



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Publicidad y Relaciones Públicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Identidad de género en los videojuegos

Presentado por David San Juan Vega

Tutelado por Enrique Berzal de la Rosa

Segovia, junio de 2019

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. EL CULTO A LO VIRTUAL.....	6
3. ROLES DE GÉNERO EN LOS VIDEOJUEGOS.....	12
4. CONTRASTES EN EL USO DE VIDEOJUEGOS SEGÚN EL GÉNERO.....	18
5. SEXISMO Y VIDEOJUEGOS: Casos de los SIMS y GTA.....	37
6. CONCLUSIÓN.....	52
7. BIBLIOGRAFÍA.....	57

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El núcleo de este trabajo de investigación gira alrededor del análisis de los roles de género que exige la mayoría de estudiantes universitarios, con base en la Universidad de Valladolid y más concreto en el Campus María Zambrano. Este estudio se basará en la extracción de una muestra de dicho campus en la que han participado alrededor de 300 alumnos a través de encuestas relacionadas con el tema y de acceso online.

Tomando como base de la investigación este conjunto de alumnos, el fin del trabajo es profundizar sobre la violencia simbólica transmitida a través de los videojuegos mediante sus historias y personajes y el consumo de éstos dependiendo del sexo del consumidor, todo ello dentro del marco de las nuevas redes sociales y la estructura posmoderna patriarcal en la que estamos envueltos hoy en día.

Por tanto, este trabajo puede entenderse como el análisis de un factor de la posmodernidad y también de la gran influencia de las redes sociales en la formación de la identidad del individuo, a veces virtual, pero con consecuencias reales.

También nos interesaremos por el punto de vista feminista en el entendimiento de la imagen de género a través de los nuevos medios tecnológicos. Aquí podremos entender el campo de juego en el que podemos situar los videojuegos y la conformación de los roles de género asignados por la lógica de la dominación masculina y la violencia simbólica.

Es entonces cuando nos centraremos en las respuestas de los adolescentes estudiantes del Campus de Segovia hacia nuestros cuestionarios online, lo que nos va a marcar dos caminos guiados por el diferencial de consumo: Los Sims (por parte del alumnado femenino) y GTA (para el alumnado masculino). Aquí se desarrollará un análisis específico atendiendo a cada uno de los dos videojuegos, los cuales nos hablarán de las características y de la imagen de género que proyectan tanto en los consumidores masculinos como femeninos.

2. EL CULTO A LO VIRTUAL

2. EL CULTO A LO VIRTUAL

Atravesamos una época singular en la que predomina la seducción de todo lo virtual, lo cual se acaba imponiendo como verdaderos fetiches tecnológicos que nos apartan de la propia realidad. O mejor dicho, nos creamos una falsa realidad en la que homogeneizamos la cultura. Una buena forma para explicar este fenómeno es a través del discurso publicitario: una multitud de identidades con estilos de vida y modelos de rápida caducidad, estrechamente relacionados a la dinámica de consumo, marcada por una base de ficción así reconocida, y sin embargo, continuada y no discutida. Sabemos que lo que nos dicen los anuncios no es cierto, pero igualmente consumimos el producto (cuerpos erotizados, perfección, éxito, fama...)

Desde el ámbito sociológico, deberíamos reflexionar sobre el auge que han alcanzado las redes sociales (400 millones de usuarios en el mundo) a través de sus múltiples formas de acceso que dan forma a esta generación digital, fragmentada en dos tipos de estructuras: Hardware (móvil, Tablet, ordenadores portátiles, videoconsolas...) y software de redes sociales (Facebook, Twitter, Blogger, Instagram, Youtube...). Según datos de la AIMC de febrero del 2013, los españoles están siendo atraídos por las redes sociales y casi tres cuartos de los internautas del país están suscritos a alguna de estas. Internet se expande no sólo como medio de comunicación, sino también, y en gran medida, como medio de interacción.

Esta idea de comunicación al extremo (una interacción en las redes sociales tan intensa, que rompe con el antiguo concepto de intimidad, a través de perfiles, contactos, gustos...) nos introduce cada vez más en el ámbito de lo virtual y nos aleja de las

relaciones personales físicas. Cuanto más dependemos de las redes sociales menos necesitamos enfrentarnos a cualquier acercamiento personal, podemos usar el chat en vez de hablar, podemos saber lo que queramos de alguien a través de su perfil de Facebook, transmitir una opinión mediante Twitter, vivir una realidad alternativa a través de un videojuego...

Los adolescentes son esclavos de la tecnología y esto lo podemos ver con la continua aparición de síndromes relacionados con ella. A menudo podemos observar ejemplos de gente aislada de su alrededor y que únicamente se centra en su dispositivo móvil, de gente que duerme con sus teléfonos debajo de su almohada para estar atentos a cuando llegue un mensaje de texto, familias que no pueden apartar su mirada de su Smartphone mientras se sientan a cenar, de jóvenes que andan como fantasmas por las calles juntos mientras cada uno chatea con su móvil. Estos son algunos ejemplos de cómo se está destruyendo la visión clásica de comunicación y el auge de la mercantilización de las relaciones. Esto es aprovechado por las grandes compañías, como puede ser el caso de Telefónica, Orange, Apple o Android, quienes actúan en base a esto, vendiendo la sensibilización a través de las redes sociales como algo bueno y necesario.

¿Por qué razón son tan codiciados los dispositivos tecnológicos? ¿Por qué la gente hace cola y duerme en la calle para poder hacerse con su móvil de última generación? ¿Por qué la gente cree encontrar la felicidad en comprar un artefacto de caducidad temporal (obsolescencia programada), mientras se ignoran los sentimientos por razones humanas que no despiertan la misma pasión? ¿Dónde reside el poder de atracción?

Los claros protagonistas de esta actualidad social son los llamados móviles inteligentes, los Smartphone, como máximos culpables de la expansión de las redes sociales. Los móviles de hoy en día sirven como excelentes organizadores personales, tienen múltiples programas que incrementan el procesamiento de datos, tienen la capacidad de conectarse a la red mediante conexión WiFi, 3G y 4G, aportan gran sencillez de uso a través de las pantallas táctiles, videojuegos, cámaras fotográficas, agenda de contactos... Un único móvil nos da la posibilidad de usar miles de aplicaciones, nuestros pensamientos diarios giran en torno a los avisos que llegan a nuestro Smartphone, creándonos así una dependencia total ante esta tecnología. Es el artefacto poseído quien posee al poseedor y maneja la relación. Si no tenemos con nosotros nuestro Smartphone nos sentimos perdidos en un ambiente en el que lo más importante que nos ocurre, ocurre en internet y nos aleja de lo real. Los móviles inteligentes aportan un empujón considerable al avance tecnológico que se ha llevado a cabo desde hace dos décadas, transformando a jóvenes en dependientes de estos medios de expresión.

Es fácil fijar la vista hacia un culpable que propicia todo esto, el reinado de las multinacionales. En época de crisis la solución se basa en el consumo y los intermediarios de este son los seres humanos como consumidores de tecnología.

Nos encontramos en tal punto que se ha llegado a acuñar el término “realidad aumentada” para definir la realidad como no sólo lo que vemos sino también lo que nos muestran las pantallas, algo más que añadir a la realidad ya existente, una nueva

realidad aparente mezclada con el mundo real. Se debe mirar a través de la pantalla para aumentar el alcance de visión.

¿Por qué llaman tanto la atención? Las tecnologías nos llaman la atención porque apelan directamente a nuestras incapacidades y limitaciones. Estos productos nos protegen de la realidad que tememos y nos esconden de nuestros miedos diarios dándonos una falsa seguridad. (Bauman, 2007, 131): “la generación tecnológicamente mejor equipada de la historia humana es la más acuciada también por sentimientos como la inseguridad y la impotencia”. Nuestros miedos se agrandan cuanto más informados estamos y más nos cuesta vencerlos, lo que engrandece consecuentemente nuestro sentimiento de fragilidad. Es un monstruo de doble cara, ya que por un lado nos aporta una fuente inmensa de información que sacia nuestra sed de conocimientos, pero por el otro nos dan la sensación de no conocer casi nada.

Con la mercantilización y el pensamiento homogéneo es prácticamente imposible mantenerse al margen de las redes sociales. Para ello sería necesario enfrentarse a la situación que se ha creado en torno a las redes sociales e ir en contra de los estándares sociales de la actualidad. El peor de los nuevos enemigos de la sociedad es lo difícil que es concienciar de nuestra verdadera humanidad (el racismo, el sexismo, la violencia discriminatoria...). Como dice Bauman (2007, 35) “las condiciones de la sociedad individualizada son hostiles a la acción solidaria; inciden negativamente en la posibilidad de ver el bosque que se oculta tras los árboles (...) la sociedad individualizada está marcada por la dilapidación de los vínculos sociales, el cimiento mismo de la acción solidaria”. Atendiendo a esto, se podría acceder a una nueva red

social guiada por un modelo muy atractivo para la vista, pero formadas entre la banalidad de las relaciones humanas y alejada del desastre moral de nuestra época.

3. ROLES DE GÉNERO EN LOS VIDEOJUEGOS

3. ROLES DE GÉNERO EN LOS VIDEOJUEGOS

Según la AEVI (Asociación Española de Videojuegos), se consiguió un total de 966 millones de euros en ventas de videojuegos durante el año 2018 y la venta de videoconsolas se incrementó un 8,5% en comparación con el año anterior, lo que mantiene al país en el puesto número cuatro en el mercado de consumo.

Concretando, en España se vendieron un total de 9.825.000 unidades de videojuegos, 1.105.000 consolas y 4.444.000 periféricos, llegando a gastar así un total de 243 millones de euros en videoconsolas de sobremesa durante el año pasado.

Estos datos nos dan una idea básica de la importancia de la industria de los videojuegos, eso sin hablar de la piratería y la cantidad de descargas no formalizadas que sumaría enteros a las cifras de consumidores de todo rango de edades. El factor de que, actualmente, la mayor parte de los hogares españoles tengan conexión a internet y ordenador personal, propicia la descarga de juegos gratuitos o pirateados, aparte de los videojuegos de carácter online.

El caso de los videojuegos online es destacable por sus grandes previsiones en el futuro. Hay múltiples plataformas online que están creando un nuevo fenómeno sociológico a través de videojuegos. Videojuegos en línea (como Second Life, Habbo Hotel, múltiples aplicaciones de Facebook...) hacen que los usuarios se sumerjan en un universo virtual paralelo a sus vidas. ¿Qué atrae al usuario de este tipo de videojuegos en línea? Crear un avatar personalizado que viva su propia vida alternativa, capaz de intercambiar objetos

y experiencias con otros personajes pertenecientes a otros usuarios. El punto fuerte de estas formas de red social disfrazadas con un carácter de videojuego son las posibilidades de innovar reiteradamente y dejar libertad a nuestras fantasías y diversiones en búsqueda de un sentimiento de falsa suficiencia en ocasiones inalcanzable en la vida real.

Observando la gran variedad de géneros en el mundo de los videojuegos (en especial juegos de estrategia y de simulación), podemos analizar el fenómeno de la violencia simbólica que pueden mostrar los videojuegos contra las mujeres. Tenemos la idea de que la función regresiva de los medios relacionada con los roles de género y de violencia simbólica que carga contra las mujeres tiene un carácter negativo desde el enfoque de la sociología y la educación, y que cuando se da en individuos de joven edad son altamente influenciables y en ocasiones inconscientes.

El jugador suele identificarse con el personaje a quien controla en el videojuego. Conocer este concepto de identificación es básico para poder hablar de la violencia simbólica y su trama oculta, que Bauman nos describe como la sociedad líquida en que las relaciones son cada vez menos sólidas, más inestables y menos comprometidas.

La identificación hace que el usuario termine cayendo en una insensibilización frente a todo lo que sea agresivo o violento debido a la continua exposición ante escenas de dicha índole. Se consigue mediante un repetitivo visionado de acciones que acaban haciéndose rutinarias y poco a poco se va haciendo más complicado separar estas acciones del juego de la vida real. Como bien señalan Gil Juárez y Vida Mubiela (2007,

89): “Aunque en muchos otros juegos o medios de comunicación estos contenidos también se transmiten, seguramente el videojuego los hace parecer más reales porque nos permite vivirlos en primera persona, totalmente activos delante de la pantalla”

Lo que hacen los videojuegos es jugar con una realidad sexista, y es por eso que se ven como algo horrible, y en esta lógica, los jugadores están perfectamente identificados con personajes masculinos y femeninos. Siguiendo la línea que dice Henry Jenkins (2009: 249), “Los medios sí que tienen influencia, pero son más poderosos cuando refuerzan nuestras creencias y conductas preexistentes, y menos poderosos cuando pretenden modificarlas. La publicidad, por ejemplo, es muy efectiva a la hora de lograr que probemos un producto, pero, en última instancia, si el producto nos deja los dientes de un color raro, es poco probable que lo volvamos a comprar por intensa que sea la campaña de marketing”.

Los personajes de los videojuegos reafirman su subjetividad, que, paradójicamente, en su ficción parece volverse más real, viven en un imaginario cultural para transformarse en mercancías subjetivas, creando ciertas personalidades sexistas, las formas de autoconstrucción del género y la transformación de la naturaleza vinculada al sexo.

Horas de permanencia en estos escenarios propuestos pueden dar lugar a identificaciones con múltiples consecuencias negativas. Los jugadores habituales y en exceso de MMORPG sufren distintas consecuencias negativas. Según el estudio de algunos autores, se desarrollan actitudes personales que terminan derivando en el abandono de la vida académica y de ocio, en falta de sueño y comidas por dedicarse al juego, mentiras sobre las horas reales dedicadas al videojuego o la invención de actividades alternativas para no reconocer que han estado jugando durante horas.

Podemos afirmar que las similitudes de un MMORPG con la vida real son notables, pero también lo son sus diferencias. Entre ellas podemos destacar las siguientes:

1. Impunidad. En el mundo del videojuego ha total inmunidad ante los hechos que el personaje recree. Un personaje puede matar, robar, destruir y muchas otras acciones de ésta índole sin tener ningún tipo de castigo por ello.
2. Invulnerabilidad. Se puede actuar de forma arriesgada sin ningún tipo de daño físico real.
3. Gratificación. La mayoría de esfuerzos realizados en el videojuego se hace a cambio de un tipo de recompensa, cosa que no es tan común en la vida real.

Ante la reproducción de la sociedad patriarcal en los videojuegos, hay numerosos estudios en los últimos años que tratan el fenómeno de violencia y sexismo en los mismos, y que llegan a la conclusión de que la mujer acata un papel subrepresentado en la mayoría de los casos. Los papeles que reproducen las mujeres en un videojuego sigue siendo secundario, decorativo o llamativamente sexualizado y al servicio de los hombres.

Un estudio de Amnistía Internacional de 2004 dice: “Una muestra representativa del mercado de videojuegos en sus versiones de PC y videoconsola permite a Amnistía Internacional afirmar que la mayoría de videojuegos consultados violan los derechos humanos de las mujeres: la discriminan como regla general y fomentan, en casos preocupantes, la violencia contra ellas. Estos videojuegos muestran a las mujeres como personajes pasivos y víctimas del argumento; la trasladan a papeles secundarios o simplemente las retiran a la absoluta invisibilidad; o las convierten en objetos a merced de los deseos de los personajes masculinos, quienes en última instancia pueden llegar a violarlas, torturarlas o asesinarlas”.

Entre los modelos femeninos de personajes, Lara Croft (una heroína joven, atractiva e inteligente) es muy representativa como modelo de los nuevos tiempos, una especie de superwoman, ya que desempeña un papel a medias entre la sexualidad femenina al servicio de los hombres y la agresión masculina hegemónica. El perfil de lo femenino en los juegos de imaginario sexista es la debilidad, la cobardía, el conformismo y la sumisión, aunque se observa una tendencia creciente desde 2006 al diseño de personajes tipo Lara Croft que añaden a la agresividad el toque femenino de atributos sexistas.

En esta feminización del héroe machista, mientras los personajes masculinos son variopintos, los femeninos siguen un patrón único de mujer objeto, reducido casi siempre a sus atributos físicos. Las pocas veces que una mujer es protagonista de un videojuego, éstas van acompañadas de una notable “masculinización” de sus habilidades en vez de exponer las suyas propias.

Aunque Lara sí usa varios tipos de armas de fuego, su vestimenta no está acorde para los escenarios de guerra a los que se tiene que enfrentar, ya que se compone por unos pantalones cortos y una camiseta ajustada (suelen encontrarse ejemplos de heroínas aún más llamativas en sus vestimentas, con tacones altos o faldas que no son muy verosímiles en situaciones que requieren movimientos rápidos). No deja de ser la proyección de los deseos sexuales masculinos, por lo que se refuerza el modelo de masculinidad.

4. CONTRASTE EN EL USO DE VIDEOJUEGOS SEGÚN EL GÉNERO

4. CONTRASTE EN EL USO DE VIDEOJUEGOS SEGÚN EL GÉNERO

- Uso de los videojuegos entre los jóvenes

En la actualidad, los videojuegos son una parte indiscutible de la vida lúdica de la juventud, ocupando un espacio cada vez mayor en el proceso de crecimiento y socialización, y superando actividades como el cine, la lectura y actividades al aire libre.

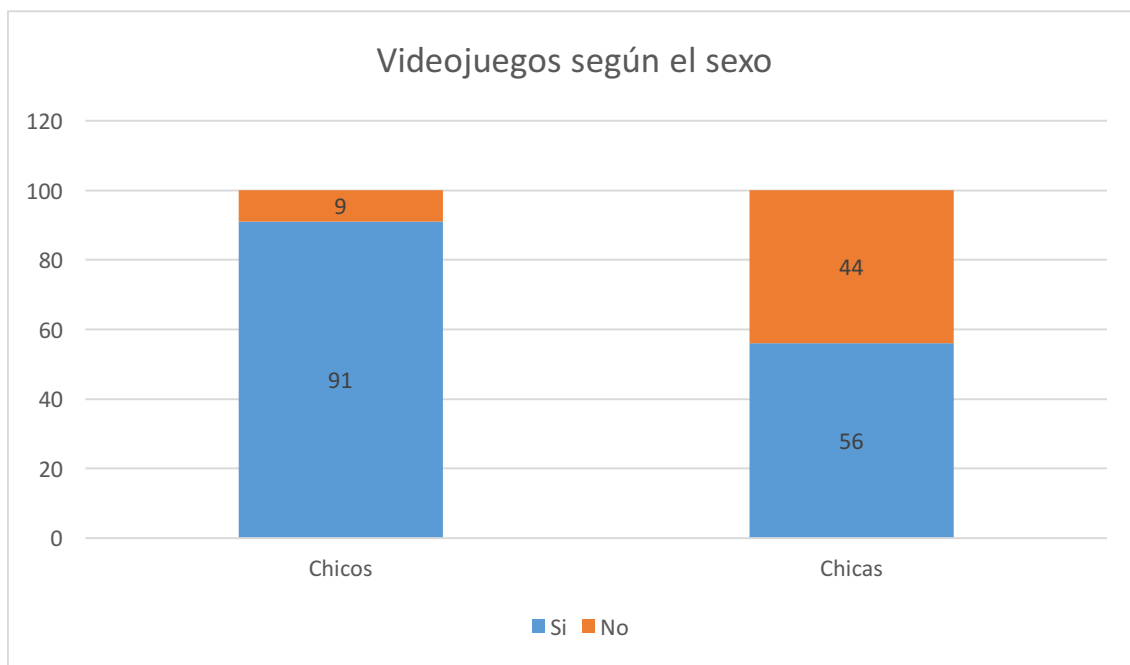


Casi el 73% de los encuestados afirma usar videojuegos. Si comparamos estos datos con lo que ofrece Díez (2004), teniendo en cuenta que el 83% de los estudiantes usan videojuegos de última generación, observamos que el porcentaje que obtenemos es ligeramente inferior para el contexto de los encuestados en el Campus de Segovia. Sin embargo, la expansión significativa de este fenómeno es clara si comparamos nuestros datos

- Videojugadoras

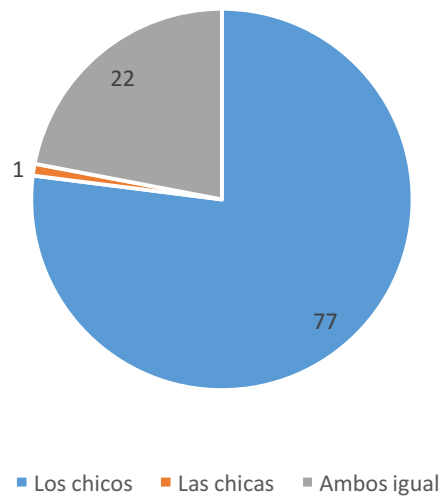
Aunque los datos indican que la gran mayoría de los jóvenes encuestados están relacionados con los videojuegos, también muestran que existe una gran diferencia entre

el uso por parte de chicos y chicas, lo que indica que esta forma de ocio está más arraigada entre la población masculina. Como muestran los datos, la proporción de chicos (91%) que juegan es mucho mayor, mientras que solo el 56.2% de las chicas juegan a videojuegos. Si bien la proporción de videojugadores es similar a la obtenida en la investigación de Díez (2004, 74), en el caso de las chicas, los datos indican que las encuestadas son videojugadoras en un grado considerablemente menor que sus coetáneas a nivel estatal, y por lo tanto, la diferencia entre el uso por parte de chicos y chicas entre los encuestados es mayor que a nivel nacional.

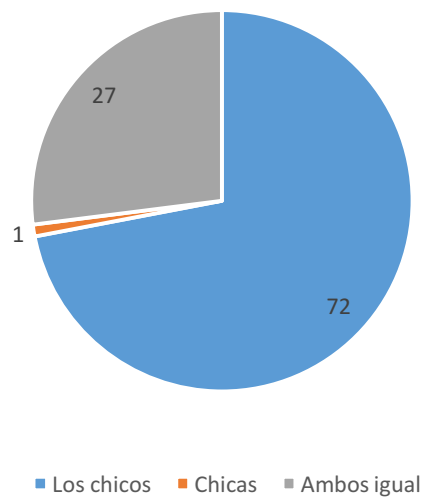


Cuando se le preguntó: ¿Quién crees que juega más videojuegos?, las respuestas reflejan una percepción que está en línea con la realidad.

¿Quién crees que juega más a videojuegos? - Chicos



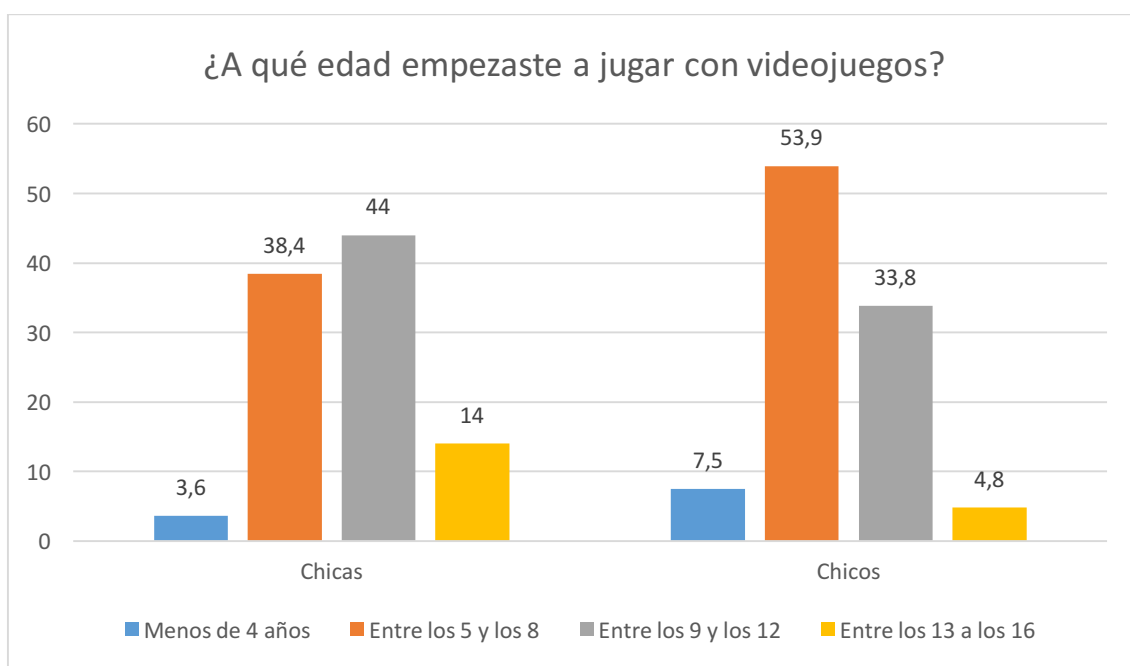
¿Quién crees que juega más a videojuegos? - Chicas



Existe un acuerdo considerable entre los sexos en cuanto a las razones por las que esto ocurre. Tanto las chicas como los chicos entienden que los videojuegos les gustan más a ellos y por eso juegan más, pero también porque los videojuegos están dirigidos, en particular, al sector masculino.

Si en la anterior cuestión se responde que “los chicos”, ¿Por qué piensas eso?	Chicas	Chicos
A los chicos les gusta más jugar que a las chicas	11.9%	7.7%
Los videojuegos gustan más a los chicos	11.5%	9.3%
A las chicas le gustan más otro tipo de cosas	10.9%	15.4%
Los chicos son más adictos a los videojuegos	5.0%	3.5%
Los videojuegos están dirigidos para los chicos	7.1%	7.1%
En mi entorno es así	6.0%	8.2%
Otras	10.7%	11.9%
NS/NC	36.9%	36.9%

- **Edad de inicio en el juego**



En múltiples investigaciones de años anteriores, se aclara que la mayor parte del uso de los videojuegos oscila entre los 9 y los 17 años de edad, y el hecho de que cada vez se juegue a edades más tempranas explica que la franja de edad se amplíe y el videojuego deje de ser un fenómeno casi exclusivamente infantil para acercarse progresivamente a usuarios mayores de edad, dejando de ser el videojuego un fenómeno casi exclusivamente infantil, y acercándose progresivamente a usuarios mayores de edad. En Estados Unidos, según datos del informe IDSA (2003), del año 2002, las personas

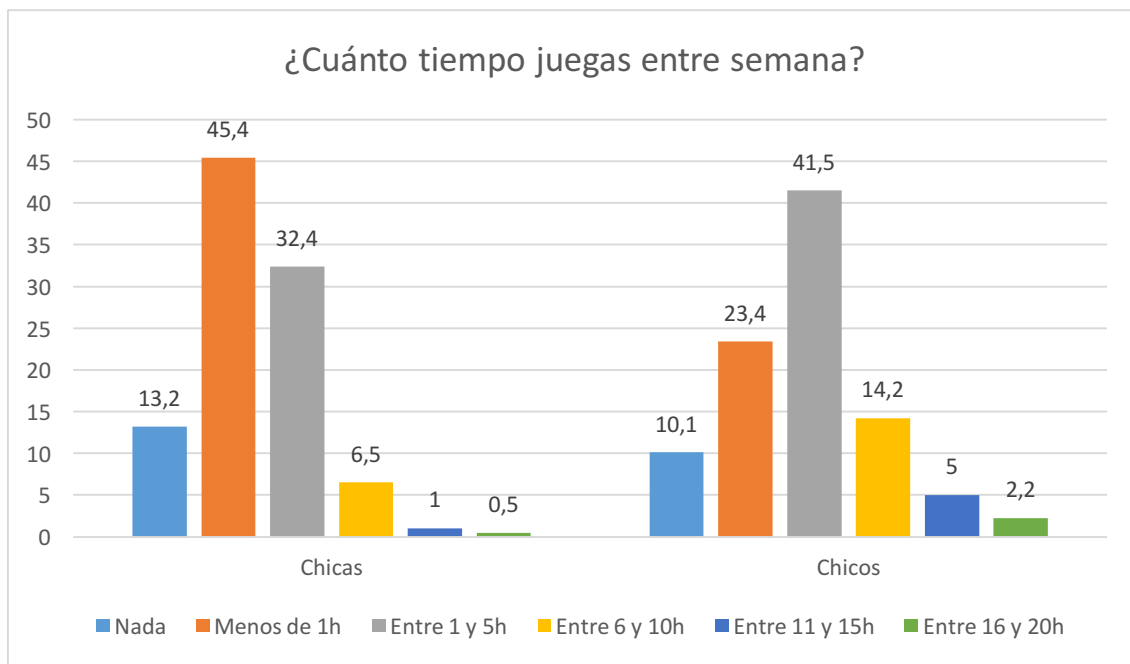
videojugadores entre los 18 y los 36 años de edad superaban a los menores de 36 años (39,5% y 39,7%, respectivamente) y los mayores de 36 años suponían ya un 22,7%.

Dependiendo del género también se aprecia una mayor precocidad masculina en el uso de los videojuegos. El porcentaje de chicos que comenzaron a jugar antes de los 5 años duplica al de las chicas. Más de la mitad de los encuestados comenzaron a jugar entre los 5 y los 8 años, mientras que el mayor porcentaje de chicas (44%) lo hicieron entre los 9 y los 12 años.

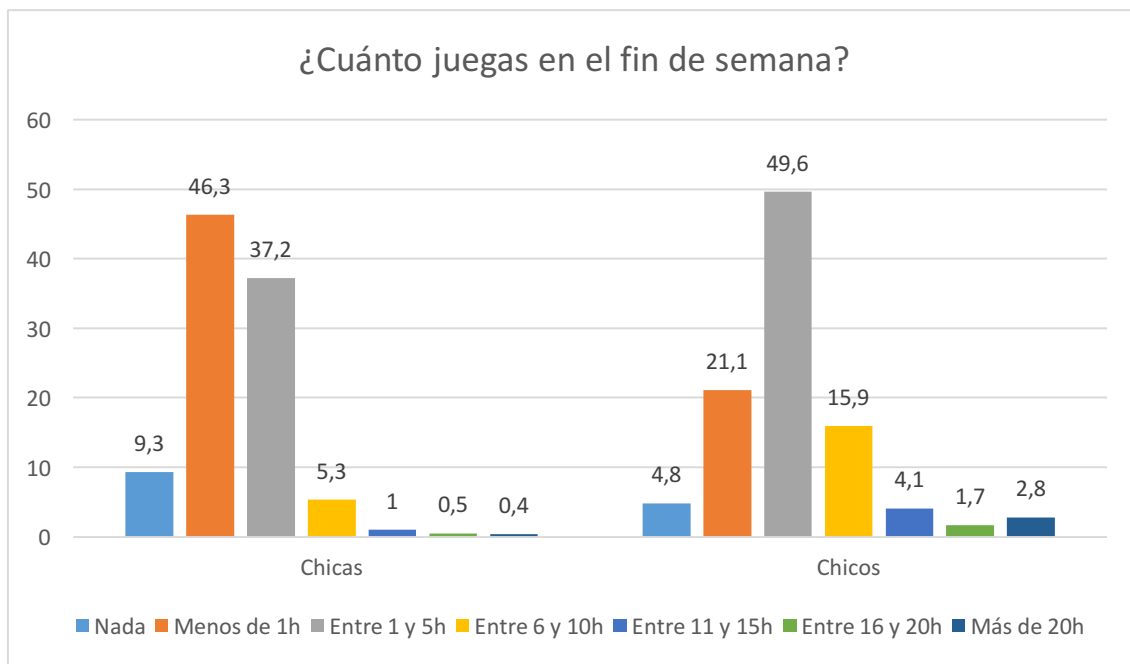
- **Tiempo dedicado a los videojuegos**

La gran mayoría de las personas encuestadas que se identifican como videojugadores juegan a videojuegos a diario, consolidando esta actividad como una parte importante del ocio juvenil.

Varias investigaciones realizadas confirman que los chicos son los que juegan a videojuegos más a menudo, más horas y con un carácter más continuo, es decir, el videojuego de frecuencia media y alta es una actividad casi exclusivamente masculina. Casi el 90% de los videojugadores y el 87% de las videojugadoras afirman que juegan a diario, es decir, en días lectivos. En cuanto al número de horas que juegan de lunes a viernes, nos encontramos una clara diferencia de género, ya que el 45.4% de las chicas juegan menos de una hora, mientras que los chicos dedican de 1 a 5 horas en el 41,5% de los casos. Pero las mayores diferencias se aprecian entre quienes juegan más horas. Así es que, el porcentaje de chicos que juegan entre 6 y 10 horas duplica el número de chicas, lo que hace que las diferencias sean aún más significativas cuando analizamos los casos de más de 10 horas: mientras que solo el 2,5% de las mujeres juegan de 11 a 20 o más horas, existe un 10.8% que invierte este tiempo en esta actividad. Esto representa un porcentaje que cuadruplica sobradamente a las chicas.



La dedicación los fines de semana muestra una tendencia similar. El sector más grande en el caso de las chicas está en "Menos de una hora" (46.3%) y en el caso de los chicos en el intervalo "De 1 a 5 horas" (49.6%). Basándonos en los datos de la siguiente tabla y comparándolos con la anterior, podemos inferir, por un lado, la existencia de videojuegos exclusivamente para el fin de semana (los porcentajes de personas que dicen que no juegan nada disminuyen el fin de semana). Y por otro lado, mientras que en el caso de las chicas los porcentajes de las que juegan 11 horas o más se mantienen en la misma línea, en los chicos hay un aumento notable.



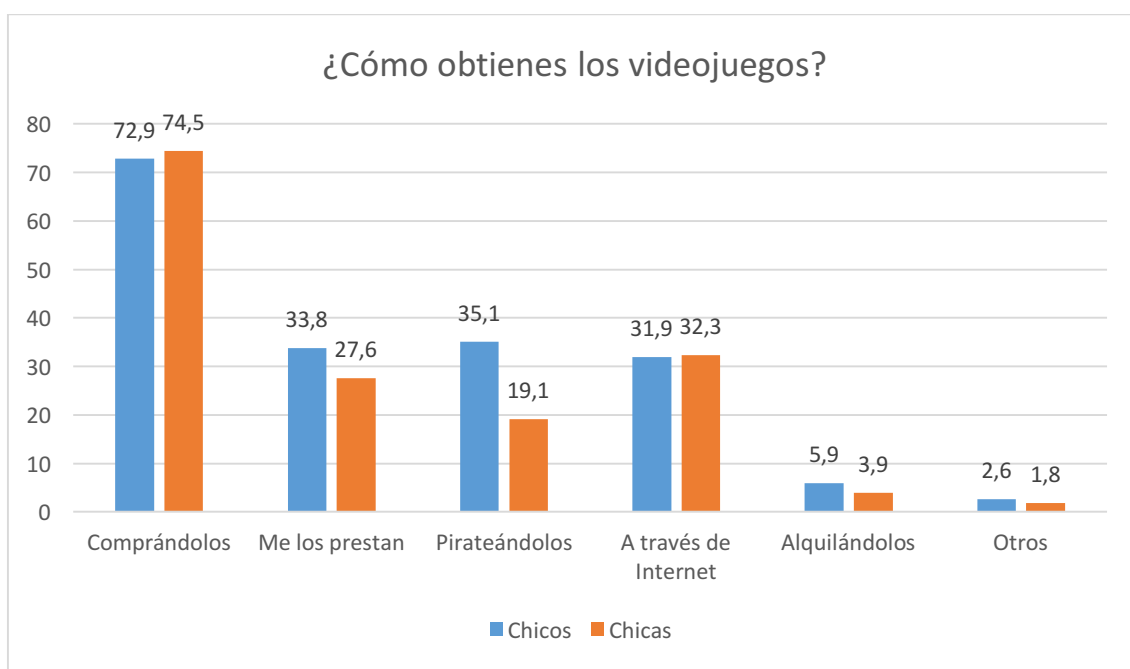
Los datos obtenidos afirman que la mayoría de los encuestados, tanto chicas como chicos, siguen manteniendo los videojuegos como un ocio hogareño, en solitario o con amigos.

¿Dónde juegas a videojuegos?	Chicas	Chicos
En casa	96,3%	97,0%
En casa de amigos	38,0%	50,7%
En clase	3,4%	5,4%
En el cibercafé	2,2%	8,3%
Otros	1,7%	2,8%

La clase y el cibercafé son lugares en los que se hace uso de videojuegos en menor medida. Como puede comprobarse, la clase es el lugar menos elegido por los encuestados. Llama la atención que el porcentaje de chicos que juegan en cibercafé cuadruplica al de las chicas, lo que nos hace coincidir con Díez (2004, 92) quien dice que "... a esto agregamos que la gran mayoría de las niñas juegan en su domicilio o en la casa de amigos, vemos una división de espacios claramente definidos" según el género, el uso de espacios públicos es claramente de dominio masculino.

- Cómo se consiguen los videojuegos

El principal medio de hacerse con los videojuegos, tanto para chicos como para chicas, es la compra física de los mismos. No es sorprendente que el mercado de los videojuegos sea uno de los sectores emergentes de la industria de la comunicación y el entretenimiento. En la década de los 2000, los videojuegos generaron más dinero en algunos países que el cine y la música juntos, como es en el caso de España. Según los datos oficiales de la industria del videojuego en España de la mano de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Entertainment Software (ADESE) este sector facturó en nuestro país 1.583 millones de euros en 2018, siendo España la cuarta en volumen en Europa, precedida por: Reino Unido, Alemania y Francia. La industria del videojuego generó más de 119.606 millones de euros durante 2018 en todo el mundo.



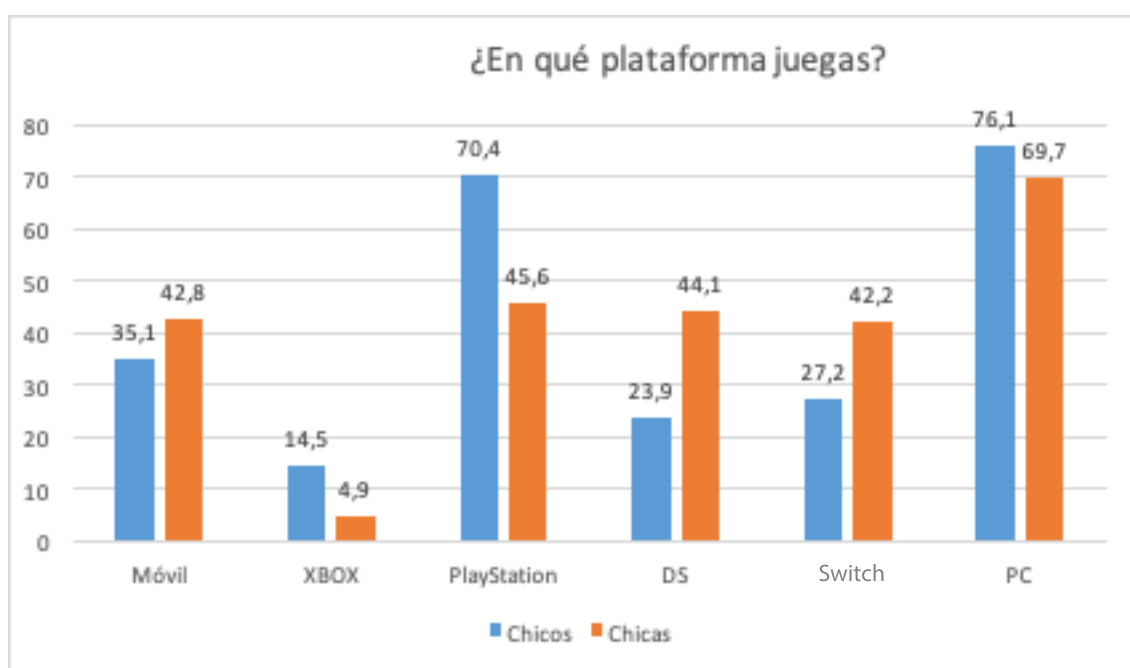
Además de la compra física, existen otros medios para jugar videojuegos, como el intercambio, que es el tercer medio más utilizado para ambos sexos, alquiler, etc. Donde las diferencias son más notables entre los géneros es en el apartado de piratería, el

35,1% de los chicos confiesan obtener videojuegos de esta manera, mientras que solo el 19,1% de las chicas lo hacen, es decir, casi la mitad que los chicos.

- Las plataformas más utilizadas

Los medios en los que se pueden reproducir los videojuegos varían y determinan las formas de jugar y el tipo de videojuegos específicos. Los tipos de juegos, plataformas y preferencias pueden variar mucho según los gustos de la persona, pero también según la edad y el género.

El ordenador personal es la plataforma más actual utilizada por los jugadores encuestados, el aumento en el número de ordenadores en el hogar ha favorecido su uso con fines lúdicos.



Respecto a las videoconsolas, vale la pena señalar que PlayStation es la segunda plataforma más utilizada, la Nintendo Switch ocuparía el quinto lugar y la Xbox 360 es la plataforma menos utilizada de todas las propuestas, tanto para chicos como para

chicas. Lo que podríamos llamar "portátiles", es decir, las consolas de juegos portátiles que permiten a los usuarios jugar en cualquier lugar sin depender de ningún tipo de conexión, ocupan el tercer y sexto lugar en uso, con la excepción de las chicas, que en un mayor porcentaje usan DS. Los videojuegos en el teléfono móvil ocuparían el cuarto lugar en el ranking de uso tanto para hombres como para mujeres.

Si observamos los datos que se ofrecen, podemos observar que las chicas utilizan más que los chicos: el teléfono móvil, la Switch y, sobre todo, la DS, mientras que la PlayStation y, especialmente, la Xbox 360 son de identidad masculina.

- Tipos de videojuegos

Hay varias formas de clasificar los videojuegos, aunque, en la mayoría de los estudios, hay una distinción entre 8: juegos de acción (arcades), juegos de estrategia, juegos de aventuras, juegos de rol, juegos deportivos, simuladores y juegos "clásicos" o de mesa. En cualquier caso, las clasificaciones no siempre son fáciles de aplicar, ya que aparecen cada vez más productos que combinan diferentes tipologías.

Para saber cuáles son las preferencias entre los encuestados y si existen diferencias en función del género, se ha establecido una clasificación con trece tipos.

¿Qué tipo de videojuegos te gustan más?	Chicas	Chicos
Plataformas	44,5%	16,6%
Aventura gráfica	60,9%	17,5%
Simulación	5,1%	16,5%
Deportes	21,2%	69,3%
Musicales	59,7%	9,4%
De mesa	33,4%	16,4%
De estrategia	29,1%	28,1%
Sociales	49,0%	8,9%
RPG	10,1%	20,8%
Conducción	39,4%	67,0%
Shooter	8,8%	63,6%
De lucha	19,7%	35,8%
De acción/aventura	32,0%	59,5%

Los tipos de videojuegos que más gustan marcan grandes diferencias de género. Las chicas juegan a aventuras gráficas (60.9%), musicales (59.7%) y sociales (49.0%), mientras que los chicos juegan a videojuegos de fútbol y otros deportes (69.3%), conducción (67.0%) y shooters (63.6%). Los videojuegos que más les gustan a ellos son los que menos les gustan a ellas, y viceversa. Los tres videojuegos favoritos o los más jugados por los chicos son: FIFA (17.1%), Pro Evolution Soccer (14.9%) y Call of Duty (9.4%). Las chicas juegan a: Los Sims (25%), Super Mario Bros. (12.7%) y Singstar (10.6%).

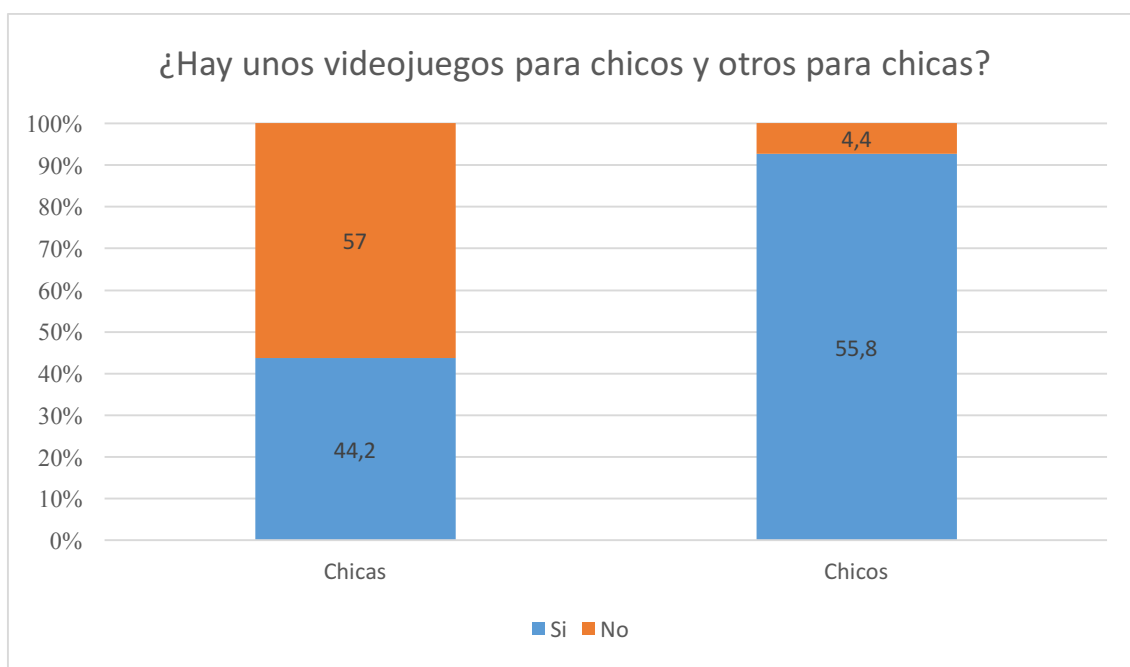
- Videojuego favorito

La variedad de videojuegos elegidos como favoritos y/o más utilizados aclaran las diferencias de género, como se muestra en la siguiente tabla. Las chicas eligen a los Sims (25%), Super Mario Bros (12.7%) y Singstar (10, 7%) como los tres juegos favoritos, mientras que los chicos concretaron que sus favoritos son FIFA (17.1%), Pro Evolution Soccer (15%) y Call of Duty (9.4%).

	Chicas		Chicos
%	Videojuego	%	Videojuego
25	Los Sims	17,1	FIFA
12,7	Super Mario Bros	15,0	Pro Evolution Soccer
10,7	Singstar	9,4	Call of Duty
6,7	Animal Crossing	7,5	Grand Theft Auto
2,7	Grand Theft Auto	3,5	Word of Warcraft
2,2	Need for Speed	2,5	Need for Speed
2,2	Tekken	2,3	Assassin's Creed
1,4	Pro Evolution Soccer	1,8	God of war
1,0	Call of Duty	1,7	Gran Turismo
0,9	FIFA	1,2	Super Mario Bros
0,7	Word of Warcraft	1,1	Los Sims
0,6	Gran Turismo	0,9	Tekken
0,4	Assassin's Creed	0,4	Singstar

- Videojuegos generizados

La proporción de chicas que han asumido que hay diferentes videojuegos para chicas y chicos es menor. Mientras que el 57% de los chicos encuentran que hay un cierto tipo de juego para uno u otro sexo, el porcentaje de chicas con la misma opinión supera por poco el 44%.



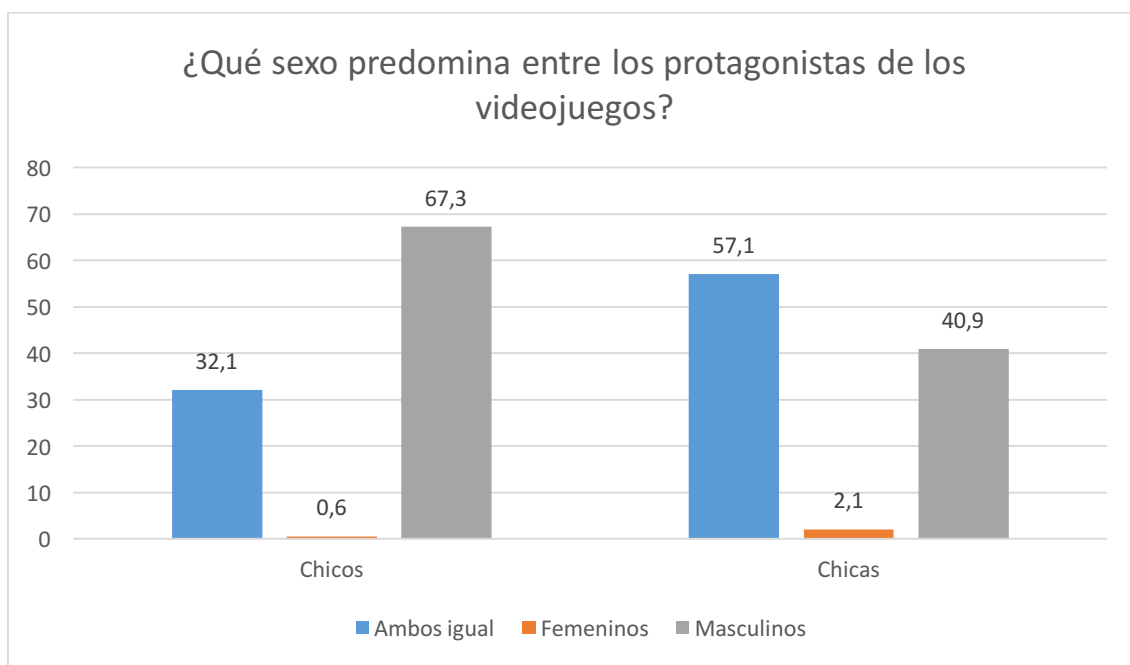
Cuando se les pregunta en qué creen que se diferencian, tres de cada cuatro no saben o no responden, casi el 17% de los chicos y el 13.6% de las chicas dicen "en el contenido", y alrededor del 4.5% de ambos dicen que "en la violencia".

Hay una coincidencia absoluta entre los jóvenes cuando se trata de considerar qué juegos son para chicos (deportes, shooters, juegos de lucha) y para chicas (aventura, música, sociales). Los videojuegos son un instrumento adicional en la socialización de género, cada vez en las edades más tempranas, que está configurando el enfoque sexista

con mayor vigor y favoreciendo un papel de aprendizaje discriminatorio. Su uso se está convirtiendo en una barrera para construir y aprender una igualdad real.

- **Los/las protagonistas**

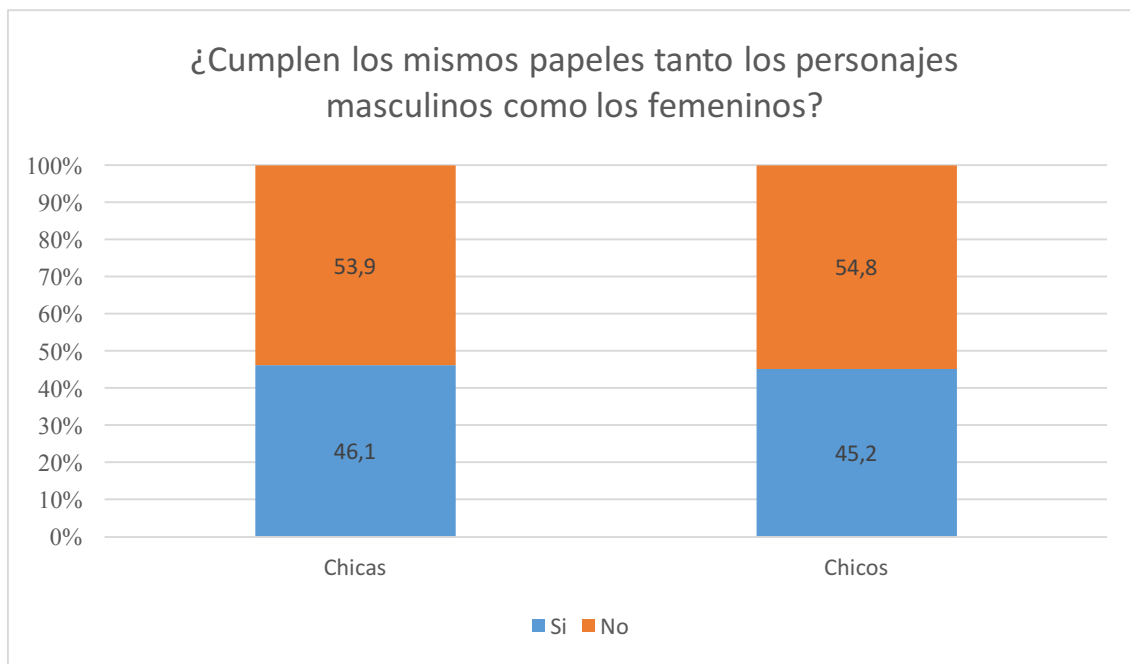
Casi el 57% (56.7%) considera que lo más común en los videojuegos son los protagonistas masculinos y el 42.1% que ambos por igual. Solo el 1.2% de los jóvenes creen que las protagonistas femeninas abundan más. Al analizar los datos por sexo, obtenemos que las chicas son las que creen más en un papel equilibrado.



Entre aquellas y aquellos que piensan que el rol es equilibrado, la razón por la que así lo argumentan es que se puede elegir el sexo del personaje. Para los pocos jóvenes que piensan que hay un mayor papel femenino, la razón principal sería el hecho de que los hombres son los consumidores de los videojuegos. Ese mismo argumento también sirve para explicar un mayor papel masculino, tanto para ellos como para ellas. El porcentaje de chicas que explican el mayor papel masculino basado en una sociedad sexista es el triple al de la misma opinión.

¿Qué es más común en los videojuegos y las razones según el sexo.	Protagonistas masculinos		Protagonistas femeninos		Ambos protagonistas por igual	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Los hombres son más consumidores	19,21	18,83	15,38	0	0,71	0,69
El protagonismo en los videojuegos es masculino mayoritariamente	22,38	23,77	7,69	9,09	1,84	2,42
Los creadores de los videojuegos son hombres	4,75	5,34	0	0	0,99	2,07
Vivimos en una sociedad machista	8,12	2,71	3,85	0	0,28	0,52
Porque sí	1,58	2,71	7,69	9,09	4,53	7,08
Se puede elegir el sexo del personaje	2,18	1,32	0	9,09	36,26	28,32
Somos todos iguales	0,79	0,66	0	0	10,77	11,23
Otros	7,33	12,17	34,62	63,64	11,33	16,06
NS/NC	33,66	32,49	30,77	9,09	33,29	31,61
Total	100	100	100	100	100	100

En cuanto al tratamiento diferenciado de los roles masculinos y femeninos en los videojuegos, existe una mayor proporción de chicas y chicos que consideran que los personajes masculinos y femeninos no desempeñan los mismos roles en los videojuegos, detectando un tratamiento diferenciado de los roles masculinos y femeninos.

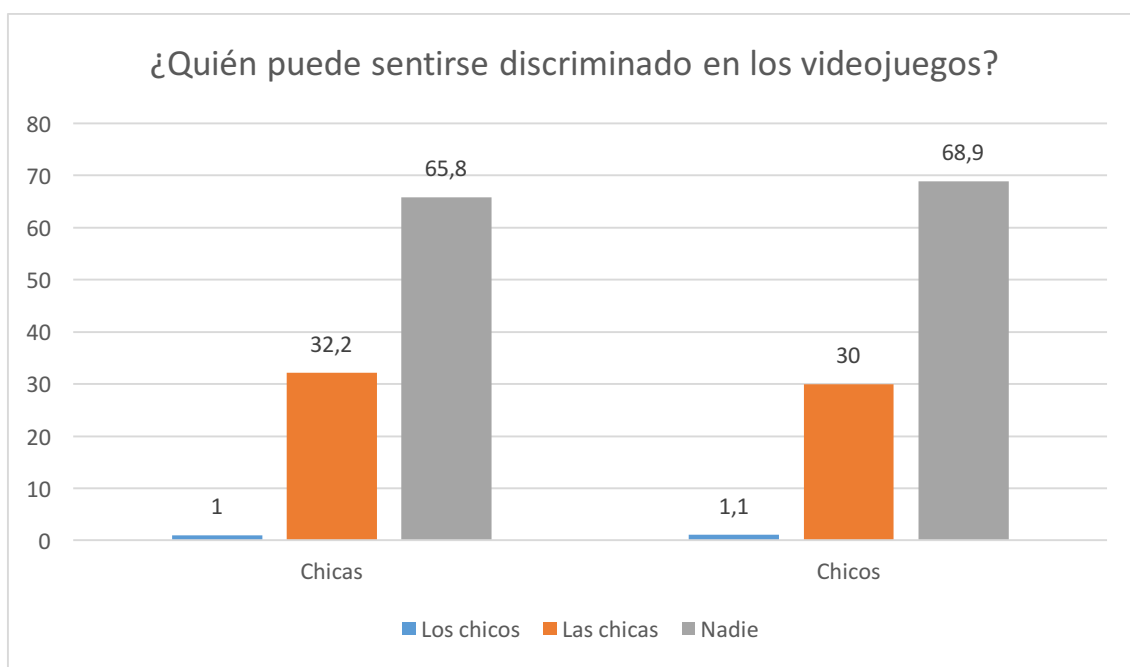


La principal diferencia viene dada por el carácter secundario y pasivo del papel de los personajes femeninos en este tipo de juego. Por lo tanto, como se puede ver en la siguiente tabla, los chicos y las chicas coinciden en las diferencias de roles de los protagonistas en función del género. La primera diferencia está marcada porque "los papeles de protagonista son para los hombres, las mujeres son compañeras o tienen papeles secundarios o inferiores", otros aspectos que se refieren a la diferenciación son, por un lado, las áreas en las que aparecen y, por otro lado, a que "en los juegos los hombres tienen más habilidades, fuerza o agresividad". Alrededor del 10% entiende que "el protagonismo es masculino", por lo que se podría decir que las diferencias no serían más que un reflejo de lo que está sucediendo en nuestra sociedad.

Si se responde "No" a la anterior, ¿En qué se diferencian?	Chicas	Chicos
El protagonismo es masculino	9,8%	9,5%
En videojuegos, los hombres tienen más habilidad, fuerza o agresividad	12,9%	10,5%
Las mujeres tienen papeles secundarios o inferiores	24,9%	19,7%
Las mujeres están relacionadas con la belleza en los videojuegos	1,9%	1,3%
Mujeres y hombres aparecen en distintos ámbitos	18,0%	16,2%
Otras	12,9%	15,6%
NS/NC	19,6%	27,2%

- Percepción sobre la discriminación en función del género

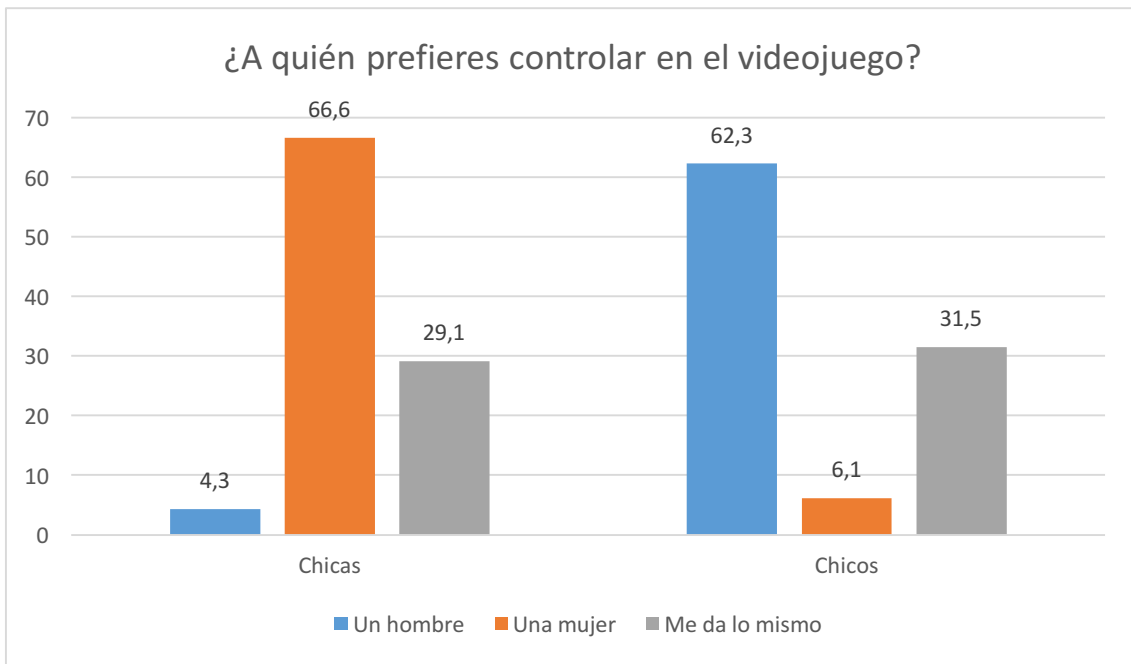
Cuando se les pregunta quién creen que puede sentirse discriminado en el mundo de los videojuegos, la respuesta mayoritaria es que nadie (67,4%), seguido por las chicas (31,5%). Solo el 1% piensa que los que podrían ser discriminados serían los chicos. Al comparar los datos según el sexo, no hay diferencias significativas.



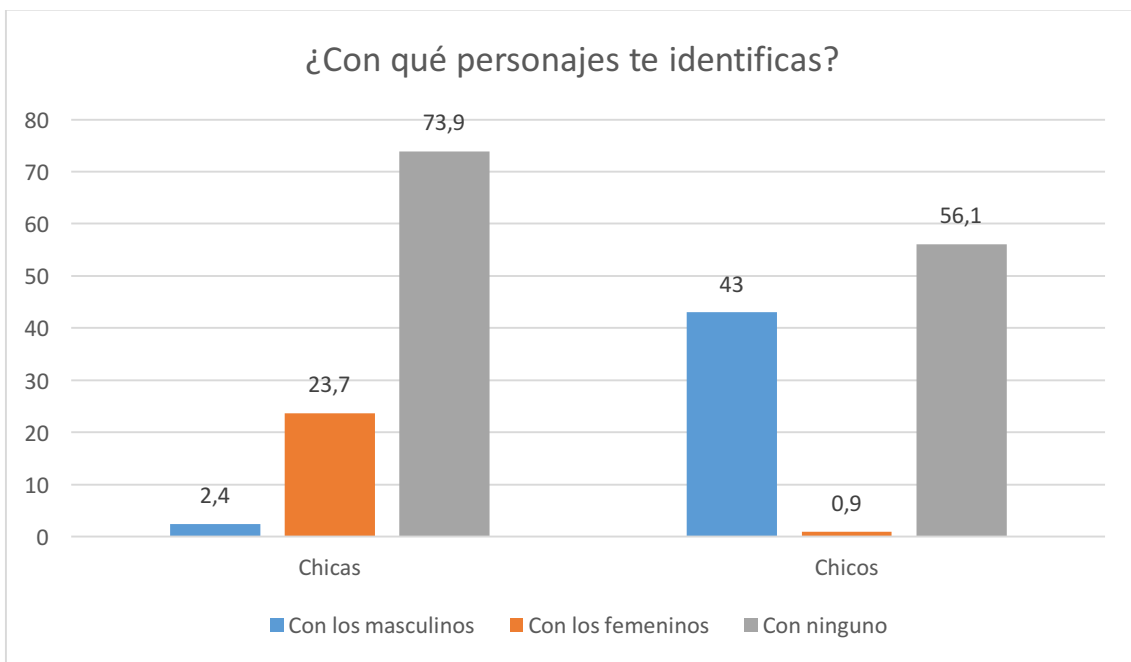
Como se puede ver, tanto para aquellos que creen que los personajes femeninos como los masculinos desempeñan los mismos papeles como para los que no lo consideran, existe la coincidencia de que si algún género se puede sentir discriminado, sería, en cualquier caso, la mujer.

- Identificación con el protagonista

Existe una preferencia clara por la coincidencia del sexo del personaje protagonista con el del jugador.



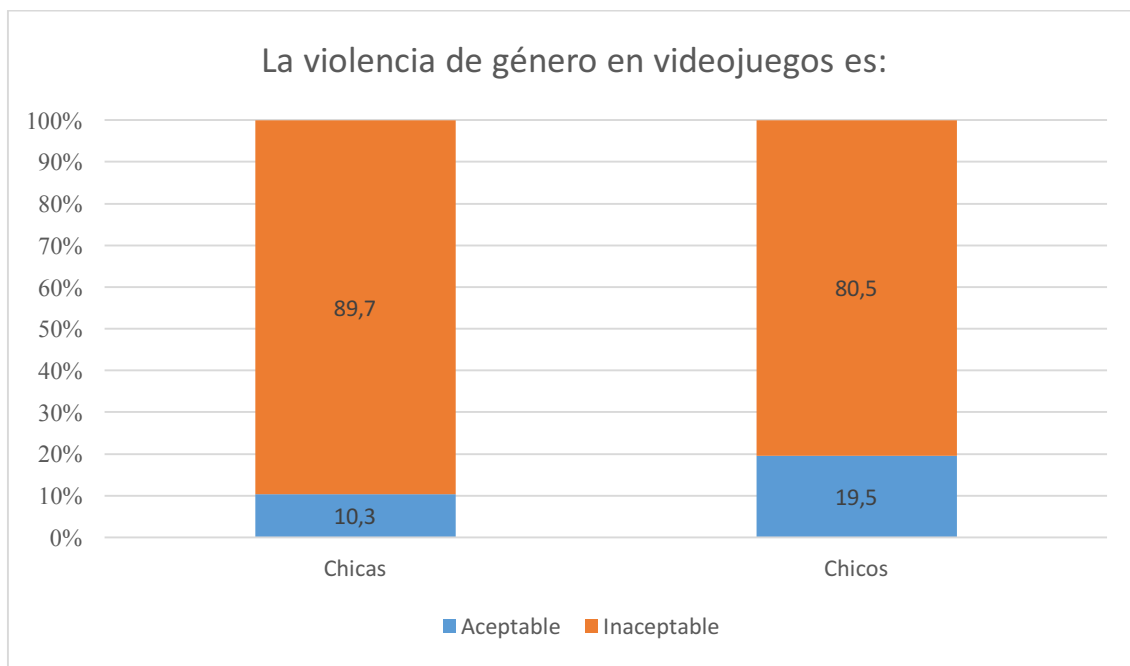
Las chicas se identifican más con protagonistas femeninas que los chicos con personajes masculinos.



- Justificación de la violencia de género en los videojuegos

Son los chicos (19,5%) quienes más justifican la violencia de género, frente al 10,3% de chicas. Sorprende que una de cada diez mujeres encuestadas consideren aceptable la

violencia de los hombres contra las mujeres en los videojuegos. El argumento principal para su justificación suelen ser comentarios del tipo “Si es un videojuego, no es real”.



**5. SEXISMO Y VIDEOJUEGOS:
CASOS DE LOS SIMS Y GTA**

5. SEXISMO Y VIDEOJUEGOS: Casos de los SIMS y GTA

El sexismo es un tipo de violencia contra las mujeres que, en palabras de Eugenia López (2010), "está presente en más del 90% de los videojuegos comerciales. Todos los juegos analizados en el estudio CIDE son juegos hechos por hombres y mujeres, incluyen estereotipos sexistas y, en algunos casos, incitan explícitamente las conductas sexistas".

El tema no es baladí, ya que desde pequeños aprendemos a través del tiempo del ocio y los juegos, socializando, viendo el mundo e interactuando con él. Es por esta razón que entendemos que es necesario analizar el papel que juegan los juegos en la reproducción de estereotipos sexistas, tal como son, en la actualidad, agentes importantes de las maneras de socialización juvenil, a través de la cual los niños y jóvenes aprenden en múltiples direcciones.

Dentro del campo de los juegos y el ocio, los videojuegos son, en sí mismos, un medio de aprendizaje social y cultural actual relevante para el ocio de los más jóvenes, a través del cual se puede comprender el verdadero entorno cultural que nos rodea.

Analizaremos cuáles son los valores y las tendencias que se reproducen y si siguen siendo, o no, estereotipos sexistas.

Desde hace tiempo, hay varios estudios que abordan la relación entre los videojuegos y la violencia, los valores que transmiten y el impacto que tienen en nuestros usuarios. ¿Y la violencia sexista? ¿Y la violencia simbólica que se ejerce contra las mujeres y que encontramos en casi todos los videojuegos? ¿Qué valores se transmiten a través de ellos?

Al analizar muchos de los videojuegos más vendidos, podemos observar una serie de estereotipos sobre la figura del hombre y la mujer. En la mayoría de los casos, ambos sexos aparecen distorsionados mediante una simplificación de sus papeles a desarrollar.

En la figura masculina, valores como el poder, el honor, el coraje, la fuerza, la venganza, el desafío o el orgullo están equilibrados. La dominación es el principal valor asociado a los hombres. A las mujeres, sin embargo, se les atribuyen valores como la pasividad, la cobardía o la fragilidad y la sumisión. Rara vez las mujeres aparecen como heroínas, o como salvadoras de todos los males de los hombres. Y, si observamos el físico, el tono dominante suele ser el de los cuerpos surrealistas, con pechos voluptuosos y cinturas de avispa imposibles, lo que las convierte en objetos más sexualizados que en personas reales. Todo esto construye la violencia simbólica e invisible que rara vez se analiza o se señala.

En este capítulo, nos centraremos, por lo tanto, en esta forma de sexismo que citamos, a través del análisis de los dos videojuegos más utilizados por los jóvenes varones (GTA) y por las mujeres (Los Sims) de acuerdo con los datos extraídos de las encuestas. Trataremos de verificar si los videojuegos apoyan los estereotipos sexistas que aún sobreviven en nuestra sociedad.

5.1 LOS SIMS

Los Sims nacieron como un juego sin trama y, en la mayoría de sus extensiones, permanece fiel a su base inicial. Se puede observar que esta es la razón por la que muchos usuarios, aunque en su mayoría son usuarias, lo seleccionan como un juego de elección: les permite a las personas crear sus propias vidas en una realidad virtual, en la que las acciones no tienen consecuencias definitivas y siempre es posible volver para no "guardar la partida".

En este sentido, los Sims supusieron toda una revolución, porque antes de ello, ningún juego permitía tal grado de libertad, estableciendo una historia base en la que se permiten ciertas licencias al jugador, pero que siempre desembocan en las mismas

consecuencias (como se puede ver en los principales títulos de ventas como Call of Duty, Resident Evil o Grand Theft Auto). En los Sims los usuarios crean no solo su personaje, sino también un entorno en el que vivirá y una serie de personajes (aunque algunos están predeterminados por el juego) con los que decidirán o no relacionarse. Se puede decir que, de alguna manera, anula cualquier posibilidad de frustración dentro de las relaciones interpersonales, la esfera profesional o las necesidades creadas en la sociedad actual y, en este sentido, el desarrollo de la tolerancia es mínimo y las experiencias menos positivas se pueden cancelar con un simple clic.

5.1.1 HISTORIA DE LOS SIMS

Desde la primera versión, lanzada en el año 2000, se han producido muchos cambios en el juego que han permitido que se acerque más a la realidad, sin perder nunca la esencia que se instauró con su creación: tener un universo al alcance de las personas donde el jugador es una especie de "gran hermano" que en este caso no solo lo ve, sino que lo controla a su discreción.

En 2004, la segunda versión del juego de simulación, los Sims 2, incluyó la primera novedad de este enfoque: la vista 3D, que favorece la visión de los diferentes personajes y situaciones. Además, aparece la posibilidad de que los Sims envejeczan y, por lo tanto, que mueran, aspecto que no se contemplaba en el juego inicial; además de elementos genéticos, ya que se contempla que el descenso de los personajes se parece a sus padres o incluso a otros familiares, si fueron creados previamente por el usuario.

Otras innovaciones fueron la inclusión de semanas naturales en las que se respetan las actividades de cada día (antes de que esta versión no se tomaban en cuenta los fines de semana y todos los días se vivían como la misma rutina) e incluso la posibilidad de obtener vacaciones en el trabajo sin que conlleve una penalización.

Esta nueva versión también incluye una "medida de aspiraciones", que será esencial para el proceso de desarrollo del Sim, que incluirá tanto los deseos como las aspiraciones y los propios temores de la persona. Esto también significa que los Sims son más autónomos, realizan más tareas por sí mismos y son más conscientes de lo que sucede a su alrededor, pudiendo reaccionar de una forma u otra dependiendo de las acciones que realicen los demás personajes.

Las diferentes aspiraciones dentro de la vida de cada personaje cambian desde el nacimiento hasta la muerte y dependen, entre otras variables, de las diferentes etapas a través por las cuales pasa el personaje: cuando un Sim es un bebé, no podrá realizar acciones por sí, no puedes jugar directamente con él y necesitas la atención de un Sim adulto para su supervivencia (que en este caso será el personaje que se manejará) a partir de este momento, cuando el personaje pasa a la etapa de la infancia, sus acciones serán independientes y podrán hacer las cosas de un individuo de su edad, a pesar de mantener necesidades gregarias, que también sucederán en las siguientes etapas de desarrollo (niño, adolescente, adulto y anciano).

Durante la etapa de adolescente es cuando el medidor de aspirador se vuelve importante porque será en este momento cuando la persona que juega tendrá que seleccionar los objetivos de su personaje a lo largo de su desarrollo (aunque, como en la vida, será posible cambiar estas aspiraciones en ciertos momentos dependiendo del cumplimiento de los objetivos intermedios del personaje). Hay cinco tipos de aspiraciones para elegir: familia, conocimiento, romance, dinero o popularidad, que en el juego no están diferenciados para personajes masculinos y femeninos (otra cosa sería contemplar las aspiraciones más seleccionadas dependiendo de si la persona que juegue es hombre o mujer y si el personaje es masculino o femenino).

Debido a estas aspiraciones, se generarán los deseos y temores del personaje, que variarán no solo en función de éstos, sino también en la etapa evolutiva y en las decisiones anteriores tomadas por los jugadores. Otro detalle que apunta a dar vida al mundo virtual del juego es que los temores más comunes coinciden con lo que la población muestra como principal a lo largo de sus vidas: la muerte de un ser querido, el miedo al rechazo, la pérdida de su trabajo, ser atracado...

Después de la salida del juego, se creó una expansión titulada “Los Sims: estudiantes universitarios” que agregaron una etapa secundaria de adulto, para aquellas personas que deciden ir a la universidad.

Otra parte importante del juego es que, al llegar a la etapa de la tercera edad, el número de días de vida que le quedan al personaje dependerá del cumplimiento de sus aspiraciones hasta ese momento de su vida. En este sentido, la idea es que cuanto mayor sea el desarrollo individual del Sim mayor será su esperanza de vida y, por lo tanto, también la calidad de la misma en caso de que los Sims murieran naturalmente, por lo que esta traducción es clara en cuanto al mundo más allá de la pantalla: la autorrealización mejora la vida en todas sus etapas y repercute en un proceso de envejecimiento satisfactorio. Existe la posibilidad de que los personajes mueran prematuramente, pero esto dependerá en todo momento del jugador, y del cuidado adecuado que su personaje acompaña.

Además, en todo momento, los Sims son sensibles a lo que sucede con sus raíces, no solo en relación con los aspectos básicos de la vida, sino también en lo que respecta a sus relaciones sociales, siendo estas las que ocupan los primeros puestos en un gran número de ocasiones dentro de sus deseos, miedos y aspiraciones. En este sentido, el medidor de aspiraciones actuará como un medidor de autoestima, que variará siempre

que se cumplan las expectativas o los temores y que determinará el desarrollo del personaje.

Otro aspecto importante es que los rasgos de la personalidad están determinados incluso por aspectos como el signo zodiacal que elegimos para el personaje y que determinará diferentes niveles dentro de los cinco rasgos de la personalidad que se mencionan.

En cuanto a sus inclinaciones sexuales, los Sims serán bisexuales a lo largo de su desarrollo, e incluso si el jugador inclina el equilibrio hacia la heterosexualidad o la homosexualidad, el personaje siempre estará abierto a cualquier tipo de pareja.

En el año 2009 aparece el juego Sims 3, que contiene mejoras en los aspectos incluidos en la versión anterior: hay más carreras que estudiar durante la etapa universitaria, brinda más oportunidades para la personalización personalizada de cada personaje y permite la posibilidad de que Los Sims puedan tener relaciones sexuales dentro del juego cuando alcanzan una edad que se considera adecuada (esto es lo que se ha descartado como objetivo en la versión anterior y se presenta aquí como una novedad). Se puede considerar, por lo tanto, que los aspectos significativos del juego no se modifican, pero se agregan nuevos aspectos que tienen como objetivo aumentar su realismo.

Otro aspecto a destacar en este juego es que hay ciertos trucos que pueden facilitar la experiencia, eliminando aquellos aspectos que pueden considerarse más tediosos o que dificultan el logro de ciertos objetivos: a través de los códigos alfanuméricos introducidos durante el juego se puede obtener dinero ilimitado o se cubren de forma permanente las necesidades básicas del personaje (es decir, que no es necesario alimentarlo, bañarlo ...), lo que elimina la atención más básica que desvía el juego de su juego más lúdico o interacción social. Otro aspecto que puede modificarse a través de

los trucos es que los Sims se enamoren sin pasar por un proceso de relación anterior, por lo que no será necesario que los personajes se conozcan demasiado para establecer una relación.

Por todas las razones discutidas y muchas otras no contempladas en la redacción anterior, se puede concluir que los Sims, así como sus extensiones y versiones, son totalmente inocuos en lo que se refiere al sexismo. Las únicas diferencias que existen entre los personajes masculinos o femeninos se refieren a sus características sexuales y no se extienden a las características de género, ya que las elecciones posteriores están en manos del usuario.

En cualquier caso, se puede considerar que los Sims tienen una representación de población sesgada, ya que, como se puede ver en la muestra en la que se basa este estudio, este juego es el más consumido por el público femenino. Y yendo más allá, es un juego en el que ambos sexos se identifican con el género. Por lo tanto, se podría considerar que, en este caso particular, no es el juego el que describe la realidad, sino la realidad la que sesga al juego, identificando sus características con un género u otro y determinando, por lo tanto, que aborda un público particular, en este caso, las mujeres.

En este sentido, es importante tenerlo en cuenta como un juego que se ha dirigido inicialmente a toda la población y que actualmente lo sigue haciendo, tanto a nivel de las características del juego como en relación con sus campañas de publicidad y marketing, y se considera principalmente femenino debido a que muchas de las actividades se refieren al cuidado y las relaciones interpersonales entre los personajes y, en la sociedad actual, este tipo de inclinaciones aún se consideran femeninas.

Además, no es posible relacionar ciertas características que, según los usuarios estudiados, se atribuyen a ciertos juegos para considerarlos predominantemente

masculinos o femeninos: en este juego las mujeres no son más débiles que los hombres, no tienen características que lleven a la identificación con un solo carácter, ya que se asume la capacidad de crear caracteres según los deseos del usuario. Por esta razón, los personajes o la acción en sí no tendrían que ver con el jugador porque lo mismo crearía tanto el personaje como el universo. En este sentido, las chicas dicen que juegan porque es un juego menos violento, y esta es también una característica que las jóvenes bajo estudio proporcionan como favorable para su uso. Se podría pensar que el contenido violento es definitivo en el uso de los juegos y sería necesario profundizar en este tipo de apreciación, ya que tanto los chicos como las chicas dicen que los juegos que más les gustan son violentos, mientras que un juego neutral de este tipo no es atractivo para la audiencia masculina.

Aunque el juego en sí no establece límites sexistas o discriminatorios, es cierto que la gente tenderá a reproducirlos a través de este tipo de mundos y, en algunos casos, se convertirá en una nueva forma de mantener y reproducir roles y comportamientos discriminatorios, sin la existencia de un filtro o control.

5.2 GTA

La acción del videojuego Grand Theft Auto (GTA) se desarrolla en un universo totalmente diferente al del ejemplo anterior. Siendo uno de los títulos más vendidos en este momento, y también uno de los más controvertidos, está en oposición con otros tipos de videojuegos, ya que toda la historia se vive a través de diferentes criminales, antihéroes que establecen distintas relaciones con su entorno persiguiendo el objetivo de crear un clan o una banda que domine la ciudad. La saga GTA seguramente fue uno de los más criticados por este hecho, pero aun así es uno de los más atractivos tanto para

adolescentes como hombres adultos, lo cual no deja de ser un reflejo de la realidad social en la que estamos inmersos.

Con respecto a este videojuego, y aunque se considera que ofrece una gran libertad a la persona que lo juega, no se puede olvidar que tiene una cierta historia desde el principio en la que las acciones del jugador le llevarán irremediamente a ciertas consecuencias, ya que la historia así lo requiere para continuar. Sin embargo, la libertad a la que se someten los jugadores se relaciona con que el usuario, por sí mismo, puede realizar una serie de acciones o relacionarse con ciertos personajes que no están dentro de la historia principal del videojuego, siendo aquí donde se encuentran esta gran libertad e infinitas posibilidades para los usuarios.

5.2.1 HISTORIA DEL GTA

La saga GTA fue lanzada en 1997, convirtiéndose en el videojuego con más libertad de acción por parte del jugador hasta el momento, y sigue siendo, hoy en día, uno de los menos restringidos en este sentido. Desde este primer momento, la controversia ha estado presente debido a su alto nivel de violencia, ya que la mayor parte de la trama de los juegos está relacionada con los cárteles de la droga, las familias mafiosas, la prostitución, la venganza y se desarrolla en entornos que pueden considerarse “marginales” Desde este momento, las expansiones al primer juego tuvieron éxito rápidamente y hasta ahora no han dejado de producir nuevos lanzamientos de una de las sagas más prolíficas en la historia de los videojuegos.

Como en la mayoría de los videojuegos que están divididos en sagas que han logrado sucesores y han sobrevivido a lo largo de los años, los GTAs comenzaron en 2 dimensiones y se hicieron realistas con el avance de la tecnología, pasando a 3D.

La acción que tiene lugar a lo largo de las diferentes ediciones está relacionada con ciertos personajes clave que se han convertido en míticos en esta saga y que vuelven a aparecer, o se nombran, en el curso de los juegos. Por lo tanto, aunque no todos los personajes están relacionados entre sí en las diferentes entregas, hay ciertas familias, pasados y relaciones que determinan el desarrollo de la acción sin que el usuario pueda influir en ello. Esto puede considerarse como otro posible atractivo de la colección: el jugador no necesita jugar otras entregas para entender el juego y no perderse en la trama. Por otro lado, si la persona es asidua al GTA, reconocerá los diferentes personajes e incluirá a los nuevos dentro de un imaginario común.

Otra característica representativa de los diferentes GTA es que se desarrollan en escenarios reales, es decir, toman como referencia la realidad o al menos una versión de la misma, que reúne ciertos eventos o realidades que ocurren en el mundo como lo conocemos, con la diferencia de que seguramente esta es una visión de la realidad restringida a un apartado del mundo nada aconsejable. Dentro de este universo, también hay ciertos escenarios que no tienen un equivalente real pero que son versiones de diferentes sitios y se agregan a ciertas áreas que pertenecen a EEUU. Esta característica es una de las más utilizadas para la defensa del juego por parte de sus partidarios, ya que se argumenta que lo que el juego pretende reflejar es algo existente y que, en este caso, esa realidad incluye la violencia, por lo que cambiarlo sería ir en contra del realismo de la trama.

La acción estará determinada por hechos clave que no se pueden alterar dentro de la trama y sobre los cuales el jugador no tendrá ningún poder de elección, ya que será la única forma de poner al personaje en ciertas situaciones para llevar a cabo ciertas misiones. Desde aquí, la GTA revela su mayor libertad de acción, ya que se basa en el logro de ciertos objetivos que pueden variar según el grado de violencia que desee el

usuario. Debido a esta característica, la mayor controversia generada por el GTA surgió en la edición de San Andreas, ya que era posible para los usuarios desbloquear escenas de sexo explícitas que habían sido censuradas de la edición definitiva (pero no eliminada) con la que un usuario con ciertas habilidades informáticas podía acceder a ellas sin problema.

Un aspecto a destacar en esta saga es que ninguno de los personajes principales es femenino: las mujeres son solo medios para lograr un fin, no avanzan en la trama por sí mismas, sino que lo hacen a través de los efectos que causan en los personajes masculinos, o simplemente son un complemento del escenario en el que se desarrolla la trama, y las acciones en las que están involucradas son principalmente sexuales, incluso explícitamente. En este sentido, los usuarios encuestados mostraban que no se puede jugar con personajes femeninos o que, en ciertos juegos, las mujeres no tienen roles relevantes o con cualidades positivas. Así, ni se juega con mujeres ni se identifica con los personajes de su mismo sexo. En cualquier caso, el universo de GTA no solo se basa en estos elementos de discriminación sino que va más allá, a veces mostrando abiertamente comportamientos violentos hacia los personajes de género femenino, que pueden ser sometidos a cualquier tipo de atrocidad, que será bien vista e incluso recomendada por el videojuego, aunque no es un requisito para seguir adelante.

Es aún más curioso observar que durante las tramas, los personajes condenan o hablan negativamente de ciertas actividades, como el uso de drogas y que, sin embargo, en ningún momento condenan las actitudes negativas hacia las mujeres, y que incluso en ciertos momentos del juego se animan los mismos. En este sentido, se puede considerar que el juego da un paso atrás en lo que se refiere a los estereotipos, ya que condena ciertos comportamientos, pero considera todos aquellos que son negativos para las

mujeres no solo como aceptables, sino también como deseables para los personajes masculinos.

Muchos de los defensores del juego argumentan que esta aventura representa un universo "marginal" en el que ciertos comportamientos son más comunes. Incluso algunos de los usuarios de las encuestas comentaron: "Algunos videojuegos representan situaciones de violencia que deben recrearse como son, sin censura". La pregunta que debe expresarse en este sentido no es solo porque el juego ofrece la opción de llevar a cabo ciertas acciones, sino qué lleva a las personas a repetir estas atrocidades cuando el juego en ningún momento las incluye como un requisito para avanzar. Los usuarios que no pertenecen a estos universos imaginarios no deberían tener en su imaginación ciertas posibilidades de conducta.

Continuando con la idea anterior, se puede considerar que este tipo de afirmaciones no son más que meras excusas que buscan marginar un cierto tipo de comportamiento, ya que siempre se ha intentado abordar cuestiones de género y otras cuestiones, como la violencia sexista, protegiéndose del hecho de que no son situaciones reales, nunca lo harían en una situación diaria ... pero, después de todo, reproducen los estereotipos que han puesto a la sociedad en la situación actual.

Debido a las características citadas durante esta redacción, parece claro por qué las mujeres afirman no jugar a este tipo de juegos o no encontrarlos atractivos, mientras que las afirmaciones de los hombres reflejan un peligro o al menos una señal de advertencia, ya que consideran que este tipo de acciones no tienen consecuencias (sí en la vida real, pero no en la ficción). No se trata de afirmar que las personas que usan este tipo de juego realizarán posteriormente las acciones que se representan en él, nada más lejos de la realidad, sino que existe un pensamiento imaginario y latente en este tipo de comportamiento, a través del cual se sigue demostrando la existencia de una mentalidad

en la que el género masculino está por encima del femenino y que este puede ser sometido, ya que la violencia representada por este tipo de acciones también es violencia contra las mujeres.

Si en el caso de los Sims hablamos de absoluta libertad de acción, es necesario tener en cuenta que va en una dirección muy alejada a la que tratamos en GTA: en los Sims, avanzar en el juego viene determinado por las elecciones del usuario, mientras que en GTA se requieren ciertas acciones para subir de nivel. Por supuesto, en el universo de los Sims no hay espacio para situaciones violentas, están censuradas y, por lo tanto, no pueden llevarse a cabo. Esto no ocurre con el GTA, totalmente permisivo en este aspecto, permitiendo cuotas de violencia al servicio del jugador.

Una característica común de ambos videojuegos es que, en mayor o menor medida, las mujeres tienden a lucir deseables y, por supuesto, se ajustan a los cánones de belleza tradicionales (ahorrando la distancia entre las representaciones de unos personajes y otros). Estas representaciones se observan en personajes masculinos y femeninos (especialmente en los Sims, en los cuales, por ejemplo, los personajes masculinos y femeninos pueden tener más o menos peso, dentro de niveles "aceptables"), en la saga GTA las mujeres están más sujetas a estos cánones de belleza, con ciertas excepciones dentro de los personajes masculinos.

En cuanto a la representación de estereotipos sexistas dentro de un juego, la diferencia es clara: si bien GTA incluye estos estereotipos como parte de la trama, es el juego el que los establece y los promueve como una base. Los Sims presentan un universo seguro en el que el jugador establece las reglas de relación, por lo que serán los propios usuarios quienes establezcan o no dichos estereotipos o roles. En este sentido, se puede exponer un problema fundamental: ¿qué es más negativo? ¿un videojuego que muestra abiertamente las discriminaciones, visibles para todos los usuarios, u otro en el que su

ausencia las hace pasar desapercibidas pero en el que es el jugador quien las establece de manera inconsciente?

6. CONCLUSIÓN

6. CONCLUSIÓN

Como cita una autora feminista: "La mujer solo conquista los barcos a punto de hundirse" ... No sabemos si es el poder el que atrae a los hombres o son los hombres quienes atraen el poder, pero de cualquier manera, en estos tiempos de solidaridad tecnológica (por definir así a los nuevos vínculos construidos en las redes sociales), los hombres están por delante de las mujeres y la brecha digital reconocida a nivel nacional e internacional también afecta a nuestra más cercana realidad. Ni siquiera sabemos si hay interés o posibilidades de escapar de estas tecnologías o si solamente se trata de una manera de escapar de la realidad. Lo que sí sabemos es que es algo que existe y que legitima el orden social actual, es un poder, y los hombres son los que manejan esa industria desde su diseño hasta su consumo.

Este estudio hace hincapié, en primer lugar, en que los jóvenes comienzan a jugar a videojuegos antes, a jugar más y de manera diferenciada (en lo que respecta a plataformas y tipos de juegos). En este sentido, las respuestas sobre los videojuegos preferidos (manteniendo una versión de deportes/shooters para ellos y simulación social para ellas), el paradigma de GTA y Los Sims frente a la violencia y el hogar son muy interesantes.

No hay duda de que los intereses son construcciones sociales, y las masculinidades y las feminidades son deudoras de lógicas culturales diferenciadas. Los hombres (capitalistas occidentales), ante la pérdida de sus actividades guerreras clásicas en diferentes modalidades, encuentran en la virtualidad los nuevos escenarios simulados para reproducir esquemas antiguos, como dice Gil, A. y Vall-llovera, M. (2009): "... Una posible explicación de por qué las mujeres están menos interesadas en los videojuegos

sería la diferencia en las preferencias de hombres y mujeres, según la cual los temas presentes en los videojuegos (poder, control y , la competencia, la violencia, etc.) se adaptarían mucho mejor a las preferencias y deseos de los hombres, ya que es una industria de hombres y para hombres.”

Como el capitalismo puede ser acusado de muchas cosas, pero no de estúpido, obviamente no puede dejar a las mujeres fuera de la espiral del consumo, por lo que en la última década el mundo de los videojuegos, en un intento de atraer al público femenino, ha generado un gran abanico de ideas y juegos para este mercado perpetuando el estereotipo femenino.

En los datos de la investigación, al igual que podemos observar en otros de ámbito estatal, las chicas presentan menos prejuicios a la hora de jugar a juegos “para chicos”, es decir, las chicas juegan a videojuegos igualmente estereotipados que a los que no son juegos estereotipados por razón de género. A su vez, los chicos diferencian más los juegos de índole masculina y femenina y juegan menos a los de chicas, lo cual reconoce implícitamente un ambiente de dominación, que está asociado con estos valores tradicionalmente masculinos, y por lo tanto los juegos asociados con valores tradicionalmente femeninos no son atractivos. Son valores socialmente depreciados.

Como afirma Cecilia Castaño (2008, 42): “si los niños se sienten más cómodos con los ordenadores y los videojuegos (y los prefieren a la televisión) esto no es algo natural, sino que se les ha ido inculcando desde pequeños. En cambio a las niñas se les educa en responsabilidad, el cuidado de los demás, una visión más sufrida que tiende a utilizar las herramientas (en este caso el ordenador o Internet) para resolver problemas más que para jugar o para descubrir. Todo esto ocurre en la familia y en la escuela a edades

tempranas. A pesar de las diferencias en la socialización, la escuela o el hogar, las chicas no necesariamente son poco habilidosas con los ordenadores.”

Los valores de género marcan las elecciones de chicos y chicas en todos los aspectos de los videojuegos, creando una doble "realidad": las elecciones de las chicas están marcadas por el sexismo incluso en la elección de sus personajes o avatares.

En nuestra investigación, y con respecto a las respuestas a las preguntas, digamos que la percepción de los chicos y chicas sobre el mundo de los videojuegos es consistente con sus protagonistas, por lo que entienden que los roles de los personajes masculinos y femeninos son diferentes, debido a varias razones: *los hombres son más consumidores (porque compran y juegan más), el rol del videojuego es principalmente masculino (fuerza, lucha, riesgo); los creadores de los videojuegos son hombres; vivimos en una sociedad sexista*, son algunas de las respuestas.

En los procesos de identificación, vemos que los chicos se identifican mucho más con protagonistas masculinos que con protagonistas femeninas. Esto se correlaciona con el tipo de videojuego que más les gusta, y muestra grandes diferencias de género. Las chicas se decantan por aventuras gráficas, musicales, de mesa y sociales, mientras que a los chicos les gustan los RPG, juegos de conducción, shooters, juegos de lucha o juegos de acción y aventuras. Los juegos de estrategia alcanzan porcentajes similares. La opción favorita para los chicos es el fútbol y otros deportes, y la opción favorita para las chicas son los videojuegos musicales.

Pero, sobre todo, lo que perdura aún son las identidades de género perfectamente reconocibles en la vida real y que se reproducen y reafirman en los videojuegos.

La juventud fronteriza y aburrida necesita comprender las condiciones para producir significado en un mundo sin sentido. Deben aprender a manejar y condensar información, aprender cómo construir subjetividad a través de diálogos.

Y dentro de estos diálogos aparece el discurso feminista, con un sentido y, sobre todo, una implicación para los jóvenes. Algo que no es superfluo y que crea pensamiento crítico y ayuda a repensar el orden social. Acostumbrados a la cultura del ciberespacio, a vivir con sus avatares, a postear en el muro de Facebook, a escribir por Whatsapp, el pensamiento colectivo de los jóvenes debería ser más consistente y evitar caer en lo mismo que ofrecen las narrativas de los videojuegos: escapar mentalmente de la realidad que les rodea.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

AEVI (2018). Asociación Española de Videojuegos. Recuperado de Aevi.org.

Bauman, Z. (2007). Miedo Líquido. La sociedad contemporánea y sus temores.

Barcelona: Ed. Paidós.

Castaño, C. (2008). La segunda brecha digital. Madrid: Ed. Cátedra.

Dayoscript (2018). ¿Qué pasa con el feminismo en el videojuego? - Post Script. Madrid.

Recuperado de youtu.be/LZ2XKgFtU1U

Díez, E.J. (2004). La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos. Madrid: CIDE,

Instituto de la Mujer

Gil Juárez, A. y Vall-llovera, M. (2009). Género, TIC y videojuegos. Barcelona: Ed.

UOC

Gil Juárez, A. y Vida Mombiela, T. (2007). Los videojuegos. Barcelona: Ed. UOC

Amores, M. (2015). Mujeres+Videojuegos. Barcelona: Recuperado de

youtu.be/bGOvepwEsEI

The Cocktail Analysis (2018). Observatorio de Redes Sociales. Recuperado de

[Tcanalysis.com](https://tcanalysis.com)

