marketing para grupos sociales*. Madrid: ESIC Editorial.
- SÁNCHEZ HERRERA, J. y PINTADO BLANCO, T. (2012): *Nuevas tendencias en comunicación*. Madrid: ESIC Editorial.
- CARRILLO MARQUEDA, J. y SEBASTIÁN MORILLAS, A. (2010): *Marketing Hero: Las herramientas comerciales de los videojuegos*. Madrid: ESIC Editorial.
- FULLEDA BANDERA, P.(1999) Conferencia en el Seminario Internacional, *El juego y la Lúdica: alternativas de desarrollo para el siglo XXI*, Medellín, Colombia.
- CORTÉS PICAZO, L. C. (2016). *Transgresión de las identidades tradicionales de género mediante la representación gráfica de mujeres protagonistas para videojuegos desarrollada por niños y niñas*. Arte, Individuo y Sociedad, 3 (28). Fuente: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/48951>
- DELGADO GARCÍA, D. (2002). *Guía completa GTA III*. Meristation. Recuperado de <http://www.meristation.com/grand-theft-auto-iii/guia/1600455?p=16>
- AMNISTÍA INTERNACIONAL (2004). *Con la violencia hacia las mujeres no se juega*. Videojuegos Sección española. Recuperado de: <http://www.amnistiacatalunya.org/edu/pdf/videojocs/04/vid-04-12.pdf>.
- DÍEZ GUTIERREZ E. (2004). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Editado por C.I.D.E. (Mo de Educación y Ciencia) e Instituto de la Mujer (Mo de Trabajo y Asuntos Sociales). Recuperado de: <http://www3.unileon.es/dp/ado/ENRIQUE/Public21.htm>
- BAUTISTA E. (2012). *Influencia de los videojuegos*. Recuperado de: https://prezi.com/mswkxep_m8uw/tesis-la-influencia-de-los-videojuegos-marco-teorico/
- ANÓNIMO (2004-2017). *Biografía Simone de Beauvoir*. Recuperado de: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/beauvoir.htm>
- CONOCEDORAS (2002). Una cara bonita no es suficiente. Fuente: <http://www.mujereschile.cl/conocedoras/articulos.php?articulo=279&area=cultura>

- DIETZ, T. L. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games: implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex Roles*, 5-6(38), 425-442.
- ESTALLO, J. A. (1997). *Psicopatología y videojuegos*. Fuente: <http://www.ub.es/personal/videoju.html>.
- ETCHEBERRÍA BALERDI, F. (1999). *Videojuegos y educación. La Educación en Telépolis*. Donosita: Ibaeta.
- GROS, B. (coord.) (1998). *Jugando con videojuegos: Educación y entretenimiento*. Bilbao: Desclee de Brouwer.
- GUERRA, J. y REVUELTA, F. I. (2015). Visión y tratamiento educativo de los roles masculino y femenino desde el punto de vista de los videojugadores: tecnologías emergentes de la igualdad de género. *Revista Currículum*, 28, 145-163.
- LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Madrid: Paidós Ibérica.
- PROVENZO, E. (1991). *Video Kids: making sense of Nintendo*. Cambridge (Ms.): Harvard University Press.
- SAN JUAN DEL RÍO (2001). *Historia de los videojuegos (1970-1980)*. Fuente: <http://www.sjr.com.mx/Juegos/Historia/hv7080.htm>.
- SAUQUILLO MATEO, P., ROS, C. y BELLVER MORENO, M. C. (2008). *El rol de género en los videojuegos*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca (España).
- SUÁREZ VILLEGAS, J. C., LACALLE ZALDUENDO, R. y PÉREZ TORNERO, J. M. (2014). La imagen de la mujer en el videojuego. *II International Conference Gender and Communication*. Facultad de Comunicación de Sevilla. 1, 2 y 3 de abril de 2014.
- TUYA, M. (2000). *Mujeres y tecnología, atracción fatal*. Fuente: <http://www.baquia.com/com/legacy/13764.html>.
- ZENITH (2012). *Autocontrol: Qué es, Qué hace, Cumple su función*. Consultado 2017: <http://blogginzenith.zenithmedia.es/autocontrol-que-es-que-hace-cumple-su-funcion/>
- BEAUVOIR, S. (1949). *El segundo sexo*. (Edición adaptada por: Susana López Pavón) Editorial Dialogo 2012.

- MARSHALL, J. (2014). *Kids' Tablet Play and Household Ownership Increases, Reports NPD*. Recuperado de: <https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/kids-tablet-play-and-household-ownership-increases-reports-npd/>
- FERNÁNDEZ VARA, C. (2014). *La problemática representación de la mujer en los videojuegos y su relación con la industria*. Revista de Estudios de Juventud, ISSN-e 0211-4364, N°. 106, 2014 páginas 93-108. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5082124>
- MOGUILLANSKY, M. (2009). *Globalización, cultura y sociedad. Cambio cultural, géneros discursivos y estructuras del sentir*. Versión impresa ISSN 1870-0063 Andamios vol.8 no.17 México septiembre - diciembre 2011. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632011000300014
- FLORES, J. C. (2015). El sexismo en los videojuegos existe pese a la igualdad de género entre los jugadores. Recuperado de: http://www.cuatro.com/videojuegos/guias/sexismo-videojuegos-existiendo-equilibrio-jugadores_2_1930980011.html
- REDACCIÓN TRIBUNA (2013). *Videos que demuestran el sexismo en los videojuegos*. Recuperado de: <http://tribunafeminista.org/2016/09/tres-videos-que-muestran-el-sexismo-en-los-videojuegos/>
- PSICOCINE: *Sexismo en el mundo del videojuego*. Recuperado de: <http://www.psicocine.com/videojuegos/el-sexismo-en-el-mundo-de-los-videojuegos/>
- PINEDA, E. (2016). *Hombres mentirosos y mujeres tontas*. Recuperado de: <http://wsimag.com/es/espectaculos/18782-hombres-mentirosos-y-mujeres-tontas>
- FUNDACIÓN EROSKI (2000). *Los padres también han de acercarse a los videojuegos*. Consultado en 2017 en: http://revista.consumer.es/web/es/20001201/actualidad/tema_de_portada/27185_4.php#sthash.CKrMBP7w.dpuf
- Ludología* (s.f.). En Wikipedia. Recuperado en 2017 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ludolog%C3%ADa>
- Tomb Raider: game info* (2016) Consultado en: <https://www.tombraider.com/es/game-info>

DEFCONPLAY (2017). *Las mujeres no tienen habilidades en videojuegos*. Madrid.

Recuperado de: http://www.antena3.com/defconplay/opinion/mujeres-tienen-habilidades-videojuegos-otros-mitos-inciertos-mujer_2017011258789e520cf21c707d10f984.html

TONG, F. (2008). *Videojuegos y violencia: guía para la acción. Usar lo provechoso y*

reducir lo dañino. Lima (Perú). Recuperado de:
<https://es.scribd.com/document/9701643/Videojuegos-y-Violencia>

AEVI (2015). *Qué es el sistema PEGI*. Recuperado de:

<http://www.aevi.org.es/documentacion/el-codigo-peg/>

ANEXO:

Incluimos las entrevistas a modo de anexo, en las que se trató de buscar en primer plano descubrir la percepción de nuestras expertas sobre el tema; en segundo lugar buscamos de saber si hay una influencia en la sociedad por parte de los videojuegos; en tercer lugar la evolución desde el primer videojuego hasta nuestros días, incluyendo un apartado más específico sobre Tomb Raider; por último buscar la opinión de que ocurrirá en el futuro.

ENTREVISTA A MARINA AMORES

Comunicadora audiovisual, periodista y redactora especializada en el sector de los videojuegos. Impulsora del proyecto *Mujeres + Videojuegos*; trata de dar voz a la situación de desigualdad que sufren las mujeres en el mundo del ocio interactivo.

1. Crees que existe el sexismo en el videojuego?

Hay sexismo en el videojuego porque todavía vivimos en una sociedad machista.

Cuando una sociedad es sexista, por consecuencia todo lo que derive de ella también lo será. Y no es que los videojuegos, o el cine, o la publicidad sean intrínsecamente sexistas o machistas, simplemente lo son porque son hijos de una sociedad que lo es y como tales, presentan ciertas características que se han ido arraigando a lo largo de las décadas y los siglos.

Seguramente en el caso del videojuego se aprecie más que en otros ámbitos porque todavía a día de hoy sigue siendo un mundo “predominado” por hombres. Pese a que eso está cambiando (en España ya se cuenta con un 47% de jugadoras), todavía el mundo del desarrollo y el de los eSports está todavía colmado por hombres. Eso sí, y tal y como se desarrolla en *Mujeres + Videojuegos*, creo que podemos separar el tema del sexismo en tres ramas: la mujer como jugadora, la mujer como desarrolladora y la mujer dentro del videojuego. Por otra parte, en el sector laboral sin ir más lejos basta ver el tema de la brecha laboral entre hombres y mujeres con las mismas responsabilidades, o cómo temas como la maternidad a día de hoy suponen un freno en la carrera profesional de cualquier mujer.

2. En caso afirmativo, a que crees que se debe ese sexismo?

Queda contestado anteriormente.

3. Que piensas acerca del público que juegas a los videojuegos, mayoritariamente jóvenes, se ven influenciados?

Bueno, creo que los medios y cualquier entretenimiento influye de alguna forma en nuestra manera de ver el mundo y a la hora de crearnos opiniones. Los vídeos de Anita Sarkeesian son la mejor explicación y la mejor crítica cultural de videojuegos en cuanto a género en este aspecto. Evidentemente no estoy diciendo que los videojuegos estén creando a futuros machistas ni maltratadores, pero sí que la mayoría refuerzan estereotipos y clichés que no ayudan nada a superar la situación que vivimos. Y si a eso le añadimos el factor de que muchos son muy jóvenes el tema se agrava. En estrecha relación con esto escribí este artículo que te puede servir <http://www.fsgamer.com/youtubers-responsabilidad-social.html>

4. La sociedad actual en cuanto a derechos de la mujer ha evolucionado mucho, crees que también lo ha hecho así el videojuego?

Solo en los pocos últimos años creo que la situación a mejorado. Porque por fin hemos empezado a ser tantas jugadoras como jugadores, porque parte de esas jugadoras también son desarrolladoras cada vez más, y porque además como consumidoras empezamos a reclamar productos que dejen de insultarnos y menospreciarnos como mujeres.

4.1. (En caso de que no de ningún ejemplo preguntar por algún ejemplo)

4.2. (En caso de que el tema de la saga Tom Raider no haya salido en ningún momento, hacer la pregunta sobre si verdaderamente se ha producido un cambio-evolución? Si es así, ha sido para bien o mal.

Sí, es evidente que con las últimas dos entregas Lara Croft ha mejorado. Ahora viste como una persona que se va a la montaña o a la aventura, y no para ser un caramelito del jugador masculino hetero. Eso sí, sigue sin convencerme al 100% (el personaje, no el juego). Si la comparamos con su homólogo Nathan Drake, Lara me parece menos

valiente, aventurera y controladora de la situación. Pero vaya, es una impresión y todavía he de jugar al último título (el de 2016) para ver si esto ha cambiado.

5. (Futuro del videojuego; conclusión) Donde crees que se dirige el videojuego del futuro? (siempre bajo la perspectiva de la mujer en el videojuego)

Creo que la tendencia es que la situación mejore. Si antaño era más raro ver a niñas jugando a videojuegos y hoy en día los niños pequeños ya casi nacen con una tableta bajo el brazo sin distinción de sexos, es cuestión de tiempo que un porcentaje de esas niñas que se convertirán en muchos casos en jugadoras habituales acaben metiéndose de forma profesional en el mundo del videojuego. Pero estoy convencida de que trabajos como el mío, artículos, conferencias y demás acciones de conciencia sobre el tema ayudan a incrementar ese porcentaje. Por ejemplo, una de las cosas que creo que hacen más falta ahora mismo es tener más modelos de mujeres desarrolladoras y con capacidad de decisión en los estudios. Tiempo al tiempo.

ENTREVISTA A ESTHER PINEDA G

Doctora en Ciencias Sociales egresada de la Universidad Central de Venezuela (UCV),
Magister Scientiarum en Estudios de la Mujer, Socióloga. Escritora. Fundadora de EPG
Consultora de Género y Equidad www.epgconsultora.com.ve

1. Crees que existe el sexismo en el videojuego?

En una sociedad patriarcal, el sexismo está presente en los diferentes ámbitos de la vida, y con mayor énfasis en los productos mediáticos y audiovisuales que contribuyen a reproducirlo y mantenerlo. En el caso de la industria de los videojuegos este sexismo se manifiesta en: La ausencia o limitada presencia de mujeres en los espacios de decisión de la industria. La mayoría de los programadores y creadores de videojuegos son hombres (con lo cual se garantiza la continuidad de prácticas y discursos sexistas, así como, la generación de videojuegos hechos por hombres para el consumo de los hombres). La hipersexualización de los personajes femeninos en los videojuegos. La existencia de discursos y tramas en los que las mujeres aparecen de forma repetitiva como víctimas que deben ser salvadas, en roles tradicionales como madre, esposa o hija,

o por el contrario su envilecimiento, la mujer prostituta o la bruja que debe ser destruida o castigada.

2. En caso afirmativo, a que crees que se debe ese sexismo?

El sexismo es un hecho social en el que se genera una relación desigual entre los géneros, generalmente orientada a invisibilidad y desfavorecer a las mujeres en el ámbito político, económico, religioso, bélico, jurídico, ideológico, educativo, entre otros. Se caracteriza por atribuir características y propiedades subordinadas y peyorativas a la mujer, legitimada por agentes socializadores como la escuela, la familia, los medios de comunicación; pero además cumple una función social, que es mantener las desigualdades sociales y la dominación masculina.

3. Que piensas acerca del público que juegas a los videojuegos, mayoritariamente jóvenes, se ven influenciados?

El consumo de videojuegos por sí solo no construye los imaginarios y las desigualdades, pero sumado a los mensajes recibidos en la familia, la escuela, los medios de comunicación, las redes sociales, y la diversidad de agentes socializadores, discursos y representaciones que recibe el sujeto; sin dudas influye y contribuye a crear y consolidar imaginarios en los que se percibe a la mujer como inferior, como objeto sexual, como objeto de consumo, al cual como en los videojuegos es “válido” violar, golpear, matar, destruir.

4. La sociedad actual en cuanto a derechos de la mujer ha evolucionado mucho, crees que también lo ha hecho así el videojuego?

En los últimos años en los videojuegos se han incorporado más personajes femeninos, en roles fuertes, independientes, empoderadas, como heroínas, sin embargo es la minoría, y casi siempre estos cambios impulsados por mujeres que se incorporan a la industria como ejecutivas o creadoras que intentan también romper estereotipos, superar la representación tradicional de la mujer en los videojuegos, pero también proporcionar a las niñas y mujeres personajes con los cuales identificarse pues cada vez más las mujeres se incorporan como consumidoras de videojuegos, desmontando la idea de que estos son “cosas de hombres”.

4.1. (En caso de que no de ningún ejemplo preguntar por algún ejemplo)

No tengo ejemplos concretos pero si sé que hay algunos

4.2. (En caso de que el tema de la saga Tom Raider no haya salido en ningún momento, hacer la pregunta sobre si verdaderamente se ha producido un cambio-evolución? Si es así, ha sido para bien o mal.

Tom Raider es un caso particular porque por un lado se representa una mujer independiente, autónoma, pero también sexualizada, este personaje incorpora lo que siempre se ha representado de las mujeres en los videojuegos, pero también la nueva perspectiva de la mujer empoderada. Es decir, en este personaje conviven ambas perspectivas, la tradición y lo nuevo, el discurso sexista y la resistencia feminista. Sin embargo, en una sociedad patriarcal, en la cual se exagera lo masculino y se le sigue reconociendo como el principal representante del poder, la autoridad y la violencia, no sorprende el rechazo de ciertos sectores al personaje y a la saga, las bajas en su consumo, y en consecuencia que esta no se mantuviese en el mercado.

5. (Futuro del videojuego; conclusión) Donde crees que se dirige el videojuego del futuro? (siempre bajo la perspectiva de la mujer en el videojuego).

Seguirán produciéndose videojuegos con alto contenido sexista, sin embargo, será posible evidenciar paulatinamente algunos cambios mediante la incorporación de más personajes femeninos, menos sexualizados, más empoderadas, que permitan contrarrestar el mensaje sexista de los otros. Si bien en la industria hay mucha resistencia pues tradicionalmente sus productores y consumidores han sido hombres, estos cambios podrán comenzar a verse, pero más que por una toma de conciencia de las desigualdades de género y la necesidad de mayor equidad, será por criterios comerciales y economicistas, como estrategias de marketing para aprovechar el potencial femenino en la industria, así como, satisfacer las exigencias de las nuevas consumidoras.

