



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Comunidad, género y videojuegos

Tesis doctoral

Autora: María Rubio Méndez

Directora: Dra. Eulalia Pérez Sedeño

Programa de Doctorado de Lógica y Filosofía de la Ciencia

Departamento de Filosofía, Lógica y Estética

Facultad de Filosofía

Universidad de Salamanca

Año 2017

*A David e Ino-chan, que me han acompañado
desde el comienzo de esta aventura*

ÍNDICE

Índice de figuras.....	6
Índice de gráficos	6
Índice de imágenes	6
Índice de mapas de actantes	7
Índice de tablas	8
Agradecimientos	9
0. Introducción	11
Capítulo 1. Comunidad y videojuegos	23
1. Videojuegos como subcultura	23
1.1. La escuela de Chicago y la escuela de Birmingham	24
1.2. El punto de vista de Ken Gelder y Edward Castronova	30
1.3. Videojuegos, contracultura y movimiento hacker.....	34
2. Ámbitos de juego: lo público y lo privado en los videojuegos	40
1.1. Ámbito no profesional	44
1.2. Ámbito profesional	46
3. Mapa de actantes de la comunidad.....	51
Capítulo 2. ¿Quién juega?	54

1. Ideas previas. La comunidad de videojugadores/as en el imaginario colectivo	55
1.1. <i>Frikis y gamers</i>	61
2. Análisis de datos	63
3. La brecha digital de género en la comunidad de videojuegos	69
Capítulo 3. ¿A qué se juega?	78
1. Características del juego	79
1.1. Johan huizinga: <i>Homo ludens</i>	80
1.2. Roger Caillois: Los juegos y los hombres	84
2. Características del videojuego	93
2.1. Clasificación de los videojuegos.....	96
3. Jugabilidad y diseño de juego: las perspectivas mda y <i>rules of play</i> ...	104
3.1. Marco MDA para el análisis de videojuegos.....	104
3.2. Enfoque de Salen y Zimmerman en <i>Rules of play</i>	109
4. Mecánicas y brecha digital de género	118
4.1. Videojuegos de acción y brecha de género	121
5. Influencia de las mecánicas en las posibilidades de relación en la comunidad	138
5.1. Análisis de caso: <i>World of Warcraft</i>	140
5.2. Roles sociales y mecánicas de juego.....	156

5.3. Relaciones de género y mecánicas de juego	161
Capítulo 4. Universo simbólico	168
1. Reproducción de estereotipos culturales: Videojuegos como metáforas	171
1.1. Análisis de caso: El universo simbólico del Zelda	181
1.2. Estereotipos de género en los personajes femeninos: Análisis retórico.....	193
1.3. Análisis de caso: Los Roles sociales de los personajes femeninos en ciencia y tecnología.....	212
1.4. Los nuevos personajes femeninos y su recepción en la comunidad	218
2. De la reproducción a la producción simbólica.....	233
Capítulo 5. Experimentación.....	238
1. Experimentación y aprendizaje.....	243
1.1. Experimentación y brecha digital de género.....	245
1.2. Experimentación y nueva brecha digital.....	264
2. Experimentación y subjetividad.....	268
2.1. Performatividad de género y videojuegos.....	274
2.1.2. Análisis de caso. La performatividad de género en <i>World of Warcraft</i>	298
2.3. Otras miradas desde los videojuegos	304

Capítulo 6. El <i>locus</i> del juego	315
1. ¿Con qué se juega?	315
2. ¿Cómo se adquiere?	320
3. ¿Dónde se juega?	327
4. ¿Con quién se juega?	331
5. ¿Quién crea opinión pública sobre lo que se juega?	332
6. ¿Dónde se relaciona la comunidad?	338
7. ¿Quién crea lo que se juega?	341
Capítulo 7. Gamergate y el feminismo en los videojuegos	351
1. Topografía digital del <i>Gamergate</i>	354
2. Origen e historia del <i>Gamergate</i>	362
2.1. Ética periodística y el caso de Zoë Quinn	362
2.2. Comienza el acoso hacia las mujeres: Anita Sarkeesian, Brianna Wu y Felicia Day.....	364
2.3. El papel de las redes sociales, 4chan y 8chan en el GamerGate ..	367
2.4. La guerra de Wikipedia	371
3. Situación actual	373
3.1. Mujeres en <i>e-sports</i>	376
8. Conclusiones: feminismo y videojuegos	383
Anexo I: Glosario sobre videojuegos	389

Anexo II: Encuesta videojuegos en línea.....	400
Bibliografía	418
Filmografía	432
Ludografía	433

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: %VARONES Y MUJERES - RANGO DE EDAD	65
GRÁFICO 2: ACCESO Y USO TIC	68
GRÁFICO 3: CÍRCULO DE LA EXCLUSIÓN	320
GRÁFICO 4: ¿DÓNDE SE JUEGA?	327

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: ANUNCIO DE NINTENDO	56
IMAGEN 2: ANUNCIO DE MORTAL KOMBAT	57
IMAGEN 3: EVOLUCIÓN DE LARA CROFT. IMÁGENES EXTRAÍDAS DE LA WEB "TOMB RAIDER SPAIN"	132
IMAGEN 4: EVOLUCIÓN DE LARA CROFT. IMÁGENES EXTRAÍDAS DE LA WEB "TOMB RAIDER SPAIN"	132
IMAGEN 5: CHELL DE PORTAL	134
IMAGEN 6: LA TRIFUERZA	182
IMAGEN 7: GANONDORF	184
IMAGEN 8: LINK.....	188
IMAGEN 9: ZELDA	190
IMAGEN 10: ALTER EGOS DE LA PRINCESA ZELDA.....	192
IMAGEN 11: CARÁTULA DEL VIDEOJUEGO BAYONETTA PARA LA VIDEOCONSOLA WiiU (2014).....	200
IMAGEN 12: UN GRUPO DE ELIN POSANDO PARA UNA CAPTURA DE PANTALLA. TERA (2011).	202

IMAGEN 13: ALOY, PROTAGONISTA DE HORIZON ZERO DAWN	221
IMAGEN 14: ASARI EN MASS EFFECT ANDROMEDA	226
IMAGEN 15: ELLIE	311
IMAGEN 16: RILEY Y ELLIE EN EL DLC LEFT BEHIND DE THE LAST OF US.....	313
IMAGEN 17: MANDO DE LA VIDEOCONSOLA WII.....	316
IMAGEN 18: ATLAS Y P-BODY.....	323
IMAGEN 19: PUBLICIDAD DE UN VIDEOJUEGO DE LA VIDEOCONSOLA NINTENDO WII PRESENTANDO UN MODELO DE FAMILIA TRADICIONAL. AÑO 2008.....	330
IMAGEN 20: PUBLICIDAD DE LA VIDEOCONSOLA NINTENDO SWITCH. AÑO 2017.	330
IMAGEN 21: FAMILIA DISFRAZADA DE LOS PERSONAJES DE SU VIDEOJUEGO FAVORITO DURANTE LA MADRID GAMES WEEK 2014	340

ÍNDICE DE MAPAS DE ACTANTES

MAPA DE ACTANTES 1. PRIMERA PARTE: VIDEOJUEGOS	51
MAPA DE ACTANTES 2: SEGUNDA PARTE: COMUNIDADES DE USUARIOS/AS, LUGARES DE ENCUENTRO Y PRENSA	52
MAPA DE ACTANTES 3: TERCERA PARTE: INDUSTRIA, E-SPORTS, CRÍTICA Y AGENCIAS DE CONTROL	53
MAPA DE ACTANTES 4: EL LOCUS DEL JUEGO	315
MAPA DE ACTANTES 5: OPINIÓN PÚBLICA SOBRE VIDEOJUEGOS	337
MAPA DE ACTANTES 6: EMPRESAS DESARROLLADORAS DE VIDEOJUEGOS MEJOR VALORADAS POR METACRITIC EN 2015.....	345
MAPA DE ACTANTES 7: DIEZ DE LOS DESARROLLADORES DE VIDEOJUEGOS MÁS RECONOCIDOS DE LA HISTORIA.	346

MAPA DE ACTANTES 8: DIEZ DESARROLLADORAS DE VIDEOJUEGOS DE GRAN INFLUENCIA EN LA COMUNIDAD.....	347
MAPA DE ACTANTES 9: TOPOGRAFÍA DIGITAL DEL GAMERGATE	361

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: GAME TRACK DIGEST, QUARTER 2, 2014. P. 2	63
TABLA 2: COMPARATIVA HUIZINGA Y CAILLOIS	85
TABLA 3: CAILLOIS, 1986, P. 79.....	91
TABLA 4: CLASIFICACIÓN VIDEOJUEGOS. DIEGO LEVIS.	99
TABLA 5: CLASIFICACIÓN VIDEOJUEGOS. MICHEL SCHOLAND.	101
TABLA 6: CLASIFICACIÓN VIDEOJUEGOS. JUAN ALBERTO ESTALLO.....	103
TABLA 7: CLASIFICACIÓN VIDEOJUEGOS. JAMES NEWMAN.	103

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecerle a mi directora, Eulalia Pérez Sedeño, su apoyo en la elaboración de esta investigación, pues no sólo me ha ayudado a descubrir nuevas disciplinas y enfoques que eran desconocidos para mí, sino que ha logrado que me motivara a continuar en más ocasiones de las que ella misma seguro recuerda.

En segundo lugar quiero agradecer profundamente todo lo que he aprendido trabajando en las distintas instituciones, asociaciones y centros educativos por los que he pasado los últimos años. Quiero agradecerles a todas mis alumnas y alumnos, chicas y chicos con quienes he tenido la oportunidad de relacionarme y a quienes he podido enseñar algo, el haberme permitido darme cuenta de que la afición a los videojuegos no sólo es una opción de ocio más, sino que existen millones de oportunidades esperando bajo las teclas del mando. Gracias a Gabi, Héctor, Julia, Adri y Lucas por haber crecido un ratito a mi lado y por demostrarme que siempre tenemos mucho por aprender.

También quiero agradecer a mis amigas y amigos, especialmente a mi querido compañero Mikel, a mi amigo Jesús y a todas las cabezas pensantes de Utópi-K, el haberme aguantado todo este tiempo, haber jugado y bromeado conmigo y haberme ayudado a pensar y repensar muchas de las cuestiones que aquí planteo. Muchas gracias a Sky por su bonita portada y el cariño que le ha puesto a sus dibujos. Gracias también a la mente-colmena de Facebook que tantas dudas me ha ayudado a resolver. Muchas

gracias por vuestros ánimos, memes y links, habéis conseguido que sea mucho más feliz a vuestro lado.

No puedo dejar de agradecerle a mi familia que siempre haya estado a mi lado y haya creído en mí pasara lo que pasara. A mis padres Cele e Isidro, que han terminado por intentar incluso jugar a videojuegos conmigo aunque no entendieran nada, me han hecho reír con sus bromas y me han dado toda la ayuda que he necesitado para llegar a ser quien soy. A mi hermana Mercedes y a Alfredo, que me han acogido en su casa siempre que he necesitado huir del estrés de la gran ciudad y me han ofrecido su cariño, su flexo y su wifi para que continuara investigando. A los miembros más jugones de la familia, Ino-chan, Kiba, Lucho, Iris y Hannah, que con sus mimos, sus siestas y sus juegos hacen de este mundo un lugar mucho más habitable.

Por último, quiero dedicar mi agradecimiento más especial a mi compañero David por su cariño constante, su apoyo y su ilusión por mi trabajo, algo que ha hecho que no me rindiera en los momentos más duros de la redacción de esta investigación. Gracias por todo lo que has hecho por mí y por recordarme cada día que merece la pena seguir intentando conseguir mis sueños.

Madrid, mayo de 2017

0. INTRODUCCIÓN

La presente investigación cuenta con un doble origen. Por un lado, es producto de una investigación previa que llevé a cabo en el año 2011 titulada *Videojuegos como laboratorio para la construcción de la identidad de género* que presenté como Trabajo de Fin de Máster de Lógica y Filosofía de la Ciencia. En esta investigación previa, abordaba los videojuegos como un artefacto cultural complejo cuyas características podían resultar interesantes para una reapropiación desde un punto de vista feminista. Aquella investigación, al igual que la presente, se enmarcaba en los estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad (en adelante CTS), más concretamente en los de Ciencia, Tecnología y Género (en adelante CTG). Estos estudios abordan la cuestión de las mujeres en los ámbitos científico-tecnológicos, así como la cuestión de la Ciencia y la Tecnología en el feminismo. Los objetivos que persiguen se encuentran orientados a determinar el papel de las mujeres en la Historia de la Ciencia, los mecanismos de exclusión que han sufrido y por los que se las ha invisibilizado, así como las consecuencias sociopolíticas, metacientíficas y epistemológicas de esta exclusión. Estos objetivos se han materializado en una serie de tareas de investigación que podemos resumir del siguiente modo:

- a) Rescatar del olvido a las mujeres dedicadas a los ámbitos tecno-científicos a lo largo de la historia, las tradiciones olvidadas en las que ellas trabajaban desempeñando un importante papel y sus aportaciones concretas a las distintas disciplinas en las que trabajaban. Como ejemplos podemos destacar la visibilización de

mujeres astrónomas que debemos a Eulalia Pérez Sedeño (2007, 2010) o la recuperación de la biografía y las aportaciones de Rosalind Franklin de Catalina Lara (2006).

- b) La introducción, en los estudios críticos en relación a Ciencia y Tecnología, de la variable género para analizar los sesgos androcéntricos presentes en estas disciplinas desde la Filosofía o la Sociología de la Ciencia, la Historia de la Ciencia o la Retórica de la Ciencia. Sandra Harding fue una de las pioneras en estos estudios del feminismo en la Ciencia y de las consecuencias que para la propia Ciencia había tenido la exclusión de las mujeres, elaborando las coordenadas en las que las diferentes epistemologías feministas se moverían: el empirismo feminista (que podemos encontrar en filósofas de la Ciencia como Helen Longino), el feminismo del punto de vista (al que pertenecería la propia Sandra Harding) y el posmodernismo feminista (fundamentalmente Donna Haraway). Estas tres líneas tienen en común el planteamiento de la necesidad de difuminar las fronteras entre Ciencia y valores, así como de la redefinición del sujeto de conocimiento y de la noción de objetividad científica o de aunar las relaciones entre Epistemología, Ciencia y Política. Para un desarrollo más elaborado de esta cuestión podemos remitirnos a Harding (1996) o a Adán (2006).
- c) Finalmente, la investigación sobre la pregunta *¿por qué tan pocas?* O por la escasa presencia de mujeres en los ámbitos científico-tecnológicos y la necesidad de incluirlas.

En el contexto de estos estudios CTG, la presente investigación se sitúa en la línea de estudios de las relaciones entre género y tecnología, abordando concretamente las relaciones entre género y videojuegos. Esta línea de investigación se engloba, además, en el ámbito de los denominados *Game Studies* nombre anglosajón para referirse a los estudios sobre videojuegos desde un punto de vista académico¹, que constituyen un amplio campo de estudio interdisciplinar donde confluyen múltiples puntos de vista – la Estética, la Política, la Pedagogía, la Sociología, la Antropología, la Filosofía, el Arte, la Literatura, etc. – los cuales toman los videojuegos como objeto de estudio desde las Ciencias Sociales y las Humanidades, pero también desde la Informática y otras disciplinas del área de Tecnología.

El nacimiento de los *Game Studies* suele establecerse en torno al año 2001, año en el que se realiza en Copenhague el primer congreso internacional centrado en los videojuegos, a la vez que comienzan a aparecer programas de estudios en distintas universidades sobre esta materia. Ese mismo año también se publicó por primera vez la revista online *Game Studies* con la intención de proveer a este ámbito de una fuente estable de artículos e investigaciones de calidad revisados por un comité académico especializado.

Las metodologías empleadas en este campo de conocimiento son también múltiples y dependerán del campo al que pertenezca la investigación que se lleve a cabo, ya que en él conviven investigaciones de tipo cuantitativo y

¹ El nombre en inglés se mantiene a nivel general para los estudios en castellano sobre la materia, por lo que optamos por mantenerlo sin traducir a lo largo de la investigación.

cualitativo, además de análisis más propios de la Filosofía o la Teoría literaria. En los enfoques de las Ciencias Sociales o las áreas tecnológicas o económicas es habitual encontrar encuestas, estudios etnográficos o experimentos controlados en laboratorio, por ejemplo.

El campo de estudio referente a videojuegos y género es relativamente joven, por lo que no existen corrientes bien definidas al respecto. Podemos destacar, sin embargo, tres líneas complementarias que se están siguiendo en las diferentes investigaciones:

- a) **Investigación sobre videojuegos, género y educación.** Es una de las líneas que se encuentran en pleno desarrollo en la actualidad. Podemos destacar algunas de las investigaciones más relevantes en este campo, como la llevada a cabo por la Universidad de Málaga (Aguilera et al., 2004) donde se exploran las posibilidades de los videojuegos en educación y se contempla explícitamente la perspectiva de género o la de Etxeberría (Etxeberría Balerdi, 1997) que se sitúa en la misma línea que la anterior.

- b) **Investigación de las diferencias existentes entre hombres y mujeres y su relación con los videojuegos y cómo ésta puede influir directamente en el aprendizaje de los roles de género y en la producción de la subjetividad de los individuos.** Esta es la línea de investigación que más literatura ha cosechado hasta el momento, existiendo una gran diversidad de estudios al respecto. Las investigaciones españolas que nos han servido de referencia en este

campo son la elaborada en colaboración con el Instituto de la Mujer, que ha sido desarrollada por el equipo coordinado por Díez Gutiérrez (Díez Gutiérrez et al., 2004), y la desarrollada por un grupo de investigación de la Universidad Europea de Madrid coordinado por Pérez Martín (Pérez Martín et al., 2006), que analiza las preferencias y los hábitos de las mujeres respecto a los videojuegos. A nivel internacional, las investigaciones desde la psicología de Sherry Turkle (1997) han aportado grandes avances para la comprensión del fenómeno de los videojuegos y la producción de la subjetividad. En esta línea, el trabajo de Greenfield y Cocking (1996) también resulta relevante para clarificar diversas cuestiones, como las relaciones interactivas con los videojuegos. Por otro lado, encontramos investigaciones muy significativas que analizan específicamente el comportamiento, los roles y la producción de la subjetividad en los videojuegos atendiendo a la especificidad de las mujeres, como las de Bryce y Rutter (2002) o las de Royse, Lee, Undrahbuyan, Hopson y Consalvo, tanto en su investigación de 2007 *Women and games: technologies of the gendered self* como en las realizadas posteriormente por cada uno de los autores y autoras, entre las que cabe destacar una reciente investigación en la que ha participado Consalvo junto a Rosa Mikeal Martey, Jennifer Stromer-Gallery, Jaime Banks y Jingsi Wu (2014) en la que analizan estrategias y comportamientos de las mujeres en los videojuegos online.

c) **Brecha digital de género.** Dentro de la línea anterior, encontramos

estudios españoles donde pueden destacarse los elaborados por Cecilia Castaño (Castaño, 2007, 2008) que están especialmente dirigidos a las relaciones entre género y brecha digital, donde analiza la segunda brecha digital y la brecha digital de género. A nivel internacional, el estudio realizado por Hilbert (2011), que analiza 12 países latino americanos y 13 africanos, ha cosechado un gran impacto, al igual que el reciente *Report on Gender and ICT in Central and Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States* realizado por ITU Working Group on Gender Issues (WGGI) en colaboración con The Central and Eastern Europe Office and Regional Bureau for Europe and the Commonwealth of Independent States, publicado en 2014. Esta línea de investigación está experimentando un auge actualmente, por lo que podemos constatar un creciente interés que contribuye a visibilizar esta problemática. Las contribuciones de otras autoras, como Sophia Huyer and Tatjana Sikoska también merecen ser destacadas.

Dentro de este marco de estudios, en aquella primera investigación llevé a cabo el estudio de las posibilidades de los videojuegos como un laboratorio para la construcción y la experimentación con la identidad de género a partir de un análisis retórico del discurso, así como de la imagen y el rol de las mujeres en 20 videojuegos y 50 de los personajes presentes en ellos. Pude constatar hasta qué punto los videojuegos constituyen un medio cargado de sesgos androcéntricos que promueve una serie de valores

sexistas, clasistas, homófobos y racistas. Este sesgo androcéntrico se manifiesta en diferentes aspectos de los videojuegos:

- En la escasa representación que tienen las mujeres dentro de la industria como trabajadoras.
- Los estereotipos sexistas presentes en las diferentes representaciones de la imagen física de las mujeres así como de su personalidad o los roles asociados a los personajes femeninos.
- Las dificultades de la industria en sus intentos de captar la atención específicamente del público femenino sin caer en estereotipos ni discriminación (videoconsolas rosas, videojuegos para niñas donde las mujeres cumplen el papel de madre, esposa, cuidadora, peluquera, etc.).

Las consecuencias del androcentrismo presente en la industria del videojuego merecen una especial atención desde el feminismo, especialmente desde aquellos sectores que pugnan por una mayor inclusión de las mujeres en las áreas de Ciencia y Tecnología, ya que reproduce el círculo de exclusión que sufren las mujeres en estos ámbitos.

A pesar de que tanto el universo simbólico de los videojuegos como los valores que imperan en los mismos cuentan con un anclaje político y cultural sexista, pude comprobar a través del estudio de diversas prácticas de juego, así como de investigaciones precedentes, que era posible una reapropiación de los videojuegos como una herramienta eficaz para una construcción de la subjetividad libre de cargas sexistas androcéntricas, así como de categorizaciones esencialistas, que le permitiera convertirse en un

enclave de agencia y resistencia política. Esta fue una de las conclusiones principales de mi trabajo, así como mi hipótesis de partida para continuar investigando. Partiendo de esta hipótesis, indagar los límites de estas prácticas de juego, sus formas concretas de materializarse, así como sus relaciones y su influencia en los procesos de subjetivación y de relación social dentro de la comunidad de videojuegos, constituirá uno de los objetivos principales de la investigación.

El segundo punto de origen de la presente investigación, y que ha determinado un cambio de perspectiva y metodológico fundamental en relación a mis investigaciones previas, ha sido la situación de la comunidad de videojuegos desde el año 2014. En el verano de 2014, las repercusiones mediáticas del androcentrismo imperante en la industria del videojuego alcanzaron su punto álgido. Anita Sarkeesian (investigadora y divulgadora sobre videojuegos y feminismo) ha realizado una gran labor en la visibilización del problema y ha recibido el premio *Ambassador Award* de los *Game Developers Choice Awards*, reconociendo su gran aportación a la mejora de la industria del videojuego. Paralelamente, hemos asistido al nacimiento de un movimiento misógino online que se ha conocido como *GamerGate* y que ha revertido en una visibilización aún mayor de la problemática. Un gran número de mujeres han sido acosadas públicamente por denunciar la situación de misoginia en este ámbito y las diversas respuestas de la comunidad de videojugadores/as y de la propia industria han sido muy relevantes y merece la pena analizarlas con cuidado.

Los videojuegos, al igual que otras Tecnologías de la Información y la Comunicación y del Entretenimiento, se encuentran en un estado de pleno auge y evolución, por lo que muchas de las cuestiones que se planteaban como novedosas hace apenas cinco años, en la actualidad han pasado a considerarse obsoletas. Así, la investigación que planteaba en un principio ha ido sufriendo modificaciones para dar cuenta de esta nueva realidad y el tema principal que me movía a la hora de indagar en torno a los videojuegos, a saber, la cuestión de la subjetividad, ha terminado por enfocarse en la propia comunidad y las relaciones de los sujetos en la misma. Concretamente, la perspectiva que ha guiado la investigación es la de la situación de las mujeres dentro de la comunidad tanto como consumidoras y creadoras de videojuegos, como figuras representadas dentro del propio universo simbólico de estos juegos.

Establecer un estudio serio y pormenorizado de la comunidad de videojuegos es una tarea que ha requerido adoptar una perspectiva metodológica que se adaptara a las características de esta comunidad y las relaciones que se dan en ella. Por ello, para el estudio de la comunidad, además de las metodologías propias de los ámbitos de CTS, CTG y *Game Studies*, he optado por incluir parte de los principios metodológicos de la teoría del actor-red (en adelante ANT por sus siglas en inglés) incorporando una perspectiva feminista, por lo que la presente investigación cuenta con un análisis de la comunidad de videojuegos tomando en cuenta los diversos actantes de la misma, explorando tanto los sujetos y las distintas

tecnologías, como las relaciones que establecen entre sí y las distintas prácticas de juego que se llevan a cabo.

He tomado la comunidad de videojuegos como una compleja telaraña repleta de nodos de relación donde los actantes implicados, humanos y no humanos, se conectan entre sí en relaciones de poder constitutivas que tratamos de explicar en detalle y con detenimiento en los siguientes capítulos.

La estructura de los capítulos por la que he optado responde precisamente a este mapeo de la comunidad de videojuegos, tomando la respuesta a cada una de las preguntas que se plantean como títulos de los capítulos como la apertura de una caja negra dedicada a un actante individual o colectivo de relevancia en el seno de la comunidad.

El primer capítulo de la investigación está dedicado a plantear en mayor profundidad la comunidad de videojuegos y en qué sentido puede considerarse una subcultura, para poder extraer de su análisis las preguntas más relevantes a responder si es que queremos comprender esta comunidad.

En el **capítulo número dos** abordo la cuestión de los actantes humanos de esta comunidad, tratando de responder a la pregunta *¿Quién juega?* para elaborar un perfil sobre este actante colectivo constituido por el conjunto de personas que juegan a videojuegos.

En el **capítulo número tres** abro la caja negra dedicada a la pregunta *¿A qué se juega?* que tal vez sea la más compleja de responder dada la propia

naturaleza del artefacto que estamos estudiando: los videojuegos. Del análisis de este artefacto han surgido los siguientes tres capítulos.

El capítulo cuatro, dedicado al universo simbólico, indagará sobre el modo en que los videojuegos reproducen el universo simbólico de nuestra cultura, cuestión que trataremos desde una perspectiva de género. Asimismo, veremos cómo los videojuegos no sólo reproducen, sino que también generan sus propios universos simbólicos y cómo esto está afectando a la propia comunidad.

El capítulo cinco está orientado a abrir uno de los actantes más complejos que se han planteado en la investigación, a saber, el componente de experimentación de los propios videojuegos. Para abordarlo ha sido necesario dividirlo en dos cuestiones diferentes y complementarias: la experimentación y el aprendizaje, por un lado, y la experimentación y la subjetividad, por otro lado.

En el **capítulo seis** se aglutinan bajo el rótulo “El *locus* del juego” varias cuestiones relacionadas con cajas negras de actantes que han ido surgiendo a lo largo de los anteriores capítulos, indagando en siete preguntas clave relacionadas con los videojuegos y que terminan por determinar las coordenadas de la propia comunidad, facilitando la comprensión del capítulo final. Estas preguntas son: *¿Con qué se juega? ¿Cómo se adquiere? ¿Dónde se juega? ¿Con quién se juega? ¿Quién crea opinión pública sobre lo que se juega? ¿Dónde se relaciona la comunidad? ¿Quién crea lo que se juega?*

Finalmente, el **capítulo número siete** constituye una mirada a la problemática actual del sexismo en la comunidad de videojuegos una vez establecidas las relaciones entre los diversos actantes. Para guiar este capítulo utilizaré el movimiento de acoso a las mujeres en videojuegos que se ha denominado *GamerGate* para ver su evolución, las figuras relevantes en el mismo y sus consecuencias, para terminar planteando la cuestión de la importancia del feminismo en videojuegos y la necesidad de un mayor número de investigaciones feministas en torno a la materia que contribuyan a cambiar este presente de desigualdad y discriminación.

Con esta investigación pretendo dar respuesta a la situación actual de la comunidad de videojuegos, a la vez que abro una puerta para investigaciones futuras sobre la materia, sentando unas bases estructurales en torno a la propia constitución de la comunidad que permitan continuar indagando y reflexionando sobre ella, ampliando lo que aquí expongo a partir del planteamiento de nuevos actantes y relaciones, así como revisiones a los ya expuestos en estas páginas. Por ello, planteo la presente investigación como una expedición exploratoria a un lugar conocido que, a la luz de una nueva mirada, se revela nuevo y diferente, dejando entrever rincones y habitantes que nos eran totalmente ajenos a pesar de haberlos tenido siempre delante.

1. VIDEOJUEGOS COMO SUBCULTURA

Poner en juego la noción de comunidad en relación a los videojuegos no resulta una tarea sencilla dada la propia naturaleza del medio, la cual dificulta enormemente la labor de localizar y acotar el conjunto de individuos que formaría parte de la misma. En primer lugar, los videojuegos son objetos culturales que, si bien cuentan con un soporte físico, son eminentemente virtuales: todo videojuego aparece en formato de software, lo que hace que su consumo no requiera en la mayor parte de los casos de un aparato físico concreto, sino que el mismo videojuego puede consumirse en diferentes tipos de dispositivos e incluso en diferentes lugares de forma simultánea a través de máquinas virtuales.

La virtualidad del videojuego lleva aparejada la virtualidad de la propia comunidad que se ha generado alrededor del mismo, así como de sus espacios de encuentro, intercambio de conocimiento e identificación social. Si bien es cierto que existen espacios de encuentro no virtuales, los principales entornos donde se relaciona esta comunidad se dan en línea: foros y webs especializados, perfiles de redes sociales, plataformas de juegos online y, por supuesto, los propios videojuegos.

El componente de virtualidad, por su parte, se encuentra íntimamente relacionado con la heterogeneidad de los individuos que pertenecen a esta comunidad. A pesar de que la imagen externa que se tiene de la misma viene ligada a varones blancos jóvenes de clase media, lo cierto es que esta

comunidad abarca una gran variabilidad de individuos que se relacionan entre sí con características muy diversas en cuanto a su origen geográfico, clase social, etnia, sexo, religión, orientación sexual, tendencia política, etc. Es el componente virtual de los videojuegos el que permite e incentiva esta diversidad, pudiendo encontrarse jugando juntas, debatiendo o intercambiando materiales, personas de distintos continentes, edades y procedencias sociales y pudiendo darse el caso, muy habitual, de que ninguna de ellas llegue a conocer de las otras más que un *nick* en la pantalla y los datos que quieran proporcionarle. Esas personas, a pesar de las múltiples diferencias en cuanto a la segmentación social, comparten no sólo una afición común, sino que les une una cultura particular: podemos decir de ellas que comparten una subcultura.

1.1. LA ESCUELA DE CHICAGO Y LA ESCUELA DE BIRMINGHAM

Para comprender en qué medida la comunidad en torno a los videojuegos puede entenderse como una subcultura, nos remitiremos a la propia noción de subcultura y su evolución a lo largo del último siglo siguiendo la obra de Ken Gerder y Sarah Thornton, *The Subcultures Reader* (1997), donde ambos autores recopilan y comentan las principales aportaciones a esta noción desde los años 40 a finales del siglo XX.

En 1947 Milton M. Gordon (Gerder, K. y Thornton, S., 1997) definía las subculturas como una subdivisión de la cultura nacional a partir de distintas combinaciones de situaciones sociales como estatus de clase, etnia, residencia, religión, sexo, etc. De hecho, la escuela sociológica de Chicago

estaba bastante de acuerdo en aquella época con esta visión de las subculturas. Sin embargo, en las últimas décadas hemos asistido a un significativo cambio en las formas de relación social mediado por la evolución tecnológica y la aparición de Internet que deja obsoleta esta definición de subcultura, la cual no podría dar cuenta de ninguno de los movimientos sociales o subculturas de Internet propias de nuestra época, entre las que se encuentran por supuesto los videojuegos.

Más adelante, en los años 70 del siglo XX, la escuela sociológica de Birmingham introdujo nuevas nociones en los estudios culturales, preocupándose por cuestiones más ideológicas que de costumbres y hábitos a la hora de definir las subculturas. Uno de los autores más relevantes de esta escuela, Dick Hebdige, publicó en 1979 un artículo titulado *Subculture. The meaning of style* (Gelder, K. y Thornton, S., 1997) donde ponía en relación el término subcultura con el de ideología y sociedades dominantes y dominadas. En el seno de las sociedades dominantes, aquellas que toman como natural la cultura hegemónica que surge de una ideología naturalizada, aparecen las subculturas como una forma de respuesta y resistencia a las sociedades dominantes y su ideología, desafiando precisamente su hegemonía ideológica y desnaturalizándola. A partir del análisis de la subcultura punk, explica cómo estas subculturas operan un bloqueo temporal en el sistema de representación de las culturas dominantes, generando un desorden semántico y alterando el orden simbólico de las mismas. Sin embargo, inmediatamente son reabsorbidas simbólicamente y materialmente por la ideología hegemónica, anulando su

potencial revolucionario. Desde la cultura dominante la diferencia con la cultura dominada sencillamente es negada, reduciéndola a espectáculo y cosificándola (convirtiéndola en puro objeto) en un ciclo de oposición-desactivación y resistencia-incorporación en el que el mercado y los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental. Hebdige centra su análisis en este artículo concretamente en el significado y las funciones del estilo dentro de una subcultura. El estilo, además de constituir aquello que hace que una determinada subcultura sea comprensible para sus miembros, funciona como medio de comunicación intencional y práctica significativa, además de poder comprenderse, en terminología del antropólogo Levi-Strauss que el propio Hebdige utiliza, como *bricolaje* y *homología*, es decir, como encaje simbólico que hace consistentes los valores y estilos de vida de un grupo, su experiencia subjetiva y las formas musicales que utilizan para expresar o reforzar sus principales preocupaciones y temas de interés. El estilo puede entenderse como el orden interno de la subcultura que estructura y dota de sentido al mundo.

Resumiendo el planteamiento de Hebdige, no debemos entender el estilo como algo únicamente visual, sino que para comprenderlo en profundidad debemos situarlo como aquello que hace reconocible la subcultura para sus miembros, los diferencia del resto de subculturas y de la cultura dominante y ordena y dota de sentido al mundo. A través del estilo, las subculturas toman como suyos, se reapropian, los objetos y procesos de la cultura dominante adjudicándoles nuevos significados.

Por el momento, podemos comprobar que las herramientas teóricas con las que contamos hasta finales de los años 80 en el ámbito de los estudios culturales referidos a las subculturas, tanto en la escuela de Chicago como en la de Birmingham, no resultan satisfactorios ni completos para comprender y delimitar las características de la comunidad generada alrededor de los videojuegos como subcultura. En primer lugar porque los videojuegos, como señalábamos, dada su propia estructura y formato no requieren de un espacio físico de encuentro, ni puede clasificarse a las personas que juegan en una intersección de distintos rasgos sociológicos comunes. En segundo lugar, tampoco nos resulta satisfactoria la caracterización de Hebdige debido a varios factores:

- a) *Define las subculturas en oposición a la cultura dominante y la ideología hegemónica.* Los videojuegos, a pesar de que nacieron como producto de ocio sin fines comerciales, muy rápidamente fueron absorbidos por el mercado y la cultura dominante, incluso antes de que pudiera hablarse de subcultura o de comunidad en relación a ellos. El ciclo de oposición-incorporación del que habla Hebdige en el contexto de los videojuegos es muy corto. En un primer momento, cuando comenzó su comercialización, fueron demonizados rápidamente como un medio de ocio infantil perjudicial para los propios niños y niñas. En los medios de comunicación podemos encontrar múltiples artículos de opinión sobre lo pernicioso de los videojuegos y su incitación a la violencia en la infancia, por ejemplo, así como artículos que advierten de las

peligrosas adicciones que podemos desarrollar hacia el consumo de esta tecnología². Paralelamente, podemos encontrar una tendencia a la incorporación de los videojuegos a la cultura dominante, mucho más exitosa que la tendencia demonizadora, que comenzó a principios de los años 2000 con la creación de medios de difusión académicos (la revista *Game Studies*, una revista académica sobre estudios en torno a los videojuegos, fue publicada por primera vez en 2001, dos años antes de la creación de la *Digital Games Research Association*) y que ha continuado contribuyendo a expandir el ámbito de aplicación de las tecnologías propias de los videojuegos a ámbitos que previamente se creían en oposición a los mismos: la escuela, el hospital y la empresa, instituciones en las que cada vez se aplican más los videojuegos y que han contribuido a desarrollar la propia industria de los videojuegos en nuevas líneas no previstas en sus comienzos, como la *gamificación* o ludificación³ del ámbito laboral y escolar o la creación de *Serious games* aplicados a la medicina y la educación. Por su parte, el mercado ha actuado como un agente normalizador incorporando la industria de los videojuegos

² Algo muy similar a lo que está sucediendo actualmente con el uso de dispositivos móviles, redes sociales e Internet. Estos artículos, especialmente los publicados a finales de los 90 y principios de los 2000 en revistas para padres, corresponden en muchos casos a una tendencia tecnófoba más general que resulta todavía más alarmista en relación a los videojuegos al considerarlos dirigidos a la infancia.

³ La gamificación o ludificación puede entenderse como el proceso de introducir las estructuras y la lógica propias de los juegos en contextos ajenos al juego con el fin de motivar a las personas participantes de estos contextos. Deterding, Sebastian, *et al.* (2012). Marín, Imma (2013).

como la industria de entretenimiento con más beneficios en la actualidad en todo el mundo según los informes de Newzoo⁴.

- b) *Considera las subculturas de forma localizada y marcadas por tendencias ideológicas comunes.* En el caso de las personas que juegan a videojuegos y que pueden considerarse parte de esta comunidad, las tendencias ideológicas son de lo más dispares siendo mayoritaria la tendencia a la ideología hegemónica de la cultura dominante dado que esta comunidad no está constituida con ninguna intencionalidad ideológica concreta. El propio contenido de los videojuegos tiende a reproducir el substrato cultural e ideológico de la cultura dominante, ayudando de este modo a perpetuarlo y naturalizarlo. No obstante, en su seno podemos encontrar una importante resignificación de la cultura dominante y el establecimiento de códigos propios, reapropiación de objetos culturales para sus propios fines y espacios y movimientos donde la contracultura y la oposición a la cultura dominante adquieren un carácter central. Estos movimientos contraculturales e independientes en el mundo de los videojuegos suelen estar ligados al movimiento hacker y a la cultura libre y sí que podrían ser

⁴ Podemos encontrar toda la información sobre el crecimiento anual de esta industria en la página de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-el-mundo/>

estudiados al abrigo conceptual de los estudios de Hebdige y los sociólogos de Birmingham.

- c) *Centra su análisis en lo que denomina subculturas espectaculares.* En estas subculturas los individuos pertenecientes a las mismas son reconocibles a simple vista ya que cuentan con estilos estéticos muy marcados y definidos. Esta característica no puede aplicarse a la comunidad de personas que juegan a videojuegos ya que, como decíamos, esta comunidad no está definida por un estilo estético común, sino más bien por una afición común a una tecnología determinada que está marcada por un carácter eminentemente virtual y deslocalizado.

1.2. EL PUNTO DE VISTA DE KEN GELDER Y EDWARD CASTRONOVA

Gelder (2007) amplía la definición de subcultura eliminando la restricción de oposición a la cultura dominante. Mientras los teóricos de la escuela de Birmingham, mediados por un análisis marxista, pusieron especial énfasis en la cuestión ideológica como definitoria de las subculturas, Gelder, al igual que otros autores posteriores a dicha escuela, se encontrará en la necesidad de consolidar un nuevo término para acotar aquellas subculturas en oposición y diferenciarlas de las subculturas que son abarcadas por la cultura dominante. El término que se utilizará será el de contracultura

(*counterculture*), que se toma de los estudios sociológicos del movimiento hippie de los años 60 (Arce, 2008).

Gelder (2007) establece una definición de subcultura de forma precisa basándola en seis puntos clave:

- Su relación negativa con el trabajo (como improductivas, ociosas, parasitarias, hedonistas, criminales, etc.).
- Su relación negativa o ambivalente con la clase social.
- Su asociación con el territorio (la calle, los callejones, el bar, etc.) más que con la propiedad.
- Su transición desde formas de pertenencia domésticas a otras fuera del hogar.
- Su vínculo con el exceso y la exageración (por oposición a la moderación y la autocontención).
- Su rechazo a las banalidades de la vida cotidiana y, en particular, a la masificación.

En la misma obra dedica un capítulo a la indagación acerca de las comunidades online y cómo encajan dentro de esta definición de subcultura, analizando entre otras la comunidad de videojugadores/as. Para su análisis de esta comunidad sigue otro texto de Edward Castronova, *Synthetic Worlds: the Business and Culture of Online Games* (2005) obra en la que el autor sitúa los videojuegos simultáneamente en el ámbito de la cultura dominante y de la subcultura. Ambos autores concuerdan en que los

videojuegos, especialmente los MMORPGs⁵, permiten a quienes los usan construir redes sociales sólidas, precisamente porque pueden vivir y compartir “rituales esotéricos” y desarrollar su propio argot y acrónimos. Es cierto que el gran número de personas que juegan a videojuegos (millones de personas en todo el mundo, sólo en España juega a videojuegos cerca de la mitad de la población) dificulta el situarlos dentro de una subcultura, sin embargo, la propia naturaleza del juego y el acto de jugar pueden entenderse como estructurantes de su propia subcultura, una subcultura, entendemos, en constante diálogo y relación con la cultura dominante, pero que cumpliría con los criterios para ser considerada una subcultura en sí misma si atendemos a la definición que de este concepto ofrece Gelder:

- Castronova defiende que “todo acto de juego es una rebelión”, precisamente aludiendo al carácter improductivo y ocioso del consumo de videojuegos, así como de la inmersión en otro mundo (un mundo sintético, en su terminología) en oposición al mundo “real”.
- El potencial homogeneizador de la virtualidad hace imperceptible la clase social.
- La asociación con el territorio de la cultura de los videojuegos no está referida a un espacio físico, sino a ciertos espacios virtuales,

⁵ MMORPG o *Massive Multiplayer Online Rol Playing Game* (Juego de Rol Multijugador Masivo en Línea). Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

tanto dentro del videojuego en línea como fuera del mismo (foros, webs, redes sociales, etc.).

- Si los videojuegos han sido señalados por incentivar un supuesto componente antisocial de aislamiento (tanto Castronova como Gelder se hacen eco de esta estigmatización del juego) es precisamente porque, aunque donde se juega físicamente es en el espacio doméstico (las habitaciones escasamente iluminadas por la pantalla, las salas de estar silenciosas donde sólo se oyen los sonidos del juego), no se juega principalmente con quienes habitan el espacio doméstico, sino que se desplaza la pertenencia a otro ámbito, un ámbito intangible que se habita a través de la inmersión.
- El vínculo con el exceso y la exageración de los videojuegos tal vez sea de las características más conocidas y criticadas de los mismos. Las personas que juegan pueden llegar a invertir 20 o 30 horas semanales en mundos virtuales, lo que hace pensar, tal y como señala Castronova, que “algo bizarro” y “extraño” debe estar ocurriendo en ellos.
- El rechazo a las banalidades de la vida cotidiana en el seno de esta comunidad podemos encontrarlo en el foco de sus intereses, más cercanos a los mundos de fantasía y a la diversión que a los quehaceres ordinarios.

1.3. VIDEOJUEGOS, CONTRACULTURA Y MOVIMIENTO HACKER

Una vez establecido que la comunidad en torno a los videojuegos puede considerarse una subcultura, cabe preguntarse en qué medida podría considerarse también una contracultura. Podemos entender los movimientos contraculturales como grupos que desafían frontalmente el orden simbólico de la cultura dominante, rechazándolo y creando sus propias señas de identidad a partir de la generación de un nuevo orden simbólico, el cual está constituido por determinadas actitudes comunes, conductas, lenguaje e ideas alternativas al sistema ideológico hegemónico.

Como señalábamos anteriormente, el ciclo de oposición-incorporación de los videojuegos a la cultura dominante fue muy corto debido principalmente a la intervención del mercado, que rápidamente sacó provecho de esta tecnología expandiendo su comercialización a todos los sectores de la población. Además, los videojuegos reproducen y perpetúan el orden simbólico de la cultura dominante, sirviendo muchas veces de apoyo y canal de difusión de la ideología hegemónica. Sin embargo, existen espacios de resistencia dentro de la subcultura del videojuego que se oponen tanto a la cultura dominante como a su ideología dentro de esta misma subcultura, como son las desarrolladoras independientes que dan voz y cabida a movimientos contraculturales dentro de esta comunidad.

Un caso paradigmático de este tipo de desarrolladoras es Molleindustria. En su web, Molleindustria se define de la siguiente manera:

Mol·lein·dus·tria / mòl-le indùstria /mòl-le in' dustrja/ :

1. Industria suave.
2. Fábrica suave.
3. Un proyecto de reapropiación de videojuegos.
4. Una llamada a la radicalización de la cultura popular.
5. Un desarrollador de juegos independiente.

Desde 2003 producimos remedios homeopáticos contra la idiotez de la industria del entretenimiento hegemónica en forma de videojuegos en línea, gratuitos y de formato corto. Nuestros productos van desde simulaciones satíricas de negocios (McDonald's Video game, Oiligarchy) a reflexiones sobre el trabajo y la alienación (Every day the same dream, Tuboflex, Unmanned), desde teorías jugables (the Free Culture Game, Leaky World) a pseudojuegos políticamente incorrectos (Orgasm Simulator, Operation: Pedopriest).⁶

Esta definición, además de una declaración de intenciones, es una provocación a la ideología hegemónica y un posicionamiento claramente en contra de la cultura dominante. Los videojuegos que se referencian en el texto cuentan con una evidente intencionalidad política y están cargados de ideología desafiante tanto al capitalismo, como a la religión o a la identidad

⁶ Texto extraído de www.molleindustria.org Traducción propia. [Consulta: 05-17].

de género. Estos juegos utilizan el orden simbólico del ámbito de los videojuegos y lo cargan de nuevos significados, reapropiándose.

Paolo Pedercini, fundador de Molleindustria, además de desarrollar videojuegos participa activamente en la consolidación de una perspectiva contracultural en este ámbito, tanto desde la academia (escribiendo artículos, asistiendo a congresos como ponente, etc.) como desde el activismo (desarrollando “juegos radicales”, como él los denomina, tanto para el proyecto Molleindustria como en *game jams*⁷ de todo el mundo y, más recientemente, en la plataforma creada en febrero de 2017 Casual Games for Protesters⁸).

Si bien Molleindustria es un caso paradigmático, no es el único ejemplo de videojuegos conectados a movimientos contraculturales. Existen congresos internacionales dedicados exclusivamente al estudio de los videojuegos desde una perspectiva crítica, más allá de la industria predominante, como puede ser el congreso *Critical Game Studies*, la plataforma *Critical Gaming Project* de la Universidad de Washington o el festival y plataforma de juegos en línea *Games for Change*.

En la intersección de la comunidad de videojuegos con los movimientos contraculturales, podemos encontrar numerosos puntos de afinidad con la subcultura hacker. En el artículo *Habitando el filo del espejo: tecnología y*

⁷ *Game jam*: breve encuentro de desarrolladores destinado a la creación de un juego. Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

⁸ Plataforma de juegos que ha desarrollado junto a Harry J. Gilles, poeta y activista. La plataforma puede visitarse en <http://www.protestgames.org/> [Consultado el 5/03/17].

subjetividad (Rubio, 2013) exploré las relaciones que la figura del hacker tiene con los videojuegos, analizando pormenorizadamente cómo se ha construido dicha figura a través de las distintas narrativas generadas en torno a ella.

Esta figura tiene una importante carga simbólica en la fantasía de ciencia ficción que puebla las calles de la gran *Telépolis* (Echeverría, 1994). Está constituida en gran medida como un personaje de ciencia ficción épica que relata las luchas entre «los buenos y los malos»: el hacker, un hombre joven, generalmente blanco, se erige en nuestro imaginario colectivo como un Robin Hood moderno que trata de descifrar los secretos encriptados en las bases de datos de los poderosos para repartirlos o liberarlos para el pueblo. Julian Assange, el fundador de Wikileaks, o el movimiento *Anonymous* son claros representantes contemporáneos de este mito del hacker. (Rubio, 2013, p. 56).

Paralelamente a la figura del hacker como un “Robin Hood moderno” podemos encontrar la del hacker villano, de la que todo el colectivo hacker trata de desligarse y para la cual han creado una terminología propia: *cracker*. Existen varios motivos por los que el hacker busca diferenciarse del cracker y en uno de los libros de referencia de este movimiento, a saber, *How to become a hacker* (Raymond, 2001), el autor nos muestra qué significa la *actitud hacker*, ligándola a la figura del artista apasionado que trabaja en comunidad, aspira a la excelencia y actúa con base a un código

ético. Esta misma actitud Raymond⁹ la ha comentado en otros muchos de sus textos en torno a la cultura hacker.

Para aplicar de forma correcta la filosofía Unix, se debe aspirar a la excelencia. Es preciso creer que la programación es una artesanía merecedora de toda la inteligencia y pasión de que uno sea capaz. El diseño de programas y su implementación deben ser ante todo un arte del que se disfruta y una suerte de juego de alto nivel. (Raymond, 2000 en Himanen, 2002, p.15)

Lo que precisamente liga esta figura al movimiento contracultural en los videojuegos es su compromiso con la posibilidad de agencia y reapropiación de la tecnología en la época contemporánea.

En el propio universo simbólico de los videojuegos, el hacker aparece como una potente figura capaz de articular y desmontar las bases de su arquitectura. Sobre todo, en estos relatos, el hacker es un paradigma de agencia. (Rubio, 2013, p. 58).

Este compromiso pasa por la búsqueda de formas alternativas de producción, consumo y distribución de los contenidos digitales. El movimiento hacker, íntimamente unido al movimiento *open source*, comparte con el sector contracultural de los videojuegos su confianza en la

⁹ Eric Steven Raymond es un historiador de la cultura hacker y activista líder del movimiento *open source*. Con “filosofía Unix” se refiere a la ideología que subyace a la forma de entender la programación en el entorno Unix. Se pueden consultar los principios de esta filosofía Unix en: <https://neobrr.wordpress.com/2009/02/04/filosofia-unix/> [Consulta: 05-2017].

cultura libre, el desafío a la ideología hegemónica y el desarrollo de herramientas bajo licencias no privativas (tanto en software como en hardware).

No obstante, no podemos olvidar que incluso dentro de estas corrientes contraculturales podemos encontrar ciertas alianzas de sus miembros con el neoliberalismo individualista, (Rendueles, 2013), así como apropiaciones de la cultura dominante de estas prácticas, herramientas y comunidades. Aunque el proceso de oposición-desactivación en el caso del movimiento contracultural en los videojuegos es mucho más lento y menos generalizado que en lo relativo a los videojuegos como subcultura, no podemos dejar de lado su existencia. En ambos casos, podemos afirmar que las relaciones constantes y significativas de la comunidad generada en torno a los videojuegos con la cultura dominante contribuyen a la constante transformación de la primera para dar respuesta a los intentos de apropiación de la segunda.

2. ÁMBITOS DE JUEGO: LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LOS VIDEOJUEGOS

El análisis de la comunidad que llevamos a cabo en la presente investigación se encuentra orientado por una perspectiva feminista. Una de las principales reivindicaciones del feminismo ha sido la incorporación de las mujeres al ámbito de lo público, su acceso en igualdad de condiciones que los varones a puestos de reconocido prestigio, poder y autoridad. El espacio público es el lugar donde la capacidad de enunciación se manifiesta, donde es reconocida la ciudadanía de pleno derecho, donde la política tiene lugar. La relegación de las mujeres al ámbito de lo doméstico las priva precisamente de ese carácter de ciudadanas, arrebatándoles la capacidad de enunciación y representación política. Por ello, una de las preguntas fundamentales que debemos responder en la presente investigación es la pregunta por la presencia de las mujeres en el ámbito público de esta comunidad y qué papel están desempeñando en la misma.

Trasladar esta problemática al contexto de los videojuegos pasa, en primer lugar, por definir cuáles son los ámbitos de lo público y lo privado en ellos, ya que sus propias características (la virtualidad, la deslocalización, etc. que veíamos en el anterior apartado) dificultan delimitar las fronteras entre ambos, especialmente si tenemos en cuenta que jugar a videojuegos es una actividad que tiene lugar principalmente en el espacio doméstico, a solas y en el tiempo de ocio.

En un primer momento, de forma preliminar, podemos establecer dos tipos de espacios públicos referidos al ámbito de los videojuegos que más tarde iremos delimitando pormenorizadamente:

- a) **Ámbito no profesional.** Por un lado, cuando hablamos del espacio público de la comunidad de videojuegos podemos referirnos a espacios donde las personas se relacionan, hablan, intercambian información y juegan entre sí, tales como los propios videojuegos en línea, foros, grupos de redes sociales, etc. Mayoritariamente estos son virtuales, aunque también se celebran eventos como festivales o exposiciones de videojuegos con sedes presenciales tales como la *Madrid Games Week*, que reúnen a una gran cantidad de personas aficionadas.

- b) **Ámbito profesional.** Por otro lado, cuando hablamos de espacio público nos referimos a un escenario más amplio que contempla ese espacio de intersección entre esta comunidad y el resto de comunidades, así como al entorno profesional donde aparecen figuras que ostentan cargos de poder y autoridad. Este segundo espacio es el de mayor visibilidad y está constituido por profesionales de la industria, como las empresas desarrolladoras de videojuegos, las ligas profesionales de videojuegos también conocidas como *e-sports* u otras figuras públicas que se dedican profesionalmente al análisis y crítica de videojuegos.

Para definir y analizar en profundidad esta comunidad, hemos optado por seguir la metodología de la teoría del actor-red (ANT según sus siglas en inglés), la cual se nos presenta como una herramienta útil para desentrañar el complejo tejido de la telaraña de actantes implicados (Echeverría y González García, 2009). Haremos un uso poco ortodoxo de esta metodología, aplicándolo a las necesidades de la presente investigación. Esta metodología nos servirá, principalmente, en un estado inicial de la investigación para establecer la red de actantes de la comunidad y sus relaciones. Entre los actantes incluimos, siguiendo la ANT, actores humanos y no humanos definiendo una red de relaciones heterogénea. Una vez establecidos estos actantes, pasaremos a llevar a cabo un análisis híbrido, aunando metodologías propias de la retórica de la ciencia y la tecnología y otros estudios propios del ámbito de Ciencia, Tecnología y Sociedad.

A continuación, vamos a proceder a definir pormenorizadamente estos dos tipos de ámbitos públicos de tal modo que nos permita establecer una panorámica general de la comunidad. Entenderemos cada uno de los actantes implicados en ellos como nodos del entramado, puntos que se mantienen fijos pero que se ven afectados y definidos por el resto de la red. No los tomaremos de forma aislada, sino que trataremos de mantenernos en un análisis holístico que contemple el conjunto como algo que no puede ser entendido únicamente a partir del análisis aislado de las partes. En palabras de Fritjof Capra:

Las propiedades de las partes no son propiedades intrínsecas, sino que sólo pueden ser comprendidas en el contexto de un conjunto

mayor. (...) En el planteamiento sistémico las propiedades de las partes sólo se pueden comprender desde la organización del conjunto. (Capra, 1998, p. 49).

Antes de pasar a la definición de cada uno de ellos, resulta importante destacar que esta distinción entre el ámbito profesional y no profesional sólo sirve como herramienta de análisis inicial y no necesitaremos mantenerla más allá de este primer mapeo de actantes. De hecho, algunos de los actantes que veremos a continuación se encuentran en la intersección de ambos ámbitos, de modo que la distinción acaba por presentarse como artificial. Sin embargo, consideramos relevante mantenerla en un primer estadio de la investigación por varios motivos:

- Nos ofrece una panorámica general de toda la comunidad que nos ayuda a diferenciar los entornos en los que se relacionan las personas aficionadas de aquellos que utiliza la industria para desarrollar los productos, hacer negocios y/o promocionarse.
- Esta distinción nos permite reconocer el papel que desempeñan las mujeres en cada uno de estos ámbitos, tanto como profesionales como aficionadas a los videojuegos, así como el tipo de relaciones que establecen en ellos.
- Resulta útil como un primer acercamiento a las relaciones y flujos de poder que van desde la industria hacia la comunidad de personas aficionadas, permitiéndonos encontrar puntos clave donde se manifiesta el ciclo de incorporación a la cultura dominante y las

resistencias que se operan desde la contracultura, tanto en la industria como entre la comunidad no profesional.

Pasemos entonces a analizar cada una de ellas.

1.1. ÁMBITO NO PROFESIONAL

Definíamos el ámbito público no profesional de la comunidad en torno a los videojuegos haciendo referencia a aquellos espacios donde las personas pertenecientes a esta comunidad se relacionan, ya sean espacios virtuales o físicos. Abordar estos espacios requiere, en primer lugar, de un rastreo de las diversas formas de relacionarse de los miembros de esta comunidad y los canales que se utilizan. Para iniciar este rastreo plantearemos una serie de preguntas que nos permitirán comenzar a desentrañar la compleja telaraña de actantes implicados, primero a partir de su identificación y más tarde estudiando las relaciones que se dan entre ellos¹⁰.

Por ello, las preguntas iniciales que nos hemos planteado han sido ¿Quién juega?, ¿Dónde se dan las relaciones con otros/as jugadores/as? Y ¿Cómo se relacionan los/as jugadores/as en esos espacios?

¹⁰ Por cuestiones metodológicas, en algunos casos hemos restringido el ámbito de análisis a los videojuegos multijugador en línea, ya sean masivos (*Massively Multiplayer Online Game* o MMOG) o no, debido a que es en estos donde principalmente tienen lugar las relaciones entre varias personas que dan lugar a la generación de comunidades dentro y fuera del juego. Esto no quiere decir que otros tipos de videojuegos no generen comunidades alrededor de ellos; es bastante habitual encontrar foros y páginas en Internet dedicadas a videojuegos concretos que no tienen un componente online o multijugador. En algunas ocasiones hemos llevado a cabo análisis de caso de videojuegos que no son en línea pero siempre referidos a análisis más globales que no tratan sobre las relaciones entre personas, sino a la propia naturaleza del videojuego.

La primera pregunta nos revela el primer actante, en este caso colectivo, a tener en cuenta para el análisis de la comunidad: **el conjunto de personas que juegan a videojuegos**. Por el momento trataremos cada uno de los actantes de esta comunidad como si se tratara de una caja negra que más adelante, durante el proceso de análisis, trataremos de abrir para desentrañar.

Para responder a la segunda pregunta hemos acudido al propio objeto de estudio, los videojuegos, como el principal lugar y más inmediato donde se dan estas relaciones. Así, el segundo actante implicado a destacar y ubicar en el centro de la trama, junto a quienes juegan, serían los propios **videojuegos**. Además de los videojuegos, encontramos las distintas **comunidades de usuarios**, ya sean digitales o no. Dentro de las comunidades en línea podemos encontrar **foros, redes sociales y páginas especializadas**, entre las cuales encontramos tanto páginas dedicadas a determinados juegos (creadas o no por las empresas que los comercializan) como páginas dedicadas a la divulgación sobre videojuegos (**revistas, blogs y redes sociales propias**). Las comunidades de usuarios/as en espacios físicos se encuentran en **festivales, asociaciones de videojuegos, locales de juego** (tales como los bares dedicados a videojuegos conocidos como *Game Bar*), **exposiciones, museos, charlas y presentaciones de videojuegos**. Estas comunidades que se encuentran en espacios físicos cuentan, en la mayoría de los casos, con espacios en línea donde continuar relacionándose, donde se anuncian las actividades que se van a realizar o sirven como canal de publicidad. Las redes sociales han contribuido a que esto sea cada vez más

sencillo de llevar a cabo y más frecuente. Incluso los museos cuentan en la actualidad con páginas en redes sociales en las que las comunidades de usuarios/as participan y establecen vínculos. Es por esto que actualmente resulta tan complejo el separar el ámbito “físico” del virtual, ya que ambos se encuentran estrechamente conectados.

En el análisis concreto de estos actantes (videojuegos y comunidades de usuarios/as) podremos encontrar la respuesta a la tercera pregunta que, por el momento, tomaremos como otra caja negra.

Retomando los videojuegos como actante de esta comunidad, podemos plantear nuevas preguntas para continuar ampliando la red de relaciones como son: *¿Con qué se juega? ¿Cómo se adquiere lo que se juega? ¿Dónde se juega? ¿Con quién se juega? ¿Quién regula lo que se juega? ¿Quién crea opinión pública sobre lo que se juega? Y ¿Quién crea lo que se juega?*

La respuesta a todas estas preguntas se encuentra necesariamente a medio camino entre los ámbitos profesional y no profesional, ya que todas ellas plantean una interacción entre los mismos. Por ello, por el momento, en el análisis del ámbito no profesional quedarán como cajas negras y darán paso al análisis del ámbito profesional.

1.2. ÁMBITO PROFESIONAL

En la definición del ámbito profesional hemos incluido las propias **empresas desarrolladoras de videojuegos y sus trabajadores/as, las tiendas y plataformas de distribución**, las figuras públicas dedicadas al análisis y crítica de videojuegos (entre las cuales podemos contar la **prensa**

especializada, las webs de divulgación profesionales, no creadas por aficionados/as), las agencias de control y evaluación y las asociaciones de consumidores/as, dedicadas a regular lo que se juega y, finalmente las ligas profesionales de e-sports.

Todos estos son actantes fundamentales de la comunidad ya que ocupan un papel central en las relaciones entre usuarios/as y son quienes crean e influyen mayoritariamente en los flujos de información, generando muchas veces las propias condiciones de posibilidad de las relaciones entre videojugadores/as en línea.

En primer lugar, son las propias empresas que diseñan los videojuegos quienes determinan cuáles serán las vías y canales de comunicación entre quienes juegan, incluyendo en el diseño del juego herramientas de comunicación como **chats** (de voz o escritos), **comandos** concretos que permiten la comunicación o **foros específicos** en su web para sus videojuegos. Tomaremos estos tres elementos, chats, comandos y foros específicos, como actantes igualmente relevantes dentro de la comunidad. Incluso las empresas que desarrollan juegos que no permiten un modo multijugador en línea contribuyen a regular estas relaciones creando páginas webs específicas para su comunidad, dotadas de manuales, tutoriales o trucos y salas de chat o foros donde pueden relacionarse las personas aficionadas a sus videojuegos. Estas empresas, además de crear los propios videojuegos, a veces son también las encargadas del desarrollo de los dispositivos con los que se juega, tales como son las **videoconsolas**, los **periféricos** y los **dispositivos de realidad virtual**, los cuales serán

también tenidos en cuenta como actantes de la comunidad. Otros dispositivos, como los **ordenadores personales** y sus **periféricos (teclado, ratón, auriculares y micrófono)** también serán considerados actantes de esta comunidad.

En segundo lugar, las tiendas y plataformas de distribución constituyen un punto de encuentro de la comunidad de personas aficionadas a videojuegos, ya sea en espacios virtuales (plataformas de distribución en línea como Steam u Origin cuentan con millones de participantes de todo el mundo) o no, son uno de los canales principales para acceder a la comunidad ya que es en ellas donde se adquieren los videojuegos y se obtiene información sobre los mismos (las personas que atienden en las tiendas de videojuegos o los comentarios, puntuaciones y críticas en las tiendas en línea regulan, manifiestan e incluso generan muchas veces las preferencias de la comunidad).

En tercer lugar, las **figuras dedicadas al análisis y crítica de videojuegos** constituyen uno de los actantes fundamentales que influyen en la opinión pública acerca de los videojuegos y de la propia comunidad. Tomaremos estas figuras no sólo como personas concretas, sino a la vez como un actante colectivo que analizaremos en detalle más adelante y que ahora tomaremos como una caja negra. Entre este conjunto de actantes podemos encontrar personas pertenecientes al ámbito académico y sus publicaciones, ya sea en forma de libros divulgativos, artículos académicos, artículos de opinión e incluso tesis doctorales como la presente. Este grupo de actantes no pertenece por completo al ámbito profesional, sino que en muchos de

los casos un mismo actante pertenece tanto al ámbito profesional como al de las personas aficionadas, como puede ser el caso de los canales de divulgación en YouTube y quienes los administran. Estos canales pueden ser creados y administrados directamente por la industria (como el canal de Nintendo o el de PlayStation) y pertenecer enteramente al ámbito profesional, pero también pueden darse otros casos como el de canales que comenzaron perteneciendo enteramente al ámbito no profesional (chicas y chicos que subían a Internet sus partidas a diversos videojuegos comentándolas, con una clara intención lúdica) y que han terminado convirtiéndose en canales profesionales, a partir de los cuales quienes los administran han convertido su afición en negocio. También existen cientos de canales no profesionales creados y administrados por personas anónimas.

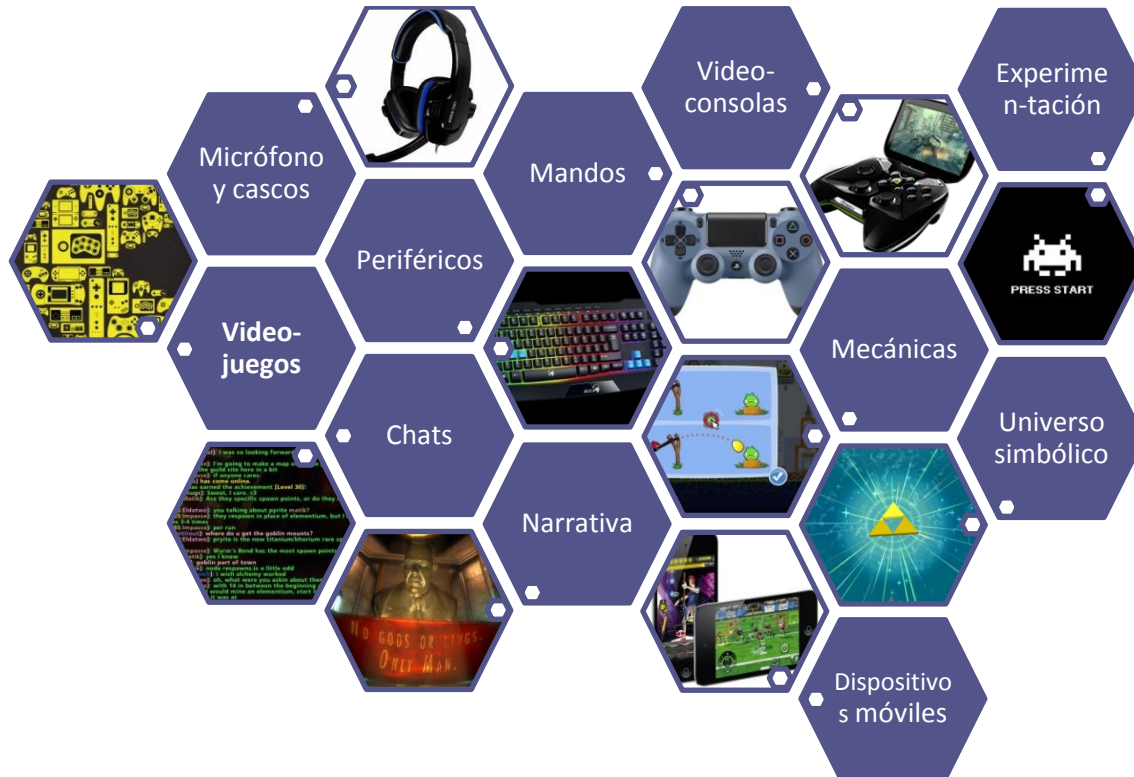
La **prensa especializada**, tanto su formato como su contenido, así como los y las periodistas que participan en ella, serán tomados como otro actante relevante de la comunidad.

En cuarto lugar, los actantes encargados **del control y la regulación** de aquello que se juega serán tomados en cuenta de forma conjunta, de modo que analizaremos el funcionamiento y las relaciones que mantienen entre sí las asociaciones de consumidores y las agencias de control y evaluación. Estas agencias, como la *Federación Europea de Software Interactivo* o el NICAM (Instituto Holandés de Clasificación de Medios Audiovisuales) que regulan los códigos PEGI (*Información Paneuropea sobre Juegos*), se

encuentran también a medio camino entre la industria y las personas aficionadas.

Finalmente, **las ligas profesionales de e-sports**, dada su complejidad tanto interna (su propia estructura de funcionamiento), como externa (su relación con el resto de la comunidad), por el momento permanecerán como otra caja negra.

3. MAPA DE ACTANTES DE LA COMUNIDAD



Mapa de actantes 1. Primera parte: videojuegos



Mapa de actores 2: Segunda parte: comunidades de usuarios/as, lugares de encuentro y prensa



Mapa de actantes 3: Tercera parte: industria, e-sports, crítica y agencias de control

CAPÍTULO 2. ¿QUIÉN JUEGA?

El presente capítulo tiene como objetivo abrir la caja negra de esta comunidad referida al conjunto de actantes más significativo de la misma, a saber, el conjunto de personas que juega a videojuegos. Emprendemos el análisis de la comunidad comenzando por las personas que pertenecen a la misma porque descubrir quiénes son las personas que constituyen el entramado social de esta comunidad va a contribuir a despejar muchas de nuestras dudas iniciales, así como a eliminar ciertos sesgos presentes en nuestra imagen de quiénes pertenecen a ella y que generalmente vienen influidos por la publicidad.

Conocer *quién juega* y las características de esta población nos servirá para formarnos una imagen mucho más precisa de la comunidad de videojugadores/as. Como destacábamos en el capítulo 1, esta comunidad se encuentra totalmente deslocalizada, es una comunidad que se caracteriza principalmente por ser virtual y carecer de señas de identidad que hagan reconocibles a sus miembros a simple vista, como sería el caso de los punks, los moteros, los hippies y otras subculturas donde la estética y la apariencia física son el eje vertebrador y el medio de comunicación de su ideología. Esta circunstancia favorece que la imagen previa que tenemos de la esta comunidad se encuentre principalmente mediada por los medios de comunicación que son, especialmente en este caso, quienes han orientado la opinión pública acerca de los videojuegos y su público.

A continuación, vamos a proceder a analizar cuál es esta imagen previa que tenemos de la comunidad basándonos primero en esa imagen que los medios de comunicación han proyectado a través de la publicidad, los artículos de prensa y en obras cinematográficas. Una vez analizada esta imagen previa, procederemos a exponer los datos más recientes de los dos estudios más relevantes a nivel internacional sobre el público de los videojuegos. El primero de ellos es el *Game Track*, desarrollado por la Federación Europea de Software Interactivo (Interactive Software Federation of Europe) y que incluye datos sobre España coincidentes con los que utiliza la propia Asociación Española de Videojuegos. El segundo el informe anual *Essential facts about the computer and video game industry* de la Asociación de Software de Entretenimiento, Entertainment Software Association, referido a la población estadounidense.

Finalmente, para concluir el presente capítulo, analizaremos cómo la brecha digital de género (en la que profundizaremos más adelante) ha afectado al resultado de los análisis.

1. IDEAS PREVIAS. LA COMUNIDAD DE VIDEOJUGADORES/AS EN EL IMAGINARIO COLECTIVO

En los años 80 y principios de los 90 del siglo pasado eran especialmente los varones blancos menores de 15 años quienes solían protagonizar los anuncios publicitarios. Las grandes compañías como Nintendo o Sony los presentaban como sus potenciales consumidores en su publicidad, tanto en revistas como en televisión. En líneas generales, los videojuegos eran

representados en la publicidad como un producto de ocio familiar especialmente dedicado a niños y adolescentes. En la *Imagen 1* mostramos un clásico anuncio de Nintendo, muy conocido por los errores técnicos que contiene: el juego de Super Mario que está mirando esta familia es un juego para varios jugadores en el que los jugadores juegan alternativamente, no simultáneamente tal y como se muestra en la publicidad. El hecho de que la industria del videojuego fuera dirigida a un público infantil (y a un público juvenil más concreto, que veremos más adelante), permitía que este tipo de errores en la publicidad pasaran desapercibidos dada la escasa cultura del videojuego en el público general de aquél momento.



Imagen 1: Anuncio de Nintendo

Por otro lado, precisamente esta falta de cultura del videojuego en el público general de aquellos momentos se encontraba ligada a una escasa regulación de la industria, los contenidos de los videojuegos y de la publicidad de los mismos. Esta situación hacía posible que en los anuncios de videojuegos aparecieran imágenes como la de la publicidad del juego de lucha *Mortal Kombat* de 1991 (ver imagen 2).

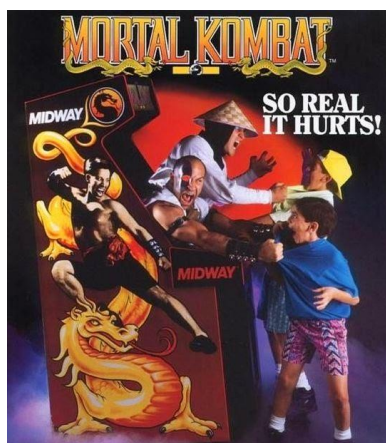


Imagen 2: Anuncio de Mortal Kombat

Esta publicidad, en la que podemos ver a dos de los personajes del videojuego saliendo de la máquina recreativa y amenazando a dos niños pequeños, sería impensable hoy en día, por la aparición de organismos de regulación de la publicidad y de los propios videojuegos, como el sistema de clasificación por edades establecido por Información Paneuropea sobre

Juegos (PEGI)¹¹. De hecho, el mismo videojuego en sus versiones actuales está clasificado para mayores de 18 años por su alto contenido en violencia y su lenguaje soez.

Esta asociación de los videojuegos con un público infantil venía reforzada por la imagen que se proyectaba de los mismos en el cine, la cual contribuía a su vez a la difusión de la cultura del videojuego entre el público en general y a su normalización como producto de ocio infantil. Podemos encontrar un gran número de películas de la década de los 80 y los 90 en cuyo guion los videojuegos no desempeñaban un papel fundamental, sino más bien secundario o de ambientación, en las que aparecen los videojuegos como una actividad cotidiana de los niños (y, en algunas ocasiones, de las niñas). Algunos ejemplos son *La princesa prometida* (1987) donde se muestra un niño enfermo que quiere jugar a videojuegos mientras su abuelo insiste en leerle un cuento, *Regreso al futuro II* (1989) donde aparecen niños jugando en máquinas recreativas de la época o *Beethoven* (1992) en la que una niña juega a Super Mario en la videoconsola con su hermano. En películas donde los videojuegos sí forman parte de la trama principal, como en *Juegos de guerra* (1983), *Starfighter: la aventura comienza* (1984) o *El campeón del videojuego* (1989), los protagonistas son también niños o adolescentes que muestran grandes habilidades informáticas.

¹¹ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

De este modo, a través del cine y la publicidad especialmente, se ha ido construyendo nuestro imaginario colectivo sobre qué son los videojuegos y cuál es su público. Con los años esta imagen ha sufrido una ligera alteración en nuestra representación del clásico estereotipo del *videojugador* que hoy en día es el de un varón blanco joven, casi adolescente, de clase media, que juega aislado en su habitación sin entablar muchas relaciones sociales. Los niños también forman parte de este imaginario, pero cada vez es más común encontrar un rango de edad más alto entre los protagonistas de los anuncios de videojuegos, quedando los videojuegos infantiles como un tipo de videojuegos particular dedicado a un público específico. De hecho, aunque todavía podemos encontrar imágenes de niños en la publicidad, los varones blancos de alrededor de 20 años eran el público objetivo de la industria del videojuego hasta hace muy poco, tal y como podemos encontrar referenciado en estudios como el de *ipsos connect* sobre los cambios que ha habido en la población consumidora de videojuegos.

En 2017 la situación respecto a la población consumidora de videojuegos ha cambiado notablemente tal y como muestran los últimos estudios nacionales e internacionales, los cuales apuntan a una mayor diversidad de perfiles dentro de la comunidad, como veremos más detalladamente en el segundo apartado del presente capítulo. A pesar de que la percepción social siga arraigada en la imagen de los 80-90, la industria del videojuego sí que está adquiriendo un mayor conocimiento sobre estos cambios que se han producido en los últimos años y que ya están empezando a notarse tanto en la publicidad como en los propios productos. Una de las empresas que más

se ha adaptado a los cambios en la diversidad de público ha sido Nintendo, que ya en 2006 introdujo su videoconsola *Nintendo Wii*, en cuya publicidad encontrábamos un público que anteriormente no se había introducido en el mundo de los videojuegos: la tercera edad. En los anuncios de televisión de esta videoconsola aparecían abuelas y abuelos jugando entre sí y con sus nietos y nietas.

En 2017, con el lanzamiento de la nueva videoconsola de Nintendo (*Nintendo Switch*), este público ha desaparecido de su principal publicidad, pero se ha introducido y normalizado la aparición de mujeres jóvenes (universitarias y mujeres de alrededor de 30 años aparecen en la publicidad del lanzamiento oficial de esta videoconsola), por ejemplo, mientras que la de los niños y niñas ha pasado a un segundo plano (en la misma publicidad sólo aparecen de forma tangencial y siempre en compañía de adultos)¹².

El anuncio publicitario de *Nintendo Switch* parece estar concebido para desligar del imaginario colectivo la imagen de quienes juegan a videojuegos de la del varón, blanco, de clase media y cercano a la adolescencia, pero también de la imagen del *friki* que ha estado muy unida a los videojuegos casi desde sus inicios.

¹² Esta publicidad puede consultarse en el canal de YouTube de Nintendo España siguiendo este enlace <https://www.youtube.com/watch?v=tI3tTW9EhfQ> [Consulta: 03-2017]

1.1. FRIKIS Y GAMERS

Como adelantábamos, la imagen social de quienes juegan a videojuegos se encuentra asociada a la imagen del *friki*, del *geek*, del *nerd* o del *tekkie*. Veamos qué significa esto y qué relaciones existen entre estas figuras.

La investigadora Cristina Martínez, en su tesis doctoral dedicada a la cultura *friki*, abunda en las distintas terminologías que podemos encontrar en lo referente a la categorización de personas que pueden considerarse *frikis* o pertenecientes a dicha subcultura, entre las cuales suelen incluirse los *gamers*. Martínez define a los videojugadores/as o *gamers* de la siguiente manera: “los *gamers* o *jugones* son adictos a los videojuegos” (Martínez, 2014, p. 164) o “aficionados a los videojuegos de PC y consolas. Algunos recibirán subetiquetas (*Pokemaníacos* son los fans de *Pokemon*)” (Martínez, 2014, p. 267). Según su categorización, podemos establecer a los *gamers* como un subgrupo dentro de los denominados *geeks*, “un tipo de persona que puede considerarse rara o peculiar por mostrarse especialmente obsesionada con uno o varios temas concretos, incluyendo sobre todo la ciencia, la literatura de ciencia ficción y la electrónica” (Martínez, 2014, p. 150).

La industria de los videojuegos, en su proceso de incorporación de cuanta mayor cantidad de público posible y de normalización de los videojuegos como producto cultural afín a la cultura dominante y su ideología hegemónica (tal y como comentábamos en el capítulo 1 de la presente investigación), se encuentra muy interesada en desvincularse de la imagen del *friki*. Mientras que en los años 80 y 90 era muy común que este fuera

considerado, junto a la infancia y la adolescencia, el público más habitual de los videojuegos, desde comienzos del siglo XXI lo hemos visto cada vez menos referenciado tanto en la publicidad como en el cine y la televisión.

Los esfuerzos de la industria del videojuego por desvincularse de forma visible de la subcultura *friki*, no ha provocado que los *frikis* hayan abandonado la industria del videojuego. De hecho, la terminología *gamer* está calando de forma significativa en el lenguaje cotidiano, especialmente entre adolescentes, en las redes sociales y foros especializados de Internet.

2. ANÁLISIS DE DATOS

Para orientar nuestro análisis nos hemos basado en dos de los informes más relevantes de la industria del videojuego. El primero de ellos es el *Game Track*, desarrollado por la Federación Europea de Software Interactivo (Interactive Software Federation of Europe) y el segundo el informe anual *Essential facts about the computer and video game industry* de la Asociación de Software de Entretenimiento, Entertainment Software Association, referido a la población estadounidense.

GAMERS: PLAY ANY

	UK	France	Germany	Spain		UK	France	Germany	Spain
%	55%	50%	52%	53%	%	45%	50%	48%	47%
Male					Female				
Male 6-10	7%	6%	4%	6%	Female 6-10	6%	6%	4%	6%
Male 11-14	6%	5%	4%	5%	Female 11-14	5%	5%	4%	5%
Male 15-24	15%	11%	12%	13%	Female 15-24	9%	11%	11%	10%
Male 25-34	11%	10%	11%	14%	Female 25-34	8%	9%	10%	11%
Male 35-44	9%	8%	10%	8%	Female 35-44	7%	8%	8%	8%
Male 45-64	8%	9%	12%	6%	Female 45-64	10%	12%	11%	8%

Tabla 1: Game Track Digest, Quarter 2, 2014. p. 2

Ambos informes apuntan a que aproximadamente la mitad de la población de EEUU (el 59%), de UK (41%), Francia (60%), Alemania (50%) y España (40%) juega a videojuegos. Las diferencias entre el porcentaje de varones

jugadores y mujeres jugadoras son escasas, en Francia hay el mismo número de mujeres videojugadoras que de hombres, en EEUU y Alemania las mujeres representan un 48% de la comunidad, en España el 47% y en Reino Unido el 45%. Un dato relevante, que nos sirve para cuestionar el estereotipo imperante que mencionábamos, es que en EEUU el número de videojugadoras mayores de 50 años se incrementó en un 32% desde 2012 a 2013 y actualmente las mujeres mayores de 18 años representan un porcentaje significativamente mayor (36%) que el de niños y adolescentes varones (17%) en este país. Un caso similar se da en Europa donde las mujeres mayores de 45 años en Francia constituyen el grupo predominante en la comunidad, seguido por el grupo de 15-24 años, tanto de varones como de mujeres. En Alemania y Reino Unido ocupan el 2º y 3º puesto respectivamente. Este grupo de mujeres no se encuentra representado en la imagen pública de los videojuegos, a pesar de que los datos apuntan a que son una parte muy importante de la comunidad. Como señalábamos en la primera parte del presente capítulo, en el año 2006 con el lanzamiento de la videoconsola Wii las mujeres mayores de 65 años comenzaron a aparecer en la publicidad de videojuegos jugando junto a varones de este mismo rango de edad, pero en 2017 esta imagen cada vez se encuentra menos representada y resulta difícil encontrar en la publicidad de videojuegos imágenes de mujeres mayores de 40 años como potenciales consumidoras.

En el caso de España, el porcentaje de las mujeres mayores de 24 años que juegan a videojuegos es muy similar, aunque superior, al de los varones menores de 25, representando un 27% las primeras y un 24% los segundos.

En Reino Unido la situación es parecida a la de España, donde los porcentajes entre estas poblaciones se equiparan, pero con la diferencia de que hay más varones menores de 25 años (28%) que mujeres mayores de 24 (25%). Por otro lado, en Francia y en Alemania, las mujeres mayores de 24 años son también mayoría (29%) en ambos países respecto a los varones menores de 25 (22% en Francia y 20% en Alemania).

Como vemos, no existe una gran diferencia entre el número de mujeres y varones que juegan a videojuegos en ninguna de las etapas excepto en Reino Unido, donde los varones de la etapa de 15-34 años representan un 26% de la comunidad mientras las mujeres de esa misma etapa representan un 17%, valor que se mantiene en la siguiente etapa, a partir de 35 años, tanto para varones como para mujeres.

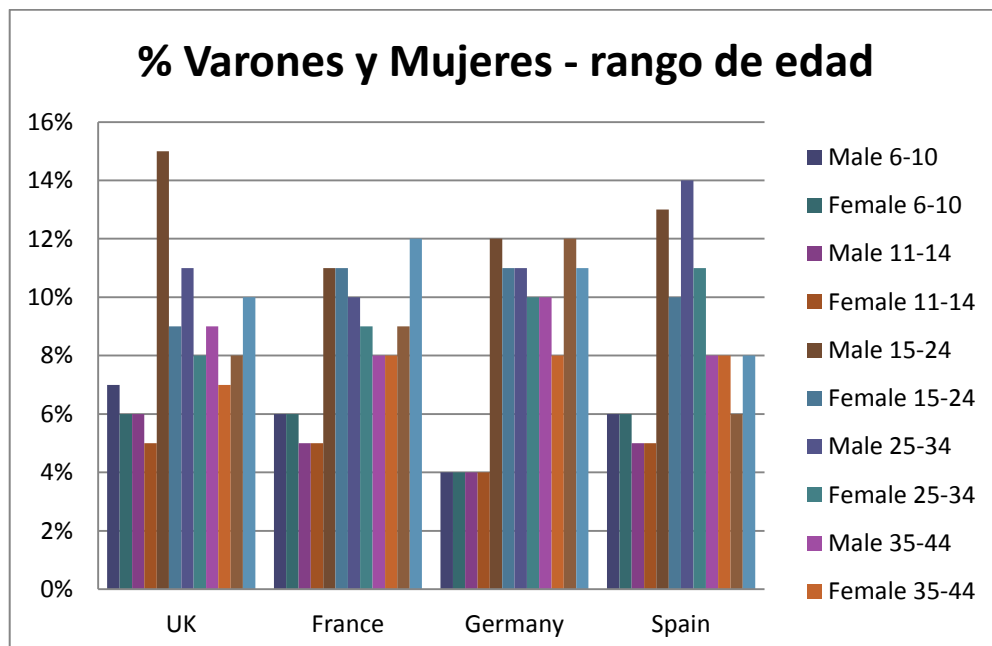


Gráfico 1: %varones y mujeres - rango de edad

En la *Game Track Digest, Quarter 4* de 2015 estos datos se mantuvieron sin cambios significativos, bajando el porcentaje de jugadores en Reino Unido del 41 al 40% y aumentando el porcentaje en el resto de países, 62% en Francia, 56% en Alemania y 42% en España. En la *Game Track Digest, Quarter 3* de 2016 los datos se mantienen estables con muy pequeñas modificaciones poco destacables.

Según el informe *Essential facts* de 2016 en EEUU el porcentaje también se ha visto aumentado hasta un 63% de la población. En este mismo informe se indica que en EEUU la media de edad de varones que consumen videojuegos es de 35 años mientras que en las mujeres la media es mayor, llegando a los 44 años. Otro dato interesante para nuestro análisis es que el porcentaje de niños y adolescentes que juegan a videojuegos en EEUU iguala al porcentaje de personas mayores de 50 años, suponiendo cada rango de edad aproximadamente un cuarto de la población de videojugadores/as respectivamente (27% de menores de 18 años y 26% de mayores de 50).

De los datos presentados podemos destacar que, a pesar de que los videojuegos han sido considerados tradicionalmente una forma de ocio infantil (como indicábamos al comienzo del presente capítulo) en el escenario de la comunidad de videojugadores/as en Europa, durante la infancia y hasta los 14 años se juega significativamente menos que durante el resto de etapas, especialmente en Alemania donde el salto porcentual de la infancia a la adolescencia es de 15 puntos. En los países europeos estudiados los niños y niñas menores de 14 años representan, en el mejor de los casos, un 24% de la comunidad (en Reino Unido), reduciéndose aún

más en Alemania donde sólo representan el 16%. Es posible que esta brecha pueda ser explicada por la estigmatización que han sufrido los videojuegos especialmente durante la primera década de este siglo, donde se les ha asociado a una imagen de productos de ocio y consumo en los que la violencia y el sexo explícitos son los temas fundamentales.

Por otro lado, podemos constatar que existe una importante brecha generacional en España respecto a la población mayor de 45 años. Esta brecha generacional en videojuegos se corresponde con la brecha de acceso y uso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares. Según los datos de la “Encuesta sobre Equipamiento y uso TIC en hogares españoles” llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística en 2014, el uso de las TIC comienza a decaer precisamente a partir de los 45 años. El dato que nos ha resultado más destacable es que los varones de 35 a 44 años constituyen el grupo que más uso hace de las TIC en España, a la vez que representan un escaso porcentaje (8% en 2014 que cae a un 6% a finales de 2016) de los que juegan a videojuegos, lo que podría indicar que el uso que hacen de las mismas está más orientado a cuestiones laborales y/o de comunicación, más que de ocio.

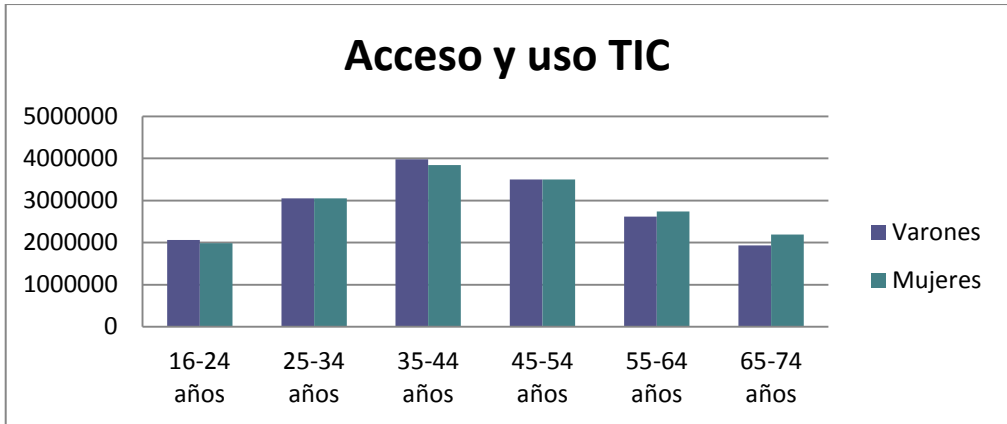


Gráfico 2: acceso y uso TIC

La brecha de género referida a los videojuegos en España es muy pequeña. Aparece a partir de la adolescencia, de 15-24 y de 25-34 años, donde los varones están representando en ambos casos un 3% más que las mujeres. En la siguiente etapa, de 35-44 años, la brecha vuelve a desaparecer, para abrirse de nuevo en la última, a partir de los 45 años, etapa en la que las mujeres representan un 2% más que los hombres dentro de la comunidad. Este dato coincide con el de acceso y uso de las TIC en la población española: las mujeres mayores de 55 años utilizan en mayor proporción que los hombres las tecnologías de la información y la comunicación y parece que buena parte de su tiempo lo dedican a jugar a videojuegos.

En resumen, en nuestro análisis del escenario de la comunidad de videojugadores/as debemos tener en cuenta los siguientes datos destacables:

- La distribución por sexos es bastante homogénea en todos los rangos de edad.
- A partir de los 14 años la distribución por edades es también bastante homogénea.
- Los niños y niñas constituyen la franja de edad menos representada en la comunidad (no llegan a representar ni un 25% en el mejor de los casos).
- Las mujeres mayores de 45 años aparecen como un nuevo actante a tener en cuenta en esta comunidad ya que generalmente son invisibilizadas.

3. LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN LA COMUNIDAD DE VIDEOJUEGOS

Hemos podido comprobar con el análisis de los datos de la población usuaria de videojuegos, que las mujeres cada vez cuentan con una mayor presencia dentro de la misma, llegando a igualar o incluso a superar en algunos casos el porcentaje de varones. Esta situación lleva manteniéndose desde principios del siglo XXI, pero su impacto en la industria apenas ha sido visible, tal y como expuse en una investigación anterior que llevé a cabo en 2012 donde trataba de mostrar la influencia de la brecha digital de género¹³ en el ámbito de los videojuegos y realizaba algunas propuestas para mejorar

¹³ Entendemos la brecha digital de género como la asimetría existente entre varones y mujeres no tanto en el acceso, sino en las formas de uso y los beneficios que se extraen del uso de tecnologías.

la situación. En el presente apartado abordaremos de nuevo esta cuestión poniéndola en relación con los cambios más recientes que ha experimentado la industria del videojuego.

En el año 2006 la situación de equilibrio entre la población masculina y femenina de la comunidad de videojuegos ya era constatable, tal y como se mostraba en un estudio que la Universidad Europea de Madrid llevó a cabo, donde se exponía que el porcentaje de videojugadoras (entendiendo por videojugadoras mujeres que juegan todas las semanas a videojuegos al menos una vez) había ascendido ya a cerca del 38% del total de personas videojugadoras en España, mostrando de este modo el comienzo de una tendencia creciente que, como ya hemos visto, ha llegado al 44% en el año 2016.

En este estudio se exponía que del total de mujeres entrevistadas (alrededor de 2000), más de la mitad (66% aproximadamente) jugaban habitualmente mientras que únicamente el 8% afirmaba no jugar nunca o casi nunca.

Como hemos adelantado, este crecimiento de la presencia de mujeres no ha encontrado un correlato en la modificación de la industria, de modo que en ella continúan presentes arraigados estereotipos de género que relegan a las mujeres a una posición de objeto sexual, cuidadora o dama en apuros, los tres ejes de la identidad de género de los personajes femeninos en los videojuegos, tal y como se muestra en el estudio que llevaron a cabo Díez Gutiérrez y su equipo (2004). Podemos destacar que en 1996 comenzaron a introducirse ciertas modificaciones en el modo en que se presentaban y publicitaban los videojuegos dirigidos a mujeres y niñas, apareciendo los

denominados *girl games* como resultado de una alianza entre colectivos feministas que buscaban reducir la brecha digital de género y la propia industria de los videojuegos, quienes buscaban aumentar el número de consumidoras (Cassell y Jenkins, 1998).

Las buenas intenciones de estos colectivos no fueron suficientes para evitar que cometiesen el clásico error de perjudicar cuando se pretende ayudar: los *girl games* continúan reproduciendo estereotipos de género y mantienen la misma imagen androcéntrica de las mujeres que ya estaba presente en los videojuego (Escofet y Rubio, 2007). Este tipo de videojuegos específicos *para chicas* continúa teniendo una gran presencia en el mercado y algunos de los más conocidos y representativos siguen en el mercado en la misma línea que cuando aparecieron, como la saga *Imagina ser...* de Ubisoft que ha sido tan fuertemente criticada desde el feminismo. Esta saga de videojuegos que promueven el juego simbólico entre las niñas incluye títulos como *Imagina ser mamá*, *Imagina ser animadora*, *Imagina ser diseñadora de moda*, etc¹⁴. Este tipo de videojuegos son muy abundantes en las consolas portátiles como la Nintendo DS que cuenta entre sus títulos orientados a este público la saga *Cooking mama*, lanzada por primera vez en 2006, que ha ido uniendo a la temática inicial del videojuego, la cocina, otras actividades tradicionalmente asociadas a las mujeres como son las manualidades, la jardinería o el cuidado de animalitos. La línea de

¹⁴ Puede visitarse la página de Ubisoft para revisar el catálogo de esta saga y compararlo con el catálogo orientado a público masculino en el siguiente enlace <https://www.ubisoft.com/es-ES/game/Imagine-collection/> [Consulta 10/03/2017]

videojuegos dedicada a la muñeca *Barbie*, muy similar a la saga *Imagina ser*, incluye un gran número de títulos dedicados a representar a *Barbie* en situaciones domésticas relacionadas con el cuidado y la moda. Aunque más recientemente se han introducido títulos donde *Barbie* ejerce profesiones menos relacionadas con estos estereotipos sexistas e incluso se ha lanzado una película donde *Barbie* visita el mundo de los videojuegos (*Barbie video game hero*, 2017), todo el universo simbólico de esta saga está repleto de referencias a la estética, la frivolidad, el color rosa, la purpurina y la ingenuidad manifiesta en sus personajes. Otros títulos, como *Patito feo, el juego más bonito* (2010) también perteneciente a una consola portátil, en este caso la PSP (PlayStation Portable), tendremos que competir con otras mujeres por ser la más guapa, atractiva y popular del colegio o instituto. En muy contadas ocasiones podremos encontrar a mujeres desempeñando puestos de poder y autoridad, dedicándose a ramas científicas o al mundo de la tecnología y, en el caso de que así sea, generalmente aparecen como enfermeras dedicadas más al cuidado afectivo de los pacientes que a cuestiones médicas (Cfr. Rubio, 2012).

Esta situación actual de la industria del videojuego y la imagen de las mujeres que se está promoviendo desde la misma tiene unas notables consecuencias altamente perjudiciales desde una perspectiva de género. En primer lugar, porque al reproducirse el substrato ideológico y el universo simbólico de la cultura androcéntrica se está contribuyendo a perpetuarlo, ocasionando, de este modo, que la construcción de la identidad de género

continúe llevándose a cabo a partir de concepciones machistas de las mujeres, de su imagen y de su lugar en la sociedad. En segundo lugar, porque los videojuegos, debido a su componente lúdico e intrínsecamente atractivo, constituyen la principal fuente de acercamiento temprano a la tecnología para niñas y adolescentes y, debido a los sesgos existentes en las formas de acceso y uso a los mismos de las niñas, así como al substrato ideológico androcéntrico presente en los videojuegos, éstas no podrán extraer los beneficios de ellos del mismo modo en que los niños y adolescentes pueden hacerlo. (Rubio, 2012. p. 2).

En la citada investigación llevada a cabo por la Universidad Europea de Madrid (Pérez Martín et al., 2006, p. 27) se muestra la importancia respecto a la brecha digital de género de las preferencias familiares en la elección de los productos de ocio, así como la menor libertad que las familias dan a las niñas respecto a los niños en el uso de dispositivos tecnológicos. Esta falta de libertad contribuye a que las niñas tengan un uso más social que individual de las tecnologías (un 66% de las niñas menores de 6 años juegan con sus familiares frente al 33% de niñas de la misma edad que juegan en alguna ocasión solas). Por su parte, los niños tienden a disponer de los dispositivos tecnológicos más libremente y a jugar más en solitario. Esta diferencia marca que las prácticas de juego, así como de uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales, sean muy distintas en niñas que en niños. Las primeras tienden a hacer un uso social que les lleva a interpretar los videojuegos como un medio para socializar o para realizar

tareas concretas, que tienen poco que ver con tareas tecnológicas (el juego simbólico que mencionábamos en las sagas dedicadas a niñas en el que se incluye el maquillaje, los cuidados, la cocina, etc.). Su relación con la tecnología, en este caso, pasa a desplazar el fin lúdico que podría tener su uso de la propia tecnología a las tareas que está representando, así como a las relaciones personales, de modo que las niñas prefieren jugar a videojuegos motivadas por relacionarse con otras personas o por realizar tareas propias *de chicas*, no por el hecho de jugar a videojuegos. Esta situación nos lleva a constatar que la estrecha relación que señala Cecilia Castaño (2008) entre las formas que tienen las mujeres de utilizar la tecnología en general se inicia ya desde la infancia. Castaño señala que las mujeres tienden a utilizar la tecnología más como un medio para conseguir otros fines que como un fin en sí mismo (ya sea como herramienta de trabajo, de comunicación o relación social).

Esta podría considerarse una cuestión anecdótica sin una verdadera importancia si no profundizamos en qué significa entender la tecnología como un medio y no como un fin en sí mismo. Por un lado, entender la tecnología como un fin en sí mismo, algo deseable y atractivo al margen de sus usos, lleva a mostrar interés por cómo está desarrollada, cómo funciona y a experimentar con ella. Esta actitud, además, lleva a desear producir tecnología, a diseñarla e imaginar innovaciones en esta área, lo que incrementaría el interés por las carreras de ciencia y tecnología. Por otro lado, entender la tecnología meramente como un instrumento que *sirve* para trabajar, hace que descienda el interés por la misma al margen del

ámbito laboral, a la vez que cualquier relación con lo lúdico queda enturbiada por todas las relaciones laborales e instrumentales que se han establecido con la misma.

El caso de los videojuegos resulta un ejemplo paradigmático de la brecha digital de género, dado que tanto varones como mujeres acceden aproximadamente en igual proporción a este medio (tal y como hemos podido comprobar en el análisis de datos de los distintos estudios tanto en Europa como en EEUU) pero las ventajas que extraen los varones del mismo son muy superiores a las que extraen las mujeres debido a las condiciones desfavorables con las que ellas acceden a los videojuegos (menor libertad en la infancia, uso instrumental y social de los mismos, etc.) (Castaño, 2008). Esta es una cuestión del todo relevante si tenemos en cuenta que una de las principales consecuencias de la brecha digital de género es la falta de presencia de las mujeres en carreras relacionadas con la tecnología (Pérez Sedeño y González García, 2002), entre las que contamos las carreras relacionadas con la industria de los videojuegos.

[D]ado que la situación actual de la industria de los videojuegos favorece la brecha digital de género, podemos destacar como una consecuencia de la misma el alejamiento de las mujeres del ámbito tecnológico como creadoras o responsables de puestos de poder y autoridad en las grandes empresas del desarrollo de hardware o software, lo que implica que las mujeres se encuentran sometidas a una falta de control sobre las herramientas tecnológicas (herramientas clave en la sociedad contemporánea donde se

configuran los flujos de información, comunicación, conocimiento, etc.) y condenadas a una posición estancada de usuarias estándar (sometidas al flujo de las tecnologías, al devenir constante de innovaciones tecnológicas del que sólo pueden formar parte como consumidoras pasivas). (Rubio, 2012. p. 3)

Enrique Alonso hace referencia a este “flujo de las tecnologías” en su texto de 2011, *La quimera del usuario*, donde manifiesta que «[q]uien posea el código que controla los mecanismos de la sociedad de la información determina las reglas, los derechos y los flujos de todas nuestras interacciones. Acceder o no a ese código representa la diferencia entre poder sentirse libre ante la herramienta que uno debe manejar, o aceptar mansamente las condiciones que ella nos impone» (Alonso, 2011, p. 25). Así, podemos afirmar que esta situación en la que se encuentran las mujeres en la sociedad de la información y la comunicación (consumo acrítico, sometimiento a las reglas dictadas desde lo público, etc.) es una situación relegada al ámbito de lo privado.

Para poder alcanzar una emancipación efectiva deberán lograr su empoderamiento a través de relaciones con la tecnología codificadas en términos diferentes al entrenamiento descontextualizado en habilidades funcionales o meras herramientas de trabajo. Su contacto temprano con la tecnología, y en este punto los videojuegos cobran una gran importancia, debería ser más libre y abierto, potenciándose que así sea desde la escuela y la familia. (Rubio, 2012. p. 3).

Tomando en cuenta esta situación de las mujeres en la sociedad de la información y la comunicación, se nos presenta como necesaria la reapropiación por parte del feminismo de los videojuegos como un medio eficaz para la disolución de la brecha digital de género, de modo que contribuya a un empoderamiento digital de las mujeres en el espacio público, y que les permita el tránsito del cuarto propio al *cuarto propio conectado* (Zafra, 2010).

CAPÍTULO 3. ¿A QUÉ SE JUEGA?

El videojuego es un artefacto cultural complejo. Se lo suele definir como una aplicación interactiva lúdica, o un juego electrónico en el que una o más personas interactúan a través de un periférico con una máquina y un dispositivo de vídeo o que reproduce imágenes como puede ser un televisor, un monitor, un proyector, etc. Pero los videojuegos son algo más que eso.

Abrir los videojuegos como una «caja negra», tratándolos como actantes de la comunidad y estudiando su complejidad, supone, en un primer lugar, plantear un estado de la cuestión acerca de los diversos enfoques existentes sobre qué es un juego, objeto cultural que les precede, para luego pasar a caracterizar el propio videojuego. Para ello, comenzaremos el presente capítulo realizando un pequeño recorrido histórico por las distintas perspectivas que se han mantenido acerca de qué es el juego y qué representa la actividad misma de jugar, centrándonos especialmente en la obra de dos de los grandes autores que han trabajado alrededor del concepto de juego: Johan Huizinga y Roger Caillois.

Una vez establecidas estas bases teóricas acerca del juego, pasaremos al videojuego mismo. Presentaremos las perspectivas más representativas de la actualidad del diseño de juegos, analizando el marco MDA¹⁵ de Hunicke, LeBlanc y Zubek en *MDA: A formal approach to game design and game research*, así como en la perspectiva ampliada que presentan Salen y

¹⁵ Siglas para *Mechanics, Dynamics, Aesthetics* o, en castellano, Mecánicas, Dinámicas y Estética.

Zimmerman en *Rules of play*. Estas dos perspectivas nos ayudarán a comprender los aspectos relacionados con la jugabilidad, las reglas y el diseño de juegos.

Como enfoque general de nuestro análisis, tal y como viene manteniéndose a lo largo de toda la presente investigación, tomaremos dos variables que resultan de especial relevancia para la misma. Por un lado, tomaremos la variable género como hilo conductor que nos permitirá llevar a cabo el análisis crítico que nos proponemos y, por otro lado, centraremos principalmente nuestra atención en un tipo de videojuego particular, a saber, los videojuegos multijugador tal y como están desarrollados actualmente (ya sean en línea o no), tomándolos como uno de los actantes más relevantes en esta comunidad.

Este enfoque nos lleva a plantear las dos últimas partes del presente capítulo como consecuencia del análisis más general de los apartados anteriores: la relación de las mecánicas con la brecha digital de género y la influencia que tienen en las posibilidades de relación dentro de la comunidad.

1. CARACTERÍSTICAS DEL JUEGO

Para comprender en profundidad qué es un videojuego y sus conexiones con la cultura, debemos retrotraernos hasta los primeros estudios acerca de qué constituye un juego, dado que la propia definición de videojuego nos remite a la de juego mismo. Brian Sutton-Smith, uno de los pensadores que han tratado, a lo largo de toda su carrera, de trazar una panorámica de lo que

constituye un juego y qué importancia y significado tienen los juegos para la vida humana, ya planteaba las dificultades que presenta esta tarea de definir un juego en 1971, en su obra conjunta con Elliot M. Avedon, *The Study of Games*,:

“¿Que son los juegos? ¿Son artefactos? ¿Modelos de comportamiento o simulaciones de situaciones sociales? ¿Vestigios de rituales mágicos ancestrales? Es difícil y curioso intentar contestar a la pregunta de qué son los juegos, sobre todo desde el punto en que parecen ser muchas cosas a la vez y al tiempo cada juego es completamente diferente a otro... o no” (Sutton-Smith y Avedon 1971, p. 419).

A continuación, vamos a proceder a analizar las obras de Huizinga y Caillois con el fin de dilucidar cuáles son las características del juego así como su definición.

1.1. JOHAN HUIZINGA: *HOMO LUDENS*

La obra *Homo ludens* que Johan Huizinga publicó en 1938 supuso, en su momento, una revolución a la hora de comprender qué es un juego y su significado como fenómeno cultural y psicológico para los individuos. En el capítulo que dedica a la indagación acerca del concepto de juego, Huizinga propone una definición inicial y general que puede servirnos como punto de partida para la determinación de qué es un videojuego.

El juego es una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas

absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de “ser de otro modo” que en la vida corriente. [...] Esta categoría, juego, parece que puede ser considerada como uno de los elementos espirituales más fundamentales de la vida. (Huizinga, J., 2007, p. 45-46).

Los conceptos fundamentales que aparecen en la definición de Huizinga son los de libertad, reglas obligatorias, acción que tiene su fin en sí misma y conciencia de ser “de otro modo” que en la vida corriente.

En primer lugar, el juego debe ser una acción libre que se realiza por sí misma: nadie puede tener la obligación de jugar, pues la propia obligación anularía la condición de juego de la acción. El juego, definido de este modo, tiene lugar en el tiempo de ocio y no constituye una tarea de índole laboral o moral. En segundo lugar, en cuanto que acción que transcurre en el tiempo de ocio, Huizinga sitúa el juego en la conciencia de “ser de otro modo” que en la vida corriente.

Resumiendo, podemos decir, por tanto, que el juego, en su aspecto formal, es una acción libre ejecutada “como si” y sentida como situada fuera de la vida corriente, pero que, a pesar de todo, puede absorber por completo al jugador, sin que haya en ella ningún interés material ni se obtenga en ella provecho alguno, que se ejecuta dentro de un determinado tiempo y determinado espacio, que se desarrolla en un orden sometido a reglas y que da origen a

asociaciones que propenden a rodearse de misterio o a disfrazarse para destacarse del mundo habitual. (Huizinga, J., 2007, p. 27).

El ser “de otro modo” o la suspensión de la realidad que implica la acción ejecutada “como sí” van de la mano con la capacidad que tienen los juegos de “absorber completamente al jugador”. Durante el proceso de juego, las personas implicadas en el mismo deben dejar de lado las reglas que imperan en su entorno cotidiano para pasar a tomar como reglas absolutas e indudables las propias reglas del juego que está en marcha. A este proceso de dejar en suspensión el mundo “real” para tomar como verdaderamente “real” el mundo simulado del juego se lo denomina “proceso de inmersión” y su análisis es muy frecuente en los estudios sobre juegos y, por supuesto, también sobre videojuegos. Podemos decir que, al empezar a jugar, asumimos implícitamente un pacto de ficción con un nuevo universo con el que nos comprometemos de forma temporal y transitoria, habitando una nueva realidad con sus reglas específicas y nuestra situación específica en ella. Podemos proponer como ejemplo, en el caso de los videojuegos, el pacto de ficción que asumimos al encender la videoconsola y comenzar a manejar a nuestro personaje, que no será más que una representación de una situación particular en el universo particular de ese juego específico. Cuando jugamos a *Super Mario World*, por ejemplo, debemos asumir nuestra nueva posición como verdadera o, dicho de otro modo, debemos jugar “como si” esa fuera nuestra verdadera posición: somos un fontanero que puede correr y saltar y, en ocasiones, incluso volar o lanzar bolas de fuego, y nuestro objetivo será recorrer distintos niveles hasta rescatar a una

princesa de manos de un villano que la tiene secuestrada¹⁶. Las reglas, como señala Huizinga, son “absolutamente obligatorias” pero, sin duda, “libremente aceptadas”. Una vez dado el paso de la libre aceptación de las reglas el juego comienza a absorbernos hasta convertirse en nuestra realidad más inmediata. De modo contrario, si suspendemos el pacto de ficción y rompemos la inmersión, dejaremos de jugar. En cierto sentido, el juego *hechiza* a quienes juegan y los atrapa en su propia lógica, lenguaje y representación.

Esta cuestión se encuentra íntimamente relacionada con los sentimientos de alegría y tensión a los que hace referencia en su definición Huizinga, los cuales encontramos en dicha obra relacionados con el factor estético inherente a los juegos del que trata en su estudio de los juegos como fenómeno cultural:

Dentro del campo de juego existe un orden propio y absoluto. He aquí otro rasgo positivo del juego: crea orden, es orden. Lleva al mundo imperfecto y a la vida confusa una perfección provisional y limitada. El juego exige un orden absoluto. La desviación más pequeña estropea todo el juego, le hace perder su carácter y lo anula. Esta conexión íntima con el aspecto de orden es, acaso, el motivo de por qué el juego, como ya hicimos notar, parece radicar en gran parte dentro del campo estético. El juego, decíamos,

¹⁶ La experimentación aparece aquí como un nuevo actante que será tratado en mayor profundidad en el capítulo 5, donde abordaremos también la noción de inmersión en relación a los videojuegos.

propende, en cierta medida, a ser bello. El factor estético es, acaso, idéntico al impulso de crear una forma ordenada que anima al juego en todas sus figuras. Las palabras con que solemos designar los elementos del juego corresponden, en su mayor parte, al dominio estético. Son palabras con las que también tratamos de designar los efectos de la belleza: tensión, equilibrio, oscilación, contraste, variación, traba y liberación, desenlace. El juego oprime y libera, el juego arrebatada, electriza, hechiza. Está lleno de las dos cualidades más nobles que el hombre puede encontrar en las cosas y expresarlas: ritmo y armonía. (Huizinga, J., 2007, p. 24).

El factor estético y el orden propio de los juegos aparecen aquí como un elemento central que trataremos como un nuevo actante de la comunidad y que tendremos en cuenta en el capítulo 4 en relación al universo simbólico de los videojuegos.

1.2. ROGER CAILLOIS: LOS JUEGOS Y LOS HOMBRES

En 1958 Roger Caillois, sociólogo francés, publicó su libro *Los juegos y los hombres. Las máscaras y el vértigo* donde elabora una extensa reflexión sobre el juego y sus implicaciones sociales y culturales en la que podemos encontrar una gran influencia de la obra de Huizinga. La definición de juego que plantea en su obra es la de *juego como actividad* a la que atribuye las siguientes características: libre, separada, incierta, improductiva, reglamentada y ficticia. Algunas de estas características ya aparecían en la

obra de Huizinga, como son la libertad, la improductividad, las reglas y el componente ficticio. La necesidad de entender los juegos como una actividad separada, es decir, limitada a un espacio y tiempo precisos y pactados de antemano, también aparece en Huizinga aunque de forma menos explícita. Caillois añade el factor de incertidumbre ya que considera que el desarrollo del juego no puede estar predeterminado, dada la libertad que debe dejarse a quienes juegan a la hora de inventar y desarrollar el transcurso del juego.

Podemos establecer una tabla comparativa de las características del juego atribuidas por Huizinga y Caillois respectivamente del siguiente modo:

Características del juego						
Huizinga 1938	Libertad	Límites propios	Fin en sí mismo	Improductividad	Reglas	Ficción
Caillois 1958	Libertad	Separación (límites propios)	Incertidumbre	Improductividad	Reglas	Ficción

Tabla 2: comparativa Huizinga y Caillois

Como podemos comprobar, a pesar de que a las obras de estos dos autores las separan dos décadas, ambos establecen una caracterización muy similar del juego. Lo que va a destacar la obra de Caillois respecto de la de Huizinga (además de su enfoque) es que Caillois establece una de las primeras clasificaciones de los juegos. Hoy en día esta clasificación se ha convertido en referencia clásica para los estudios centrados en este ámbito. Como él

mismo señala, existe una gran dificultad a la hora de definir el juego y establecer una clasificación que satisfaga todas las perspectivas. En palabras de Caillois:

La multitud y variedad infinitas de los juegos hacen perder, al comienzo, la esperanza de descubrir un principio de clasificación que permita distribuirlos a todos en un número reducido de categorías bien definidas. Además, los juegos presentan tantos aspectos diferentes que hay la posibilidad de múltiples puntos de vista. Caillois, p. 39.

La clasificación que propone Caillois se encuentra estructurada por cuatro secciones principales: *Agon* (competencia), *Alea* (azar), *Mimicry* (simulacro) e *Ilinx* (vértigo). Estas secciones pueden entenderse como cuadrantes regidos por un principio original dentro de los cuales se reúnen juegos de la misma especie estableciéndose, a su vez, entre dos polos opuestos que representan dos tendencias a las que se ven sometidos todos los juegos en mayor o menor medida: la *Paidia* y el *Ludus*. A continuación, pasaremos a exponer de forma más detallada estos conceptos.

Agon o competencia

Caillois define la competencia del siguiente modo:

Una lucha en que la igualdad de oportunidades se crea artificialmente para que los antagonistas se enfrenten en condiciones ideales, con posibilidad de dar un valor preciso e indiscutible al triunfo del vencedor. (Caillois, 1986, p.43).

Bajo esta categoría caen los juegos competitivos donde se practica la atención sostenida, la voluntad de ganar la competencia, se desarrolla una cierta disciplina y perseverancia y se pueden entrenar diversas capacidades. Esto último lo atribuye especialmente a los juegos infantiles donde parece entrenarse habilidades específicas.

Alea o azar

En este tipo de juegos «El destino es el único artífice de la victoria y, cuando existe rivalidad ésta significa exclusivamente que el vencedor se ha visto más favorecido por la suerte que el vencido» (Caillois, 1986, p. 48) ya que el resultado de los mismos no depende de quiénes juegan, sino que viene determinado por la suerte. Según Caillois, estos juegos son exclusivamente humanos. Podemos encontrar que el Agon y el Alea manifiestan actitudes opuestas y simétricas pero ambos obedecen a la misma ley: «la creación artificial entre los jugadores de las condiciones de igualdad pura que la realidad niega a los hombres» (Caillois, 1986, p. 51). En ambos casos, tanto en el Agon como el Alea, los seres humanos generan condiciones de igualdad artificial que no pueden ser vulneradas para el transcurso correcto del juego, en el caso del Agon, ninguna persona puede contar con una ventaja de partida que lo sitúe en una situación favorable respecto a sus contrincantes y, en el caso del Alea, tampoco pueden alterarse las condiciones del azar para favorecer a una u otra persona o de modo contrario se estaría socavando el objetivo del juego. Resulta de especial relevancia este hecho en relación a la característica del juego que Huizinga

denomina «ser de otro modo» y Caillois la «cualidad ficticia»: en ambos casos se genera un mundo con unas condiciones ideales, distinto del mundo cotidiano, a partir del cual «el jugador escapa del mundo haciéndolo otro» (Caillois, 1986, p. 52).

Mimicry o simulacro

Siguiendo con lo Mimicry hace referencia al carácter ilusorio de los juegos, a la ficción que suponen y a la suspensión de la realidad. Mimicry “en donde el sujeto juega a creer, a hacerse creer o hacer creer a los demás que es distinto de sí mismo” (Caillois, 1986, p. 52). Para el simulacro son sumamente importantes la mímica, entendida como imitación, y el disfraz (físico o simbólico). Con el simulacro, al sujeto también se le permite escapar del mundo pero, en lugar de *haciéndolo otro*, como en el caso del azar o la competencia, será *haciéndose otro* que sí mismo. Esta característica está relacionada con lo que se denomina el componente performativo del juego que también está presente en los videojuegos. El simulacro es el componente principal del teatro, los juegos de rol y la interpretación y pertenece tanto a quienes juegan como a quienes observan el juego.

Ilinx o vértigo

Los juegos de este último tipo se basan en la búsqueda del vértigo, del riesgo y de romper la estabilidad perceptiva provocando pánico y agitación. Un ejemplo muy claro son los juegos infantiles donde se gira con los brazos extendidos o las acrobacias circenses, el tobogán, los columpios y las volteretas. Caillois ofrece una interpretación moral de este tipo de juegos aduciendo que hay un gusto reprimido por el desorden y la destrucción, que “existe un vértigo de orden moral, un arrebató que de pronto hace presa del individuo” (Caillois, 1986, p. 60). Las ferias, los parques de atracciones, etc. son manifestaciones industriales de este tipo de juegos. En el ámbito de los videojuegos podemos encontrar pocas manifestaciones de este tipo de juegos en concreto, debido a su carácter físico. Sin embargo, en el museo de los videojuegos de Berlín podemos encontrar la *Pain Station*, una plataforma de videojuegos donde el riesgo, el vértigo y la amenaza del dolor físico toman un lugar central¹⁷.

Cada uno de estos cuatro grupos que propone Caillois contiene, como decíamos, internamente dos polos opuestos a los que tienden los diversos juegos que caen bajo esta clasificación: la paidia y el ludus. La paidia es un principio común de diversión, de improvisación libre, manifiesta cierta fantasía desbocada, es despreocupada y alegre. El ludus, por su parte, es la necesidad de establecer convencionalismos arbitrarios que limiten la paidia

¹⁷ Para más información sobre la *Pain Station* y su historia podemos visitar <http://www.painstation.de/> [Consulta: 27/12/16]

y que dificultan llegar al resultado deseado. Así, cuanto mayor tienda un juego a la paidia menos reglado y estructurado estará y viceversa, un juego con un gran componente de ludus contendrá mayores reglas y será más dificultoso llegar a completarlo. La distinción entre ludus y paidia no es excluyente, son tendencias en los juegos. Por ejemplo, los juegos de rol tienden a la paidia pero suelen contener un alto componente de ludus.

A continuación y para terminar, veremos un cuadro en el que Caillois establece una clasificación de diversos juegos para ilustrar su teoría.

	AGON	ALEA	MIMICRY	ILINX
	Competencia	Azar	Simulacro	Vértigo
PAIDIA	Carreras, luchas,	Rondas	Imitaciones	“Mareo”
Estruendo	etc. (Actividades	infantiles	infantiles,	infantil,
Agitación	no reglamentadas)	Cara o cruz	juegos de	ti vivo, sube
Risa loca	Atletismo		ilusión,	y baja, vals
			muñeca,	
	Boxeo, billar,		panoplias,	
	esgrima, damas,		máscara,	Volador,
	fútbol, ajedrez, etc.	Apuesta, ruleta,	disfraz	atracciones
Cometa	Competencias	de loterías simples,		de feria,
Solitarios	deportivas en	compuestas o	Teatro, artes	esquí,
Crucigramas	general.	de aplazamiento	del	alpinismo,
LUDUS			espectáculo	cuerda floja
			en general	

NOTA. En cada columna vertical, los juegos se clasifican de manera muy aproximativa en un orden tal que el elemento *Paidia* decrezca constantemente, en tanto que el elemento *Ludus* crece de manera también constante.

Tabla 3: Caillois, 1986, p. 79

Estos dos autores pueden considerarse los iniciadores de la reflexión en torno a los juegos y, a pesar de que sendos trabajos ya no pueden aplicarse a la totalidad de manifestaciones del juego que existen en la actualidad (en gran medida por la aparición de los videojuegos y toda su complejidad), sí que nos sirven para dar una perspectiva general y sentar las bases para el resto del estudio. Como hemos podido comprobar, ambos investigadores tienen una interpretación del juego muy similar que cuenta con muy escasas diferencias. Estas caracterizaciones del juego van a volver a aparecer a lo largo de los diversos enfoques sobre teoría del juego y del videojuego que veremos a continuación.

2. CARACTERÍSTICAS DEL VIDEOJUEGO

Podemos comenzar a abrir el videojuego como “caja negra” a partir de uno de los textos teóricos más representativos sobre el propio diseño de videojuegos: *The art of the computer game design* escrito por Christopher Crawford, diseñador de videojuegos y teórico, a finales del siglo pasado. En él, Crawford resaltaba la complejidad inmanente a los videojuegos destacando las características fundamentales de los mismos que no pueden ser dejadas de lado en su análisis: la representación, la interacción, el conflicto y la seguridad.

Si deseamos comprender los juegos y el diseño de los mismos, debemos primero establecer claramente una serie de fundamentos. Debemos definir lo que entendemos por juego. También debemos determinar las características fundamentales de todos los juegos. Después de discutir algunos de los obstáculos inherentes a este esfuerzo (...) voy a proponer un conjunto de atributos que caracterizan a todos los juegos. Percibo cuatro factores comunes a todos los juegos: primero representación (...) el juego como un sistema formal cerrado que representa de un modo subjetivo un subconjunto de la realidad. Segundo interacción, (...) a diferencia de los medios estáticos como la pintura o la fotografía o los dinámicos como el cine, la música o la danza, los videojuegos dotan a su público de una serie de causas y efectos que lo convierten en un medio interactivo más cercano a la hora de representar realidades. Tercero conflicto (...) esta característica

aparece de un modo natural a causa de la interacción. El jugador persigue un objetivo y los obstáculos impiden que lo consiga de un modo sencillo o directo. Cuarto seguridad (...) ya que los resultados de un juego siempre son menos dramáticos que las situaciones que el juego toma como referencia. (Crawford, 1984)

Tomaremos estos cuatro elementos como cuatro nuevos actantes de la comunidad. Si bien la capacidad interactiva y las mecánicas -la interacción- pueden entenderse como la parte central y definitoria del videojuego, éste rara vez se agota en ellas. Como señala Crawford, la representación -el universo simbólico del videojuego- desempeña un papel igual de importante que las mecánicas a la hora de su interpretación como artefacto cultural. También lo son el conflicto que presenta, que aquí abordaremos desde el punto de vista de la “narrativa”, y lo que él denomina “seguridad”, que trataremos de una forma más amplia como “experimentación” en nuestra investigación.

Desde que Crawford escribió a mediados de los años 80 del siglo pasado *The art of computer game design* los videojuegos han evolucionado significativamente. Estos avances no están referidos exclusivamente a los aspectos técnicos, sino que engloban un espectro más amplio de características que los avances técnicos, junto a la madurez alcanzada en la industria, han hecho posibles, como son la mayor complejidad de mecánicas, narrativas y personajes. Esta complejidad se ha visto reflejada

también en la gran variedad de enfoques teóricos que encontramos en la actualidad en el ámbito del diseño de juegos y los *game studies*¹⁸.

Como señala Isaac López Redondo en *¿Qué es un videojuego?* (2014)

Si tomamos como referencia alguna de las primeras máquinas que podían verse en los salones recreativos en los años 70 y las comparamos con los juegos de última generación, podemos constatar la gran evolución que el medio ha experimentado. Todos esos factores impiden considerar una única estructura para el videojuego. (López Redondo, 2014, p. 39.).

Isaac López Redondo (2014), a pesar de las dificultades que presenta el análisis de la estructura del videojuego, establece una categorización a modo de *radiografía del videojuego* que puede servir como punto de partida para quienes se acercan a este artefacto por primera vez con la intención de diseccionarlo y observar cuáles son sus componentes. Así, distingue entre componentes esenciales y componentes elementales del videojuego. Los componentes esenciales los toma de una clasificación previa que James Newman planteó en su obra *Videogames* (2005), a saber: gráficos, sonido, interfaz, *gameplay* (jugabilidad) e historia o argumento. A estos cinco le

¹⁸ Los términos «estudios videolúdicos» y «ludología» para referirse a los *game studies* están ganando aceptación en la actualidad, aunque no se ha consolidado como términos para hacer referencia a la disciplina de estudios académicos interdisciplinarios, enmarcada en el ámbito de los estudios culturales, enfocada en los juegos en un sentido amplio que incluye un enfoque diverso entre las ciencias de la computación, la antropología, la sociología, la psicología, etc. En la presente investigación preferimos emplear la terminología inglesa por resultar menos controvertida y más precisa en cuanto a su significado.

añade una clasificación de los componentes elementales que podemos encontrar en videojuegos: niveles, escenas o etapas, rondas, combates, sub-niveles o mini-juegos y jefes de final de fase.

Esta clasificación no es definitiva; como señalábamos, son muchos los enfoques acerca de qué es un videojuego y cuáles son sus elementos. Sin embargo, sí que nos resulta útil para poder trazar un mapa general e ir ampliando nuestra noción de videojuego y sus conexiones. Más adelante, en el tercer apartado del presente capítulo, continuaremos con un análisis pormenorizado de esta cuestión en relación al diseño de juegos y la jugabilidad, pero antes de pasar a ello debemos detenernos en un punto que nos ayudará a comprender mejor nuestro objeto de estudio a partir de profundizar en la complejidad de este artefacto tratando de ofrecer una panorámica de los distintos intentos de clasificación de los múltiples géneros de videojuegos que existen en la actualidad.

2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS VIDEOJUEGOS

Existe una gran controversia en torno a la clasificación de los videojuegos procedente de la complejidad del medio, la hibridación, las constantes innovaciones y la resistencia de muchos títulos a enmarcarse en una etiqueta estanca. Por ello, buena parte de las personas que se dedican a la investigación, la crítica o el periodismo en torno a los videojuegos en muchas ocasiones se niegan a comprometerse con una clasificación concreta, aunque generalmente se ven en la obligación de utilizar

referencias a géneros específicos para poder introducir cierto factor de orden y clasificación en la amalgama de videojuegos existente.

Los distintos géneros de videojuegos resultan relevantes para nuestra investigación no porque necesitemos establecer una clasificación cerrada, sino porque nos permiten plantear con mayor precisión cuestiones concernientes a los mismos. Como veremos más adelante, algunos de estos géneros concretos tendrán que tomarse en cuenta como actores relevantes de la comunidad en su relación con el análisis de género que aquí planteamos¹⁹.

Para establecer la clasificación de los distintos géneros de videojuegos vamos a basarnos en la obra de López Redondo (2014, pp. 46-61) ya que nos parece la más completa y detallada, pues recoge todas las clasificaciones más relevantes que se han llevado a cabo desde el campo de los *game studies*: la de Diego Levis, Michel Scholand, J.A. Estallo y finalmente la de James Newman. A continuación expondremos estas clasificaciones tal y como las plantea López Redondo en su texto.

Diego Levis (1997)

Juegos de lucha

“El juego consiste en una lucha, cuerpo a cuerpo, entre dos personajes elegidos y controlados por los jugadores” (p. 46)

¹⁹ Es el caso, por ejemplo, de los videojuegos de acción que tomaremos más adelante en este mismo capítulo como un objeto de estudio en sí mismo.

Beat'em all o juegos de combate “(...) [E]l verdadero objetivo de estos juegos consiste en eliminar a todos los adversarios que salen al encuentro del protagonista del modo más rápido posible para resolver todos los problemas y como el único medio para conseguir sobrevivir(...)” (p. 46).

Shoot'em all o juegos de disparo Consiste en disparar y abatir a los enemigos del protagonista utilizando un arma de fuego o similar.

Plataforma “Es el género por excelencia de las videoconsolas. (...) Al igual que en los juegos de combate, aquí el personaje debe avanzar (...) en cumplimiento de una misión. (...) El personaje puede ir recogiendo *súper poderes* y acumulando *vidas* que le permiten avanzar con mayor facilidad a través de los obstáculos (...) y los adversarios (...)” (p. 47).

Simuladores “El autor se refiere con este término principalmente a los simuladores de conducción. (...) Además de los diferentes simuladores de conducción de coches y motos (...) existe una amplia gama de simuladores de

	todo tipo”. (p. 48)
Juegos de deporte	“Desde el fútbol, del cual existen infinidad de programas destinados a todos los soportes, hasta el golf, pasando por el básquet, el tenis, el hockey sobre hielo o el béisbol, son muy pocos los deportes a los que no se puede jugar con un videojuego”. (p. 48-49).
Estrategia	“Los juegos de estrategia se apoyan en la duración y la reflexión. Existen diferentes tipos. (...) las aventuras gráficas, los juegos de rol, los juegos de guerra (o <i>war-games</i>) y los simuladores de sistemas.” (p. 49).
Juegos de sociedad	“Son adaptaciones de los juegos clásicos de salón –ajedrez, Solitario, Tres en raya, Bridge, Monopoly, Otelo, Scrabble y muchos otros-.” (p. 49).
Ludo-educativos	“Se trata de programas que combinan actividades lúdicas con contenidos educativos.” (p. 49).
Porno-erótico	“Son juegos basados en el erotismo y la pornografía” (p. 49).

Tabla 4: clasificación videojuegos. Diego Levis.

Michel Scholand (2002)

Juegos de aventura

“Presentan de forma más o menos trivial cambios, variaciones o ampliaciones de contenidos literarios. Las historias que se desarrollan en el juego suelen girar en torno al destino de un héroe o heroína” (p. 51).

Juegos de acción

“Este tipo de juegos requieren del jugador una concentración continua, reacción rápida y buena sincronización. El jugador ha de dejar fuera de combate o aniquilar a los adversarios haciendo uso de las armas disponibles.” (p. 51).

Juegos de reacción y destreza

“La destreza psicomotriz y la velocidad de accionamiento del joystick o cualquier otro dispositivo de control es crucial para influir en el desenlace del juego”. (p. 52)

Puzles y juegos de lógica

“Además de velocidad de reacción, exigen sobre todo habilidad de combinación, buena memoria, pensamiento lógico y sentido de la orientación”. (p. 52)

Simuladores

(Ya definido en D. Levis, ampliando la definición a juegos de economía, ecología y

		estrategia).
Infotainment tenimiento)	(info-	“No son juegos propiamente dichos. Son programas que (...) muestran e informan de algo de forma muy entretenida” (p. 52)
Edutainment tenimiento)	(edu-	“Son programas de carácter educativo que al mismo tiempo entretienen” (p. 52).

Otros géneros o tipos de juegos

Tabla 5: clasificación videojuegos. Michel Scholand.

Juan Alberto Estallo (1995) Establece cuatro grandes categorías (Juegos de arcade. Juegos de simulación. Juegos estratégicos. Reproducciones de juegos de mesa). Estas categorías las subdivide en otras para organizar los juegos según temática, desarrollo y grado de relación con la realidad. (Cfr. p. 53).

Juego de arcade	“Videojuegos cuya principal característica es la demanda de un ritmo rápido de juego, y que exigen tiempos de reacción mínimos, atención focalizada y un componente estratégico secundario” (p. 53).
------------------------	--

- **Juegos de plataformas**

- **Juegos de laberintos**

- **Juegos deportivos**

- **Dispara y olvida**

Juegos de simulación

Ya definidos. La distinción entre simuladores instrumentales y situaciones está planteada únicamente con miras al fin que persiguen estos videojuegos, siendo los instrumentales aquellos destinados al entrenamiento en habilidades funcionales como el entrenamiento de pilotos.

-**Simuladores instrumentales**

- **Simuladores situacionales**

Juegos estratégicos

“[E]l jugador adopta una identidad específica (un protagonista usualmente de ficción) y sólo conoce el objetivo final de juego.” (p. 56).

- **Aventuras gráficas**

- **Juegos de rol**

- **War-games**

Reproducciones de juegos

de mesa

Tabla 6: clasificación videojuegos. Juan Alberto Estallo.

Finalmente, López Redondo expone la clasificación de James Newman tomándola como la más concluyente. Una clasificación similar, señala López Redondo, es la que podemos encontrar en las revistas digitales y páginas web dedicadas al análisis y críticas de videojuegos.

James Newman (2005)

Action and Adventure	Acción y aventura
Driving and Race	Conducción y carreras
First-Person-Shooter	Disparos en primera persona
Platform and Puzzle	Plataformas y puzzles
Roleplaying	Rol
Strategy and Simulation	Estrategia y simulación
Sports and Beat'em'ups	Deportes y combate

Tabla 7: clasificación videojuegos. James Newman.

De todas estas clasificaciones la de James Newman es la más utilizada actualmente, aunque cualquiera de las otras es igualmente válida ya que las pocas diferencias que encontramos en ellas no resultan especialmente relevantes para la comprensión de los videojuegos como artefactos culturales.

3. JUGABILIDAD²⁰ Y DISEÑO DE JUEGO: LAS PERSPECTIVAS MDA Y *RULES OF PLAY*

Las mecánicas pueden considerarse otro de los actantes más relevantes dentro de esta comunidad, debido a que constituyen el elemento fundamental que diferencia los videojuegos de otros medios culturales digitales, como pueden ser las películas o los libros digitales interactivos, ya que son precisamente las mecánicas las que posibilitan que podamos jugar. Explicado de una forma sencilla, las mecánicas pueden entenderse como las reglas que definen el tipo de interacción que desde la fase de diseño se espera que tengan los/as jugadores/as con el entorno del juego y/o entre sí, en el caso de que sea un videojuego tipo multijugador. En el presente apartado, vamos a proceder a analizar dos de las principales corrientes actuales sobre el diseño de juegos donde plantaremos su concepción de las mecánicas (las reglas de juego) en relación con otros elementos del mismo.

3.1. MARCO MDA PARA EL ANÁLISIS DE VIDEOJUEGOS

La metodología del marco MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics o, en castellano, Mecánicas, Dinámicas y Estética) fue propuesta en 2004 por LeBlanc, Hunicke y Zubet como un modelo metodológico que puede

²⁰ Se emplea aquí el término «jugabilidad» que se ha asentado como traducción al castellano del término inglés *gameplay*. No obstante, es necesario señalar que este término se utiliza muy a menudo en un sentido axiológico o valorativo en contextos de la crítica especializada de videojuegos para evaluar la experiencia de los/as usuarios/as, aunque aquí se emplea el concepto en un sentido descriptivo. El sentido que le damos es el que tiene *gameplay* en inglés, a saber, el modo específico en que se interactúa con el juego que viene definido por las reglas del juego y las conecta con la experiencia del jugador/a.

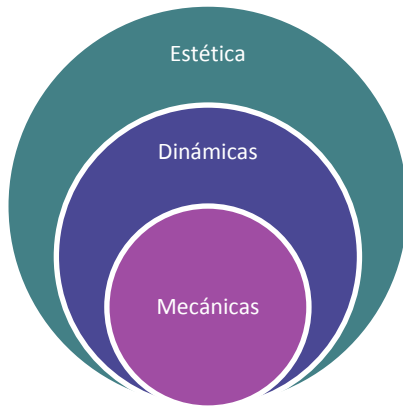
clarificar importantes aspectos del proceso de diseño de videojuegos y que resulta de gran utilidad a la hora de abordar los videojuegos en su especificidad. A diferencia de lo que sucede con otros artefactos culturales o productos de entretenimiento digital, el consumo o uso de los videojuegos es bastante impredecible ya desde el proceso de diseño e incluso cuando el producto está terminado. El hecho de que así sea queda explicado de forma ilustrativa a partir del marco MDA dado que esta propuesta metodológica pasa por tomar los videojuegos como artefactos culturales y no como medios de transmisión unidireccionales objeto-usuario.

Los videojuegos requieren de cierto comportamiento por parte de quienes los utilizan y, a su vez, manifiestan cierto tipo de comportamiento por sí mismos. Son artefactos que *se mueven y mueven a la acción*. Para explicar esto, el marco MDA propone tres elementos clave a la hora de analizar los videojuegos en cuanto artefactos. Estos tres elementos pueden ser comprendidos como distintas perspectivas del juego que son diferentes entre sí pero que, a su vez, se encuentran causalmente conectadas. Pasemos a definir cada uno de estos elementos siguiendo a LeBlanc, Hunicke y Zubet (2004):

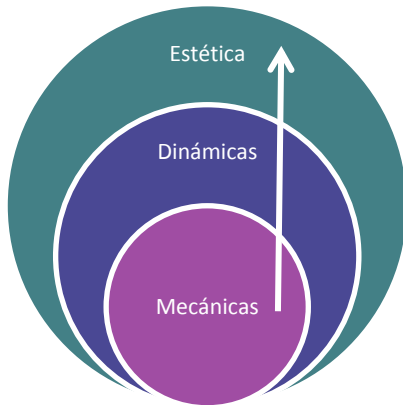
- **Mecánicas:** describen los componentes particulares del juego, a nivel de representación de datos y algoritmos.
- **Dinámicas:** describen el comportamiento de las mecánicas al ejecutarse operando sobre las acciones de los jugadores y las interacciones entre los mismos.

- **Estética:** describe la respuesta emocional deseable que el sistema de juego debería evocar en el jugador o jugadora a partir de su interacción con el mismo. Es decir, la estética en el marco MDA no hace referencia al aspecto visual del juego, sino al tipo de experiencia que sería deseable que tuvieran quienes interactúan con él. Por ejemplo la diversión, la frustración, el terror, etc.

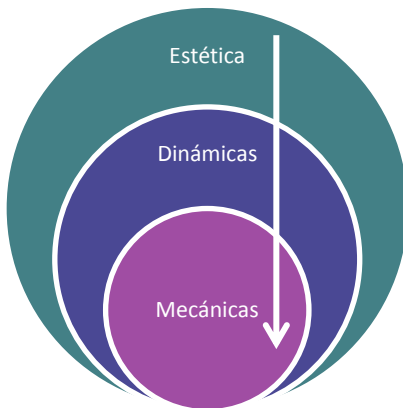
Cada uno de estos componentes, como decíamos, es independiente pero no puede ser tomado al margen de los otros tanto a nivel de diseño de juego como de consumo del mismo. Desde la perspectiva del diseño, las mecánicas dan lugar a un sistema de comportamiento dinámico que, a su vez, genera una experiencia estética particular. Desde el punto de vista de quienes juegan determinado videojuego, la estética será el componente que marcará la pauta del juego y podrá ser constatada en la dinámica observable y, en última instancia, en las operaciones de la dinámica. Así, cada uno de estos tres niveles será experimentado de forma distinta si nos posicionamos en la perspectiva del diseño o en la perspectiva de juego. Podemos entenderlos como tres capas o niveles de profundidad, situando en el centro, en el nivel más profundo, las mecánicas como base del juego, las dinámicas en un segundo nivel y la estética en el último:



Como señalábamos, la perspectiva del diseño tendría la siguiente forma:



Mientras que la perspectiva del usuario/a del juego sería la siguiente:



El marco MDA tiene como objetivo principal la comprensión de las relaciones entre estos distintos niveles que permita, por un lado, un análisis más preciso de los videojuegos como artefactos, y, por otro lado, un diseño de juegos que contribuya a generar una mayor coherencia entre los distintos elementos. Como podemos ver, este marco conduce a un tipo de diseño iterativo debido, principalmente, a que durante el proceso de diseño las diseñadoras/es sólo tienen control directo sobre las mecánicas de juego, pero deben suponer una estética (la respuesta emocional esperada en quienes juegan) y unas dinámicas que son difícilmente controlables. Por ello, las constantes pruebas y rediseños de mecánicas devienen necesarios para evaluar las distintas dinámicas que generan y, por tanto, acercarse más a la estética buscada. Este enfoque ha tenido buenos resultados en el análisis y diseño de videojuegos, aunque no da cuenta de otros aspectos del diseño de juegos como la narrativa o la influencia de la tecnología en el proceso de diseño.

Richard E. Ferdig propuso en *Handbook of Research on Effective Electronic Gaming in Education* (2009) el marco DPE (Design, Play and Experience, diseño, juego y experiencia en castellano) como un intento de ampliar el marco MDA incluyendo algunos de los aspectos que éste no trata, como la narrativa.

Para el análisis particular que ocupa la presente investigación, la cuestión más destacable del enfoque MDA es la falta de control que se tiene desde la fase de diseño de cuál va a ser la experiencia (la estética) de juego y cuáles son las dinámicas que van a propiciarla. Esto es importante porque a la hora

de analizar un videojuego vamos a encontrarnos con sesgos de género en el modo en que se juega que no estaban previstos durante la fase de diseño y que son producto de las dinámicas que quienes juegan a dicho videojuego están generando²¹.

3.2. ENFOQUE DE SALEN Y ZIMMERMAN EN *RULES OF PLAY*

Salen y Zimmerman presentaron, también en 2004 el libro *Rules of Play* como un manual académico de diseño de juegos en un sentido amplio, donde los videojuegos son tomados como un tipo más de juegos entre otros. Aunque en esta obra podemos encontrar una gran cantidad de referencias a videojuegos, el verdadero enfoque está puesto en los juegos multijugador lo que resulta de especial interés para nuestra investigación.

Podemos tomar esta obra como una de las principales referencias actuales en *game studies* y en diseño de juegos. De ella se destaca la multiplicidad de perspectivas y disciplinas a las que recurren sus autores: además de contar con un sólido marco conceptual de teoría de juegos, se abordan cuestiones propias de la psicología, la semiótica, las matemáticas, la teoría informacional la teoría de sistemas entre otras. Salen y Zimmerman aglutinan estas múltiples miradas al mundo de los juegos con un objetivo claro: denotar la importancia del trabajo interdisciplinar en los *game studies* y buscar e identificar las herramientas conceptuales que son

²¹ Profundizaremos en esta cuestión más adelante en el presente capítulo, en el apartado dedicado a las mecánicas y la brecha digital de género así como en el apartado referido a la influencia de las mecánicas en las posibilidades de relación de la comunidad.

verdaderamente relevantes para conseguir un mejor diseño de juego, basándose en sus características específicas y particulares. Tal y como señalan: «Una de nuestras intenciones principales es comprender qué caracteriza propiamente a los juegos y qué hace el diseño de juegos único como campo de estudio»²². (Salen y Zimmerman, 2004, p. 3).

La presentación del libro está pensada para su uso como material de consulta tanto para personas pertenecientes al ámbito del diseño de juegos como para aquellas pertenecientes a ámbitos académicos, especialmente, como decíamos, al de los *game studies*. Así, encontramos el libro dividido en cuatro secciones o unidades, la primera de las cuales está dedicada a aclarar o exponer los conceptos nucleares de su teoría mientras las tres siguientes se dedican a indagar conceptualmente en los tres pilares sobre los que se asienta el texto: reglas, juego y cultura. Estos tres conceptos son definidos como esquemas, entendiendo esquemas como una manera de organizar y encuadrar el conocimiento.

A los esquemas se les atribuyen las siguientes características: contienen variables, proveen un marco que puede integrar nueva información, pueden ser contenidos unos dentro de otros, contienen diversos niveles de abstracción y distintos puntos de vista del mismo objeto y representan conocimiento más que definiciones. Según los autores, estos tres esquemas podrían definirse como:

²² Traducción propia.

RULES: contains formal game design schemas that focus on the essential logical and mathematical structures of a game.

PLAY: contains experiential, social, and representational game design schemas that foreground the player's participation with the game and with other players.

CULTURE: contains contextual game design schemas that investigate the larger cultural contexts within which games are designed and played.

(Salen y Zimmerman, 2004, p. 4)²⁴

Resumiendo, las reglas hacen referencia a la organización formal del sistema diseñado, el juego a las experiencias concretas de los individuos con el sistema y la cultura al contexto general donde el sistema está inserto.

Dada la extensión y variedad de temas que se abordan en *Rules of play*, vamos a proceder a trazar una panorámica de los conceptos más importantes que nos resultan de utilidad para nuestro análisis.

²⁴ Traduciéndolo al castellano, podemos decir que las reglas contienen esquemas formales de diseño de juego centrados en las estructuras lógicas y matemáticas del juego. El juego [*play*] contiene esquemas de diseño de juego [*game design*] experienciales, sociales y representacionales donde se pone en primer plano la participación del jugador/a con el juego y con otros/as jugadores/as. Finalmente, la cultura contiene esquemas de diseño de juego contextuales que indagan en los contextos culturales más amplios dentro de los cuales los juegos son diseñados y jugados.

JUEGOS Y VIDEOJUEGOS

Salen y Zimmerman llevan a cabo un recorrido por distintas definiciones de juego que se han dado a lo largo de la historia para terminar definiendo el juego de la siguiente manera: «Un juego es un sistema con el que los/as jugadores/as entran en un conflicto artificial, definido por reglas, que da lugar a un resultado cuantificable.²⁵» (Salen y Zimmerman, 2004, p. 93). Examinemos cada uno de los conceptos presentes en esta definición siguiendo el texto de Salen y Zimmerman (Cfr. 2004, p. 93):

- **Sistema:** los autores entienden sistema como la interrelación de distintas partes para formar un todo. Profundizaremos en la noción de juego como sistema un poco más adelante.
- **Jugadores/as:** utilizan el concepto de jugador/a en la definición de juego para hacer énfasis en que la finalidad de la interacción que tienen los jugadores/as con el sistema de juego es obtener una experiencia de juego, “experience the play of the game”.
- **Artificial:** aunque los juegos tienen lugar en el mundo real, la artificialidad es una de sus características en cuanto que generan una frontera entre lo que sucede en el “mundo real” y en el mundo del juego. Esta noción ya la encontrábamos en Huizinga.
- **Conflicto:** todo juego incorpora una lucha de poder que puede tomar diversas formas (cooperación, competición, etc.).

²⁵ Traducción propia.

- **Reglas:** generan una estructura que permite que el juego surja y delimitan lo que se puede o no hacer.
- **Resultado cuantificable:** los juegos se distinguen de otras actividades lúdicas menos formales por el hecho de que su resultado está cuantificado a pesar de que no siempre se pierda o se gane.

Los videojuegos, como señalábamos antes, son tratados en esta obra como uno de los tipos de juegos que existen a los que se les atribuyen determinados rasgos característicos como la interacción inmediata y delimitada, la manipulación de información, los sistemas complejos automatizados que integran o la comunicación en red. Los componentes físicos de los videojuegos, la tecnología digital, son tomados como un elemento más del sistema de juego.

JUEGO COMO SISTEMA

La naturaleza sistémica de los juegos se hace evidente desde este marco de comprensión que proponen Salen y Zimmerman.

Proponen una definición de sistema como un conjunto de partes interrelacionadas para formar un todo que cuenta con distintos elementos: objetos, atributos, relaciones internas y contexto.

Comprender los juegos como sistemas no sólo nos ayuda a comprender su estructura formal, sino que además nos ayuda a subrayar una cuestión importante para los investigadores en relación a los juegos: ¿qué es lo que se investiga? ¿El sistema, sus operaciones o sus contextos? Así, podemos

interpretar los *game studies* en relación a este marco de modo que se pueda determinar si se estudia 1) las cualidades formales de los juegos 2) cómo los jugadores experimentan las cualidades formales de los juegos y sus resultados o 3) las formas de las actividades del jugador o la posición el juego dentro de un contexto cultural general. Los autores articulan un gran número de esquemas de diseño de juego que proveen marcos para la comprensión de los aspectos formales, experienciales y culturales de los juegos. (Cfr. Salen y Zimmerman, 2004, p. 68).

JUEGO SIGNIFICATIVO

El concepto más importante del libro probablemente sea el de “juego significativo” (*meaningful play*) que, según los autores, debe ser el objetivo de todo diseño de juego. Podemos caracterizar el juego significativo como aquello que emerge en la interacción entre los/as jugadores/as y el sistema de juego, así como del contexto en que se juega al juego. Se establecen dos tipos de juego significativo o, más bien, dos tipos de aproximaciones a este concepto: descriptiva y evaluativa.

Descriptiva:

El *juego significativo* surge de la relación entre las acciones de el/la jugador/a y las reacciones del sistema; se trata del proceso por el cual el/la jugador/a realiza una acción dentro del sistema de un juego y el sistema responde a dicha acción generando un resultado de la misma. El significado de la acción en un juego reside pues en

la relación entre acción y resultado.”²⁶ (Salen y Zimmerman, 2004, p. 52).

Evaluativa:

El juego significativo tiene lugar cuando las relaciones entre las acciones y sus resultados en un juego son discernibles y están integradas en un contexto de juego más amplio. El término "significativo" tienen en este sentido menos que ver con la construcción semiótica del significado (cómo se crea el significado) y más con la experiencia emocional y psicológica surgida de introducirse/habitar en un sistema de juego bien diseñado.²⁷ (Salen y Zimmerman, 2004, p. 52).

Con discernible hacen referencia a que se puede percibir de forma inmediata el resultado de una determinada acción y con integración se refieren a que el resultado de una determinada acción debe estar enlazado con el sistema de juego en su conjunto.

²⁶ Traducción propia.

²⁷ Traducción propia.

CÍRCULO MÁGICO

Otro concepto clave que Salen y Zimmerman utilizan es el de “círculo mágico”, el cual toman y adaptan de la obra de Johan Huizinga *Homo ludens*. “Jugar a un juego significa entrar en un círculo mágico, o quizás crear uno según el juego comienza”. Los autores defienden que la magia de este círculo se debe a la nueva realidad que se genera en el momento de jugar, una realidad transitoria que obedece a sus propias reglas y que tiene lugar dentro de unos límites precisos (el entorno del juego, el círculo mágico). Una vez ha entrado en acción el círculo mágico, los diversos componentes del juego, ya sean las piezas del tablero de ajedrez o la música del juego digital, comienzan a representar algo muy específico según van cayendo bajo el hechizo de las reglas y adquieren significados concretos para quienes juegan que guían el transcurso del juego. Para jugar es necesario desarrollar una *actitud lúdica*²⁸ -*lusory attitude*- un estado mental en el que, aun sabiendo que no es verdadero, se acepta el juego como real y se aceptan las reglas y las limitaciones impuestas por el juego por el simple placer de jugar. Tal y como se señala en *Rules of play*:

Jugar a un juego es en un muchos aspectos un acto de "fe" que concede al juego su sentido especial, pues sin jugadores dispuestos el juego es meramente un sistema formal que espera ser habitado, del mismo modo que una partitura aguarda ser ejecutada. A partir

²⁸ Aunque este término no pueda tomarse como una traducción totalmente correcta, tomamos esta traducción al castellano de la expresión inglesa “*lusory attitude*” como la más cercana a representar su significado.

de esta noción puede sostenerse que el juego es una clase de contrato social. Decidir jugar a un juego implica crear de la nada una autoridad arbitraria que sirve para guiar y dirigir el juego. El momento en que se toma esta decisión puede ser ciertamente mágico.²⁹ (Salen y Zimmerman, 2004, p. 110).

Esta noción ha sido utilizada en múltiples ocasiones en el ámbito de los *game studies*, apareciendo con distintas nomenclaturas en otras obras, como “realidad de segundo orden” o *holding power*. La noción de Huizinga tiene grandes connotaciones místicas en gran medida porque fue propuesta en *Homo ludens* a la hora de comparar el juego con los rituales religiosos pero, como ya vimos en el análisis de la obra de Huizinga, preferimos un acercamiento a este término más orientado hacia los conceptos de inmersión, orden y universo simbólico. Será bajo esta perspectiva, y no bajo la perspectiva religiosa a la que hacen referencia Salen y Zimmerman, como trabajaremos la noción de círculo mágico en referencia a la experimentación y la inmersión más adelante en capítulo 5.

²⁹ Traducción propia.

4. MECÁNICAS Y BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Comprender las mecánicas y tener un buen control sobre las mismas (sobre cómo funcionan, las acciones que nos permiten realizar y cómo utilizarlas) es un requisito indispensable para una buena experiencia de juego. Nuestra destreza con las mecánicas de juego determinará en gran medida nuestro éxito o fracaso en el juego mismo. De una forma sencilla, y para resumir, podríamos decir que comprender y utilizar adecuadamente las mecánicas es lo mismo que *saber jugar*. En este punto resulta interesante destacar que esa destreza con las mecánicas se encuentra directamente relacionada con la destreza digital de los/as propios/as jugadores/as: a mayor complejidad de mecánicas mayor destreza digital se requiere no sólo para jugar, sino también, y esto es muy importante, para disfrutar del juego. A pesar de que la dificultad de un videojuego no estriba únicamente en la complejidad de sus mecánicas, la brecha que impide a muchas personas disfrutar de cierto tipo de videojuegos se encuentra precisamente en su falta de destreza digital para dominar las mecánicas del mismo.

Esto es relevante desde el punto de vista de género porque encontramos que los videojuegos orientados a un público masculino cuentan con mecánicas más complejas que los videojuegos orientados específicamente a un público femenino, presuponiéndoles una mayor destreza digital a los primeros que a las segundas³⁰.

³⁰ Dada la dificultad presente en encontrar videojuegos orientados específicamente a un público femenino en etapas posteriores a la infancia, este análisis se ha llevado a cabo

Esta desigualdad es especialmente palpable en los videojuegos orientados a un público infantil. Si analizamos los videojuegos para niñas podremos comprobar que sus mecánicas son muy simples y requieren de habilidades digitales básicas como hacer doble click, arrastrar el ratón, escribir, etc. Los videojuegos de la plataforma en línea “Juegos de chicas”³¹ son un claro ejemplo de ello, además de otros muchos videojuegos orientados específicamente a un público femenino como *Patito feo: el juego más bonito*, donde se hace mucho más énfasis en las habilidades sociales, la preocupación por la estética o por ser “divina o popular”, como anuncian en la publicidad del mismo.

Este diseño o adaptación de las mecánicas “para niños” o “para niñas” además de responder a un claro sesgo de género, está contribuyendo a reproducir desigualdades entre ambos sexos. Si tomamos en cuenta que en la infancia resulta fundamental el entrenamiento de habilidades durante el juego, con este tipo de diseño de mecánicas a las niñas se les priva del mismo, mientras que a los niños se les entrena en el desarrollo de habilidades digitales de forma temprana y cada vez más compleja.

Este hecho no sólo afecta a la infancia, dado que los videojuegos ayudan a desarrollar habilidades y destrezas (además de las digitales) a lo largo de toda la vida. La bióloga Daphne Bavelier ha desarrollado múltiples

atendiendo a la retórica de la comunicación más que a la intencionalidad específica de las desarrolladoras a la hora de producir el videojuego en cuestión (con desarrolladoras hacemos referencia a las empresas desarrolladoras de videojuegos a no ser que se indique lo contrario).

³¹ Disponible en <http://www.juegosdechicas.com/> [Consulta: 12-2014]

investigaciones sobre cómo jugar a videojuegos tiene repercusiones positivas en quienes juegan. La investigación de Bavelier se centra principalmente en los videojuegos de acción y en su capacidad para mejorar la visión, la atención y los procesos cognitivos. Estos videojuegos requieren avanzar de la forma más rápida posible a través de niveles, atacar a enemigos y resolver problemas con distintos niveles de complejidad. Normalmente en este tipo de videojuegos los reflejos, la coordinación y el reconocimiento de patrones son las habilidades básicas que se deben poner en práctica para conseguir avanzar. En 2003 Bavelier publicó los resultados de una serie de experimentos orientados a determinar cómo influye jugar a este tipo de videojuegos para los procesos de atención visual y determinó importantes mejoras de estas habilidades, incluso en personas que nunca habían jugado a este tipo de videojuegos y que se habían entrenado durante un periodo de tiempo con los mismos (Greeny Bavelier, 2003).

Los videojuegos de acción, incluso en la actualidad, están orientados a un público masculino, por lo que son los varones quienes principalmente se benefician de este entrenamiento y de sus ventajas³². Prueba de ello son tanto la publicidad, como los personajes protagonistas de estos juegos o la retórica de la estética de los mismos. En el siguiente apartado pasaremos a

³² En la plataforma “Juegos de chicas” que mencionábamos no encontramos ningún videojuego de este tipo, por ejemplo, mientras en la plataforma “Games for boys” (www.gamesforboys.net) este es el género mayoritario con 2331 videojuegos disponibles para jugar online.

analizar el estado actual de la brecha de género en los videojuegos de acción.

4.1. VIDEOJUEGOS DE ACCIÓN Y BRECHA DE GÉNERO

A lo largo de los últimos años hemos asistido a una mayor incorporación de personajes femeninos en los juegos de acción que responde, en gran medida, a una toma de conciencia de la industria de esta brecha de género. Cada vez son más mujeres las que juegan a videojuegos y, como ya pudimos comprobar en el Capítulo 2 de la presente investigación, en la actualidad representan aproximadamente la mitad de las personas videojugadoras en los países estudiados.

Con el fin de constatar cuáles han sido estos cambios que se han producido en los videojuegos de acción hemos analizado cinco videojuegos de este tipo. Para seleccionar estos cinco videojuegos concretos nos hemos basado en la lista de los videojuegos más vendidos según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI)³³ durante el año 2016, cruzándolos con la lista de los mejores videojuegos de acción de una de las más reconocidas revistas digitales especializadas en videojuegos³⁴. Las variables que hemos tenido en cuenta para el análisis han sido: título, fecha de lanzamiento, código PEGI³⁵, género y modos de juego (multijugador/un solo jugador). Además de estos datos, hemos llevado a cabo un análisis retórico con una perspectiva de

³³ <http://www.aevi.org.es/> [Consultada 05-2017]

³⁴ www.3djuegos.com [Consulta: 05-17]

³⁵ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

género de la portada y el tráiler de lanzamiento de estos juegos, teniendo en cuenta los personajes femeninos y masculinos que aparecen en ambos casos y cómo se presentan. Finalmente, hemos incluido la variable de personajes femeninos y masculinos jugables en modo de un jugador y multijugador.

Los videojuegos seleccionados han sido: *Call of duty: black ops III*, *Uncharted 4: a thief's end*, *Battlefield 1*, *Watch dogs 2* y *Rise of the Tomb Raider*. Todos ellos pertenecen al grupo de videojuegos más vendidos de 2016 y han sido seleccionados entre los mejores videojuegos de acción por la revista digital anteriormente mencionada. En todos los casos, estos videojuegos fueron lanzados al mercado en 2016 excepto *Call of duty: black ops III* que fue lanzado en 2015, pero dado que permaneció en el número uno de los videojuegos más vendidos durante tres meses consecutivos, incluyendo enero de 2016, consideramos apropiado incluirlo en nuestra selección.

Veamos el análisis de los mismos y los resultados que nos ofrece.

Call of duty: Black ops III Nov 2015 PEGI 18 Acción Shooter
 ✓ Un jugador
 ✓ Multijugador



Portada de la carátula (para PS4)

Aparece un soldado sentado, en posición agresiva, con una armadura futurista, guantes, rodilleras, casco, gafas y dos armas. El soldado es un varón blanco, joven, desaliñado y parece ensangrentado en la mejilla. Los colores predominantes son el negro y el naranja, las letras del título del juego son blancas.

Tráiler de lanzamiento

Mayoría de personajes masculinos. Se presenta como protagonista de la historia a un personaje masculino. Sólo hay un primer plano a un personaje femenino, el resto aparecen de espaldas, de perfil o de fondo, junto al personaje masculino. La voz en off del tráiler es la de un varón.

Personajes femeninos jugables³⁶

Un jugador: 1

Multijugador: 3

Personajes masculinos jugables

Un jugador: 1

Multijugador: 7

³⁶ Número de personajes que pueden elegirse para jugar con ellos en los distintos modos de juego. Las diferencias entre el modo de juego de un jugador y multijugador es que en el segundo se puede jugar con otras personas a través de una conexión en línea o en modo local.

Uncharted 4: a thief's end	Lanzamiento: mayo 2016	PEGI 16	Acción Aventura Shooter	✓ Un jugador ✓ Multijugador
----------------------------------	---------------------------	------------	-------------------------------	--------------------------------



Portada de la carátula (para PS4)

Aparece un hombre blanco, joven, con algo de sangre en la frente y el pelo corto. Lleva una camiseta con algunos botones abiertos en el cuello, mangas largas recogidas y unos pantalones vaqueros. Se encuentra de pie en medio de la portada, mirando hacia abajo (donde está el título del juego escrito en letras blancas) y lleva una pistola en la mano derecha. El paisaje de fondo es similar a una jungla, con

vegetación tropical.

Tráiler de lanzamiento

Mayoría de personajes masculinos (3) frente a los femeninos (2). Ninguno de los personajes femeninos tiene voz en el tráiler. Las voces corresponden al protagonista y otros personajes masculinos que dialogan con él.

Personajes femeninos jugables

Un jugador: 0

Multijugador: 2

Personajes masculinos jugables

Un jugador: 2

Multijugador: 8

Battlefield 1	Lanzamiento: oct 2016	PEGI 18	Acción Shooter	✓ Un jugador ✓ Multijugador
---------------	-----------------------	---------	----------------	--------------------------------

Portada de la carátula (para PS4)



Aparece un hombre negro, joven, con el pelo rapado y muy alto. Lleva un uniforme militar, con capa, camisa y pantalón oscuros y va muy armado. En su mano derecha lleva una pistola con la que apunta al frente y en su mano izquierda lleva una maza con pinchos. En su cinturón lleva múltiples tipos de armas.

Tráiler de lanzamiento

Mayoría de personajes masculinos. Se presenta como protagonista de la historia a un personaje masculino. Sólo hay un primer plano a un personaje femenino, el resto aparecen de espaldas, de perfil o de fondo, junto al personaje masculino. La voz en off del tráiler es la de un varón.

Personajes femeninos jugables

Un jugador: 0

Multijugador: 0

Personajes masculinos jugables

Un jugador: 6

Multijugador: personalizables

Watch dogs 2

Lanzamiento:
nov 2016

PEGI
18

Acción
Shooter

✓ Un jugador
✓ Multijugador

Portada de la carátula (para PS4)



En el centro de la carátula, de espaldas y mirando hacia la ciudad de San Francisco, aparece un hombre joven, cercano a la treintena, negro, con la cara tapada, gorra con visera, gafas de sol, auriculares y ropa urbana (vaqueros largos, zapatillas deportivas, chaqueta azul y camiseta blanca). Va cargado con una mochila donde parece llevar un ordenador portátil adornada con chapas de colores. En la mano derecha lleva un Smartphone y en la izquierda una pistola. Delante de él, también de

espaldas y mirando la ciudad, se encuentran dos personas: a su izquierda un chico blanco en pose relajada, con las manos apoyadas en la cabeza y las piernas abiertas, con una camiseta negra de manga larga recogida, pulseras, vaqueros y un chaleco con un parche negro y rojo en la espalda (tiene un símbolo dibujado y en su conjunto parece imitar la bandera del movimiento okupa). A su derecha hay una chica blanca que lleva un spray de grafitis en la mano izquierda, se tapa la cabeza con una capucha y lleva pantalones muy cortos vaqueros, con calcetines por encima de la rodilla y botas.

Tráiler de lanzamiento

Mayoría de personajes masculinos. El protagonista del tráiler coincide con el protagonista del videojuego. En el tráiler aparecen muchas personas de fondo ya que está ambientado en la ciudad de San Francisco, también aparecen en fragmentos de programas de televisión ficticios. Entre los personajes que parecen tener una importancia relevante para la trama según el tráiler, encontramos cinco varones y dos mujeres (sólo una de ellas del lado del protagonista, mientras la otra se presenta como una antagonista).

Personajes femeninos jugables

Un jugador: 0

Multijugador: 0

Personajes masculinos jugables

Un jugador: 1

Multijugador: 1

Rise of the
Tomb
Raider

Lanzamiento:
oct 2016

PEGI
18

Acción
Shooter

✓ Un jugador
X Multijugador



Portada de la carátula (para PS4)

En el centro de la carátula aparece la protagonista del videojuego, una mujer joven, blanca, castaña, de pelo largo y delgada. Viste con atuendos de exploradora, abrigo, pantalón largo y botas altas. Lleva un arco y un carcaj con flejas a la espalda, en la mano derecha sostiene un piolet y en la izquierda una antorcha. Se encuentra adentrándose en una cueva en medio de una tormenta de nieve.

Tráiler de lanzamiento

Mayoría de personajes masculinos. La protagonista del tráiler coincide con la protagonista del videojuego. Aparecen dos personajes femeninos, la protagonista y otra mujer. Ambas tienen voz en el tráiler. Los personajes masculinos aparecen en su mayoría como parte de un grupo antagonista (vestidos con colores oscuros, con la cara tapada en muchas ocasiones y armados). Dos de ellos, colaboradores de la protagonista (uno de ellos es su padre) tienen voz, mientras del grupo antagonista sólo tiene voz uno.

Personajes femeninos jugables

Un jugador: 1

Multijugador: X

Personajes masculinos jugables

Un jugador: 0

Multijugador: X

Aunque por el momento no ha habido grandes cambios, la industria está tratando de incorporar poco a poco al público femenino entre su público objetivo a la hora de diseñar videojuegos. Algunas de las medidas que se están adoptando para cumplir con estos objetivos parecen ser las siguientes:

- Inclusión de cada vez un mayor número de personajes jugables femeninos (personajes que pueden manejarse en el juego y que no forman parte únicamente del escenario).
- Inclusión de cada vez un mayor número de personajes no jugables femeninos con nombre propio, historia y voz en la trama.
- La estética de los personajes femeninos en estos videojuegos, a pesar de que continúa en la mayor parte de los casos estereotipada y en muchas ocasiones hipersexualizada, cada vez intenta ser más realista.

Estas medidas se están implementando paulatinamente, pero no lo están haciendo de forma generalizada en todos los videojuegos, afectando esta situación especialmente a los videojuegos de acción donde los cambios están siendo más lentos y donde todavía encontramos una gran brecha de género. En el Capítulo 4 de la presente investigación dedicado al análisis del universo simbólico de los videojuegos (más desarrollado que el que acabamos de realizar en lo referente a videojuegos de acción) llevaremos a cabo una serie de propuestas para ampliar estas medidas y mejorar la situación actual.

Como podemos comprobar, excepto en el caso de *Rise of the Tomb Raider*, el resto de videojuegos que hemos analizado está protagonizado por un

varón, siendo dos de ellos blancos y dos de ellos negros, algo poco habitual anteriormente en los videojuegos. De hecho, tras el lanzamiento de *Watch dogs 2* hubo una gran polémica debido a que el protagonista de la saga había pasado de ser un hombre blanco en la primera entrega a un hombre negro en la segunda. La plataforma de videojuegos y red social Steam se vio obligada a cerrar un foro dedicado a *Watch dogs 2* debido al gran número de comentarios racistas acerca de su protagonista³⁷.

Según nuestro análisis, el público objetivo de estos videojuegos parece ser el de los varones jóvenes, ya que toda la retórica de los mismos los sitúa como protagonistas de los títulos. Incluso en los videojuegos donde pueden escogerse personajes femeninos jugables, encontramos una presencia de mujeres totalmente secundaria en su publicidad y medio de comunicación con su público más directo: los tráiler y las carátulas. Ellas aparecen en segundo plano, en el caso de que lo hagan, y no tienen voz en los tráiler de presentación.

Los videojuegos de acción, especialmente los *shooter* o juegos de disparos, continúan siendo el género de videojuegos en el que más estereotipos de género se reproducen en la actualidad. Esto se debe, principalmente, a que estos juegos cuentan con ambientaciones bélicas, en cuyo imaginario los varones son los indudables protagonistas. Estas ambientaciones

³⁷ Se pueden encontrar diversos artículos en revistas digitales sobre estos hechos. Destacamos el artículo del blog *El botón select* <http://www.elbotonselect.com/watch-dogs-2-ubisoft-racismo-steam> [Consultado 03-2017] y el de la revista digital *Alfabetajuega* <http://www.alfabetajuega.com/noticia/watch-dogs-2-su-protagonista-es-atacado-con-comentarios-racistas-en-steam-n-69277> [Consultado 03-2017].

tradicionalmente no se han considerado dentro de los intereses de las mujeres y el hecho de que estén excluidas de la propia publicidad de estos videojuegos no está contribuyendo a cambiar la situación, sino que más bien está perpetuándola.

Otro escenario muy distinto nos encontramos cuando cambiamos la ambientación en este tipo de videojuegos, ya que cuando pasamos al subgénero de acción-aventura y a ambientaciones no bélicas podemos encontrar más personajes femeninos protagonistas. En los últimos tiempos, además, estos personajes femeninos protagonistas de los videojuegos de acción han ido adquiriendo un aspecto más realista que responde a una tendencia generalizada en la industria hacia el realismo, tanto en los personajes como en los gráficos, así como a una mayor concienciación acerca de los roles de género en los videojuegos y la representación femenina en los mismo.

Este es el caso del videojuego *Rise of the Tomb Raider*, en el que podemos comprobar cómo su conocida protagonista, Lara Croft, ha pasado de la hipersexualización de los primeros títulos de la saga a tener un aspecto más realista en las últimas entregas.



Imagen 3: Evolución de Lara Croft. Imágenes extraídas de la web "Tomb Raider Spain".



Imagen 4: Evolución de Lara Croft. Imágenes extraídas de la web "Tomb Raider Spain".³⁸

³⁸ Más información en <http://www.tombraiderspain.com/p/su-historia.html> [Consultado 05-2017].

Tal vez sea esta saga de videojuegos la más representativa sobre los cambios que se están produciendo en la industria, aunque podemos encontrar otros personajes femeninos protagonistas dentro de este género que pueden servir como ejemplo de formas de inclusión de un mayor número de mujeres entre el público de los videojuegos de acción, sin caer en estereotipos ni hipersexualización, con personajes con un aspecto coherente con el rol que desempeñan en el videojuego y una historia adecuada a la trama del mismo.

Resulta importante para nuestro análisis de la comunidad tomar en cuenta los videojuegos de acción como uno de los actantes relevantes, ya que, como hemos podido comprobar, este tipo de videojuegos cuenta con múltiples beneficios a la hora del desarrollo de habilidades pero también a la hora de reducir la brecha digital de género presente en los videojuegos.

4.1.1. ANÁLISIS DE CASO: *PORTAL* (2007) Y *PORTAL 2* (2011)

Tomar en cuenta otros modelos de videojuegos de este género que sí están incluyendo a mujeres en papeles protagonistas, y cuya retórica las incluye como público potencial, resulta fundamental para comprender cómo las relaciones de poder que van desde la industria hasta su público pueden ser modificadas para lograr una mayor inclusión. Este es el caso del videojuego que vamos a analizar a continuación: *Portal* (2007) y su segunda parte *Portal 2* (2011).

Chell es la protagonista de las dos entregas de la saga *Portal*. Va vestida con un atuendo estandarizado para los sujetos de experimentos y lleva un calzado futurista que le permite saltar más alto y correr más rápido. Durante todo el videojuego permanece en silencio, algo que va en la línea de su



Imagen 5: Chell de Portal

39

personaje: es un sujeto de experimentos que trata de escapar de las instalaciones de una malvada corporación.

El silencio de Chell, igual que el de otros personajes protagonistas de videojuegos (por ejemplo Link, de la saga *Zelda*, es otro de los héroes silenciosos o Mario, de la saga *Super Mario*) elimina distracciones a la vez que permite una mayor inmersión e identificación por parte de quienes juegan, quienes vierten en el personaje sus propias expectativas y pensamientos. Pero en el caso de Portal este

³⁹ Imagen tomada de la Wiki no oficial de Portal. La imagen es una captura de pantalla del videojuego Portal. El copyright de la imagen pertenece a Valve Corporation, quienes crearon el juego. Referencia: https://theportalwiki.com/wiki/File:Portal_Chell.png [Consulta: 05/2017]

“protagonista silencioso” (como se denomina a este tipo de recurso narrativo) no se queda en un mero truco para deslizar paulatinamente la personalidad de quien juega a la de la protagonista. Eva Cid en *Portal o la ciencia del videojuego* (2016) examina el rol de Chell en *Portal* y señala que «La mudez y la no interferencia directa del personaje sobre el desarrollo de la acción la situaban como una especie de intermediaria entre el jugador – responsable de la narración – y el juego» (Cid, 2016, p. 145). Chell aparece en el videojuego a la vez como elemento narrativo, como personaje y como herramienta para desvelar la trama: «Chell, nuestro brazo ejecutor, es un lienzo en blanco cuya identidad se nos permite dibujar únicamente en base a intuiciones que emergen y confluyen a partir de todo lo anterior» (Cid, 2016, p. 146). Esta caracterización de lienzo en blanco constituye una función narrativa que pone a las personas que juegan en la situación de tener que completar, a medida que avanza el juego, el vacío del personaje con las pistas que sus desarrolladores han ido dejando a lo largo de los escenarios.

Tener que rellenar el lienzo en blanco de Chell ha traído consigo numerosas interpretaciones de la comunidad de fans de este videojuego. Hay, por ejemplo, quienes conjeturan en la protagonista cierto daño cerebral (interpretación que en la segunda parte del videojuego recibe un guiño cómico por parte de sus desarrolladores) o quienes consideran que es un ciborg.

Otra de las funciones que desempeña este silencio del personaje es la de subrayar el elemento cómico del videojuego, resaltando la comicidad del

resto de personajes. Chell funcionaría como un canal directo de identificación de quienes juegan con el elemento de cordura presente en un “mundo de locos”, como señala Eva Cid.

Ese mundo de locos está poblado principalmente por dos personajes que aparecen en forma de inteligencias artificiales: GLaDOS y Wheatley (este último sólo en *Portal 2*).

GLaDOS se presenta como la antagonista del juego, una inteligencia artificial femenina con un sentido del humor peculiar (está basada en la personalidad de una mujer a la que se menciona en varias ocasiones llamada Caroline y de la que dicen en el juego “Es el pilar de las instalaciones. Y bonita como una flor. Lo siento, amigos, está casada. Con la ciencia.”).

En el tráiler de lanzamiento de este videojuego, así como en la carátula del mismo, no aparece ningún ser humano. La única voz que escuchamos es la de GLaDOS indicando cómo van a ser las pruebas a las que nos va a someter. Este videojuego, aunque no es propiamente un videojuego de acción y disparos en primera persona, sí que toma los elementos principales de este género para subvertirlos. El universo de *Portal* procede de un universo de juegos de acción más amplio, el de la saga *Half Life*, pero no hereda de éste el modo en que el protagonista empuña un arma para destruir y acabar con sus enemigos y otros peligros, sino que el arma que empuña Chell está destinada a la modificación del entorno a través de la creación de portales que nos permiten transitarlo de nuevas formas. Así, *Portal* puede ser entendido como un videojuego de disparos y puzles en primera persona, de creación y modificación del espacio más que de destrucción.

Eva Cid (2016) señala las formas de subversión que tiene *Portal* de este género de videojuegos desde una perspectiva de género, cambiando los elementos propios de los videojuegos de acción que evocan masculinidades cargadas de violencia y agresividad, por otros elementos que destacan la inteligencia, el ingenio y la perseverancia, así como símbolos que pueden asociarse más a las mujeres, el cambio de la pistola como símbolo fálico al óvalo del portal es uno de los ejemplos que ella recoge en su texto:

Las armas de fuego lanzan proyectiles, mientras que la pistola de portales proporciona una alternativa bastante menos masculina: crear orificios ovalados. Mientras que las balas quitan vidas (eliminan elementos a la ecuación del juego), los portales crean conexiones (añaden elementos a esa ecuación) y actúan como soportes de la imagen simbólica del alumbramiento a través de ellos. (Cid, 2016, p. 169).

Además de esta subversión del género, podemos hacer una lectura desde los estudios de Ciencia, Tecnología y Género acerca de la importancia que puede llegar a tener un videojuego como *Portal* para atraer cada vez a un mayor número de mujeres hacia los ámbitos de ciencia y tecnología. El diseño de este videojuego, además de incluir a las mujeres como protagonistas y potenciales consumidoras, incentiva un gusto por la ciencia en un contexto lúdico y experimental. “*For Science!*” es uno de los lemas del videojuego y la retórica de sus imágenes y sus vídeos de presentación, así como de las propias mecánicas de juego, animan a la experimentación y la indagación científica. Ambos videojuegos, *Portal* y *Portal 2*, han sido

utilizados en el ámbito educativo, en las áreas de matemáticas y física especialmente, por profesores y profesoras de todo el mundo. Valve, la empresa que está detrás del videojuego, se hizo cargo de esta situación e incluyó un diseñador de niveles para ayudar al profesorado que se ponía en contacto con ellos a hacer un uso más efectivo del videojuego en las aulas.

5. INFLUENCIA DE LAS MECÁNICAS EN LAS POSIBILIDADES DE RELACIÓN EN LA COMUNIDAD

Además del papel que desempeñan las mecánicas en la relación con el propio juego (como hemos visto en lo referente a la jugabilidad) y las posibilidades de aprendizaje de destrezas digitales que emergen de las mismas (tal y como hemos tratado en su relación con la brecha digital de género), debemos también relacionar el análisis de las mecánicas con las posibilidades de relación que permiten con otras personas a través del juego.

Podemos establecer, *grosso modo*, dos formas de juego que permiten jugar con otras personas: el modo de juego cooperativo y el competitivo. Ambas formas de juego pueden darse en el juego en línea.

Modo de juego cooperativo: en esta modalidad dos o más personas colaboran para lograr un objetivo común dentro del juego. Es el propio juego el que pone los obstáculos y establece la dificultad. Los videojuegos cooperativos orientados al entorno familiar que se juegan desconectados de

la red son abundantes, pero también lo son los cooperativos online que se juegan con personas desconocidas, familiares o amistades.

Modo de juego competitivo: en esta modalidad dos o más personas compiten entre sí para lograr un objetivo que sólo una de ellas podrá conseguir (también puede darse el caso de que se compita por equipos, bandas, etc. en cuyo caso la victoria o derrota sería de todo el equipo). El videojuego en algunos casos puede poner obstáculos y establecer distintos niveles de dificultad, pero el principal criterio para tener éxito en el juego será conseguir derrotar al resto de jugadores/as.

Para llevar a cabo el análisis que nos ocupa en el presente punto de la investigación, centraremos nuestro objeto de estudio en los videojuegos en línea que permiten a varias personas jugar juntas, ya sea de forma cooperativa o competitiva.

Si pensamos en los elementos presentes en estos videojuegos que contribuyen a la comunicación entre jugadores/as de forma más evidente destacaremos rápidamente los distintos tipos de chat (tanto el chat de voz como el chat escrito). Sin embargo, la comunicación en los videojuegos puede darse a través de modos específicos de este ámbito que no están presentes en otras plataformas que permiten la interacción online y que son propias del juego en línea. Para comprender en profundidad cómo se dan las relaciones sociales a través de las mecánicas de juego vamos a proponer un análisis de caso.

Nuestro análisis será de un tipo de videojuegos multijugador en línea que resulta de especial relevancia para comprender el papel de las mecánicas de

juego en las relaciones con la comunidad: los MMORPG⁴⁰ o juegos de rol multijugador masivos en línea. Concretamente analizaremos el caso de uno de los videojuegos con más usuarios de la historia de este género, *World of Warcraft*.

5.1. ANÁLISIS DE CASO: *WORLD OF WARCRAFT*

JUEGOS DE ROL MULTIJUGADOR MASIVOS EN LÍNEA (MMORPG)

En este tipo de videojuegos el objetivo es el desarrollo y la evolución (cuantificada en atributos, habilidades, logros, etc.) de uno o varios personajes que los/as jugadores/as crean y controlan. Su origen puede rastrearse en los juegos de rol tradicionales en los que varias personas se juntan alrededor de una mesa a interpretar a un personaje en el contexto de una historia desarrollada entre todo el grupo y dirigida por un/a “narrador/a”. Estos juegos tradicionales se juegan con la ficha de los personajes escrita en una hoja de papel (donde se resumen sus atributos) y dados, que introducen un componente de azar al trascurso de la historia.

Su versión en formato de MMORPG mantiene algunas de las características originales, tales como pueden ser la creación de personajes, la hoja de estadísticas (esta vez en formato digital), la evolución del personaje aumentando de nivel a partir de puntos de experiencia y el desarrollo en forma de misiones-recompensa (esto no siempre se mantiene, pero es el

⁴⁰ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

formato más habitual en este tipo de juegos). Los MMORPG suelen incluir un sistema económico cada vez más complejo que ha sido estudiado por diversos/as investigadores/as como Edward Castronova, quien cuenta con varias publicaciones sobre este tema entre las que podemos destacar su artículo *On virtual economies* (2002).

Existe un gran número de videojuegos de este género, ya sean gratuitos, de un único pago o de pago por suscripción mensual. Uno de los más representativos, por número de usuarios/as y trayectoria, es el videojuego *World of Warcraft* que vamos a analizar a continuación.

WORLD OF WARCRAFT

World of Warcraft fue lanzado en el año 2004 por Blizzard Entertainment. En la actualidad cuenta con seis expansiones de contenido adicional, la última de ellas, *Legion*, lanzada en 2016 según AEVI lleva en la lista de los videojuegos más vendidos para PC en España desde su lanzamiento hasta la fecha (marzo de 2017)⁴¹. El día del lanzamiento de esta expansión vendió 3,3 millones de copias y el videojuego alcanzó una de sus más altas cotas de cuentas activas superando los 12 millones. Esto convierte el mundo digital de *World of Warcraft* en uno de los más poblados de la red.

⁴¹ Para más referencias: <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/los-videojuegos-mas-vendidos/2017/2/pc-games/> [Consulta: 05-2017].

El universo de este videojuego corresponde a lo que se denomina fantasía medieval con algunos toques de *steampunk*⁴² y *dieselpunk*⁴³ (especialmente presentes en la tecnología que utilizan los personajes como armas, vehículos, etc.). Es muy similar a la mitología de Tolkien, aunque difiere de ella en historia, contexto y personajes, así como en la caracterización de las distintas razas. Nada más comenzar a jugar tendremos que tomar una de las decisiones más importantes para el ulterior desarrollo del juego, a saber, la facción a la que vamos a pertenecer: la Horda o la Alianza. Una vez elegida la facción, no hay vuelta atrás, ya que estas facciones están enfrentadas entre sí y no podremos entablar conversaciones con personajes de distinta facción a la nuestra. Además, dependiendo de la facción a la que pertenezcamos tendremos distintas razas disponibles entre las que elegir. En la Alianza encontramos seres *humanos, enanos, elfos de la noche, gnomos, draeneis y huargen*, mientras que en la Horda podemos elegir entre *orcos, no-muertos, tauren, trols, elfos de sangre y goblins*. Hay una raza neutral para la Alianza y la Horda que también podemos elegir, los *pandaren*⁴⁴, pero en un momento dado el juego nos obligará igualmente a alinearnos con unos u otros. Todos los personajes de estas razas pueden ser masculinos o femeninos y esta elección tampoco puede cambiarse, al igual que la clase de personaje: guerreros, paladines, cazadores, pícaros, sacerdotes, caballeros de la

⁴² Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

⁴³ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

⁴⁴ Para más información sobre las razas del videojuego y su aspecto puede consultarse la web oficial de *World of Warcraft*: <https://worldofwarcraft.com/es-es/game/races> [Consulta: 05-2017].

muerte, chamanes, magos, brujos, monjes, druidas o cazadores de demonios.

Lo que sí puede modificarse es el aspecto físico del personaje (que elegimos entre una serie de características en el momento de la creación y que luego podremos modificar en espacios dentro del juego a cambio de dinero), sus atributos, que irán aumentando a medida que juguemos, y su profesión. Todos los personajes pueden tener hasta dos profesiones principales (alquimia, herboristería, joyería, peletería o herrería, entre otras muchas profesiones) y varias secundarias (como primeros auxilios o cocina), que podrán desarrollar o abandonar cuando quieran.

En el juego los personajes se dedican principalmente a completar misiones, ya sea para subir de nivel, aumentar sus habilidades, ganar dinero del juego o conseguir objetos valiosos. Además de las misiones podemos encontrar multitud de actividades que realizar, como participar en la subasta, chatear, comerciar con otros personajes, entrenar habilidades, explorar el mundo, recoger materiales para las profesiones, conseguir logros o formar parte de grupos para completar mazmorras, por ejemplo.

Este videojuego permite diversos modos de juego: el juego libre y no estructurado (los personajes pueden explorar el mundo e interactuar con sus elementos sin objetivos prefijados), el juego en solitario estructurado (completar misiones, desarrollar las profesiones, recoger materiales, etc.), el juego colaborativo (en grupos, bandas, hermandades, etc.) y el juego competitivo que tiene lugar principalmente en los campos de batalla o *battlegrounds*.

Para llevar a cabo el análisis de este videojuego en cuanto a las posibilidades que ofrece de relación con la comunidad que nos permita abarcar la gran complejidad del mismo, vamos a establecer una distinción entre los componentes pertenecientes propiamente a las mecánicas y aquellos que se refieren a la formación de comunidades digitales.

ELEMENTOS DEL VIDEOJUEGO QUE PERMITEN RELACIONARSE CON LA COMUNIDAD

Los elementos de este videojuego que permiten relacionarse con el resto de usuarios/as son los chats, los *slash commands* o comandos de chat y los movimientos del personaje principalmente, aunque el modo preferido y muchas veces obligatorio para algunas bandas o grupos es el chat de voz⁴⁵, ya sea en canales internos al videojuego o externos (como el *Team Speak* o el *Raid Call*⁴⁶).

Vamos a ver cómo estos elementos se ponen en juego en el contexto de los grupos sociales e interacciones entre la comunidad de *World of Warcraft*.

COMUNIDADES Y GRUPOS SOCIALES EN *WORLD OF WARCRAFT*

En este videojuego, así como en muchos otros del mismo género, es posible crear grupos, bandas y hermandades para jugar con otras personas. Los grupos y las bandas tienen un propósito similar, a saber, llevar a cabo una

⁴⁵ En el capítulo 6 de la presente investigación profundizaremos en la influencia del chat de voz en las relaciones sociales desde el punto de vista de género.

⁴⁶ Tanto *Team Speak* o *Raid Call* son ejemplos de software diseñado específicamente para permitir la comunicación oral y escrita en grupos de juego.

misión, localizarse entre los miembros del grupo en el mapa y resolver una estancia o mazmorra (espacios del juego que sólo permiten un cierto número de personas conectadas simultáneamente), y se diferencian entre sí en que los grupos admiten un máximo de cinco personas mientras las bandas admiten un número mayor. La relación entre las personas de un mismo grupo o banda suele ser puntual pues su formación responde a un propósito muy concreto y acotado en el tiempo. Por ejemplo, una persona que desea completar una estancia puede buscar a través de la herramienta “Buscador de grupo” del juego a otras cuatro personas que deseen completarla, ir con ellas a la estancia y después disolver el grupo sin necesidad de volverse a encontrar.

Las hermandades, sin embargo, son grupos estructurados que se mantienen en el tiempo y es donde tienen lugar la mayoría de relaciones sociales. Las personas que pertenecen a la misma hermandad comparten recursos y dinero del juego en un banco común, tienen un chat propio permanente y suelen contar con herramientas para relacionarse fuera del juego como grupos o páginas en redes sociales, foros y páginas web. Las hermandades son una parte fundamental en el juego ya que proveen de recursos e información valiosa para el mismo. Los personajes llevan debajo de su nombre el nombre de la hermandad a la que pertenecen y pueden vestir un tabardo con el símbolo de su hermandad sobre la armadura si lo desean. Existe un ranking competitivo de logros de hermandad y formar parte de una de las hermandades mejor posicionadas en dicho ranking suele conllevar una gran disciplina de entrenamiento por parte de sus miembros,

similar a lo que sucede en el ámbito deportivo, y someterse a una cadena de mando estricta con rangos y funciones muy marcadas. Las hermandades de este tipo compiten principalmente por los logros relativos a las bandas que consisten en terminar estancias de alta dificultad.

Pero no todas las hermandades son competitivas y la mayoría de ellas, como destacan en la investigación *From Tree House to Barracks. The Social Life of Guilds in World of Warcraft* (Williams et al, 2006) tienen un carácter social, colaborativo, de cuidados y ayuda mutua. Este grupo de investigación clasificó los tipos de hermandades en función de los objetivos que persiguen, estableciendo cuatro categorías no estancas (en general encontraron que dos o más de estas categorías se solapan): hermandades sociales, PvP⁴⁷, Raid⁴⁸ y de Rol. Las hermandades sociales tienen como objetivo construir una comunidad de apoyo y en muchas ocasiones están formadas por personas que se conocen más allá del videojuego. Todos los demás tipos de hermandades suelen contar con cierto componente social según sus miembros.

Las hermandades centradas en PvP (*JvJ* o *Jugador contra Jugador* en castellano) así como las centradas en Raid (estancias llamadas de PvE⁴⁹ o *JvE*, *jugador contra entorno* en castellano, donde se compite contra el propio juego). Este tipo de hermandades suelen encontrarse entre las más

⁴⁷ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

⁴⁸ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

⁴⁹ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

competitivas y rígidas, siendo las hermandades PvP mucho más rígidas que las orientadas a Raid. En ambos casos, el perfil de personas que pertenecen a ellas invierte muchas horas seguidas en el videojuego por la propia naturaleza de los eventos en los que participa (una Raid puede tener una duración de 2 a 8 horas, o incluso más, dependiendo de la experiencia de quienes juegan) y el nivel de dificultad que presenta el acceder a formar parte de los propios grupos. Para acceder a algunos de estos grupos es necesario un nivel determinado de *equipación* (los objetos que los personajes llevan en el juego y que aumentan sus estadísticas y habilidades en su hoja de personaje) que generalmente requiere largas horas de juego⁵⁰. Finalmente, las hermandades de rol son aquellas en las que los miembros quieren intervenir interpretando un papel (que tratan de mantener todo el tiempo) basado en su personaje. En estas hermandades cuando se participa en una Raid o se va a completar misiones en grupo, existe el acuerdo de continuar interpretando el personaje hablando como lo haría el personaje y relacionándose con las demás personas del mismo modo. La personalidad concreta de un personaje la define la persona que lo interpreta, aunque suelen basarse en las indicaciones del *lore*⁵¹ del videojuego.

⁵⁰ Sobre las horas de juego en *World of Warcraft* y su componente adictivo existe una gran polémica. En España esta polémica se activó cuando en 2014 una jugadora gallega, conocida como Kinumi Cati, batió el récord Guinness de horas seguidas jugando a este videojuego (Kinumi Cati pasó 29 horas y 31 minutos sin parar jugando).

⁵¹ El *lore* es el cuerpo de conocimientos del juego que se ha ido estableciendo durante años. Blizzard Entertainment recoge el *lore* de *World of Warcraft* en su web www.worldofwarcraft.com [Consulta: 03-17].

OTRAS INTERACCIONES SOCIALES

Además de este tipo de interacciones estructuradas (grupos, bandas y hermandades), el videojuego genera la posibilidad de múltiples formas de encuentros, colaboración y enfrentamiento entre personajes. Bonnie Nardi y Justin Harris (2010)⁵² señalan otras formas de relación entre los miembros de la comunidad que resultan interesantes para nuestro análisis, como son las interacciones con personas desconocidas e interacciones que se llevan a cabo sólo por diversión⁵³. A continuación vamos a comentar estas y otras interacciones siguiendo la línea de análisis de las relaciones de la comunidad que permiten las mecánicas:

- **Interacciones amables entre personas desconocidas.** Los “buffs” son el elemento central de estas interacciones entre personajes de la misma facción. Son hechizos lanzados por un personaje cercano que dan una pequeña ventaja, generalmente en combate, y que se interpretan como un gesto de buena voluntad y un acercamiento sutil que no espera reciprocidad ni da ninguna ventaja a quien lo regala. Es sencillamente un gesto amable que genera una buena atmósfera de juego en la comunidad. Esta interacción está muy ligada a las mecánicas de juego, como vemos, aunque tiene un componente eminentemente social. Otro tipo de interacciones

⁵² Nardi, B. y Harris, J. (2010).

⁵³ Las interacciones con personas conocidas pueden ser de tipos muy variados. En este caso nos centraremos en las interacciones con personas desconocidas dado que son las más representativas del clima general de la comunidad de este videojuego.

amables, como ofrecer ayuda para atravesar un territorio enemigo de mayor nivel que el del personaje, matar monstruos o indicar la dirección de una misión, son muy habituales en el juego.

- **Interacciones hostiles entre personas desconocidas.** Beneficiarse de los ataques de otro personaje para robarle un botín, atacar un personaje de menor nivel sólo por molestar (no da ningún beneficio dentro de juego atacar un personaje con un nivel considerablemente inferior), esperar junto el cadáver de un personaje a que resucite para matarlo repetidas veces (a esto se lo conoce como *campear el cadáver*), matar a personajes no jugadores que dan misiones para impedir que otros personajes puedan cogerlas, matar al maestro de vuelo de una ciudad (quien permite viajar rápidamente de una ciudad a otra a cambio de algo de dinero, muy útil para los personajes de nivel bajo que todavía no pueden permitirse una montura voladora propia), etc. Estas interacciones hostiles se benefician de las mecánicas de juego para realizar un uso social de las mismas en sentido opuesto a las anteriores. Generalmente se llevan a cabo contra miembros de la facción contraria, pero no siempre es así necesariamente. Algunas interacciones hostiles se basan en la competitividad entre personajes que se aprovechan de la vulnerabilidad de personajes de menor nivel para quedarse con un mayor número de recursos en una zona o completar misiones que consisten en asesinar un número determinado de enemigos dejando

el poblado totalmente vacío de forma innecesaria (lo que obliga al resto de personajes a esperar a que reaparezcan los enemigos, cosa que puede tardar desde unos minutos hasta horas), entre otras. A este conjunto de acciones en las que un personaje de alto nivel molesta a un personaje de nivel inferior que no puede hacer nada para defenderse, o un grupo de personajes de alto nivel acosa a otro, se lo conoce como *ganking*, o *gankear* en su castellanización. El *ganking* no es muy habitual en *World of Warcraft*, pero sí lo es en otras comunidades de videojuegos en línea.

- **Interacciones utilitarias entre personas desconocidas.** Existen muchas interacciones de este tipo, entre las cuales podemos destacar el comercio y los duelos. Tanto el comercio como el duelo forman parte del juego como dinámicas que emergen de las mecánicas o mecánicas en sí mismas. El comercio nos permite intercambiar la mayoría de objetos y dinero del juego entre personajes de la misma facción, aunque también nos permite hacer regalos. Puede llevarse a cabo en una casa de subastas, por correo dentro del juego o directamente con una interacción directa con otro personaje cercano a través del menú de opciones. Los regalos entre personas desconocidas, especialmente aquellos que se llevan a cabo sin mediar palabra por el chat, no son muy habituales en el juego aunque sí que constituyen una práctica habitual de acoso e intentos de llamar la atención y adular a personajes femeninos por parte de

varones⁵⁴. Aunque está totalmente prohibido y perseguido por Blizzard, existe el comercio entre jugadores/as de objetos del juego y personajes por dinero real e, incluso, por servicios fuera del juego (entre los que se ha señalado la prostitución, como ya sucedió en el caso del videojuego *Second Life* donde era muy habitual este tipo de relaciones⁵⁵, pero que en el caso de *World of Warcraft* no está suficientemente documentado). En el caso de los duelos, el objetivo es entrenar las habilidades de combate entre personajes. Pero, al contrario de lo que puede parecer, quien entrena en este caso no es el personaje, sino quien lo maneja. Los duelos sirven para perfeccionar los reflejos, la habilidad con el teclado y el ratón, conocer mejor el personaje y buscar una forma de juego que pueda sernos útil. Además de este propósito, quienes proponen duelos a personas desconocidas también lo pueden hacer con intención de ayudar, probarse a sí mismas o intentar ridiculizar a sus adversarios.

- **Interacciones sociales por diversión.** En el juego se integran ciertos comandos de chat, conocidos como *slash commands* o *emote commands* (porque expresan emociones muchas veces), que permiten la interacción entre personajes por mera diversión, sin que

⁵⁴ Decimos “personajes femeninos” y no “mujeres” porque quienes llevan a cabo este tipo de acciones sólo ven el personaje, no saben quién lo maneja. Más adelante, en el apartado referente a relaciones de género y mecánicas de juego profundizaremos en esta cuestión.

⁵⁵ Cfr. Brookey, R. (2009): Disponible en <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15295030902860187> [Consulta: 03-17].

aporte ningún punto de experiencia o recompensa extra. Estos comandos permiten una comunicación entre personajes basada en movimientos y líneas de chat preestablecidas, como bailar, chocar las manos, flirtear, contar chistes pregenerados, sonreír, reír, brindar, etc. Los movimientos del personaje y las líneas de chat, así como algunos audios pregenerados, varían según la raza y el sexo del personaje. Por ejemplo, los elfos de sangre, que tienen fama de ser presumidos y egocéntricos además de adictos a la magia, cuando flirtean con otros personajes les lanzan piropos como “¿Sabes lo que más me gusta de tus ojos? Cuando los miro fijamente veo mi propio reflejo” o, en el caso de las elfas de sangre cazadoras de demonios “Me quedo con los poderes de los demonios que asesino. ¿Te conté que una vez asesiné un ejército entero de *sucubi*?” o cuentan chistes como “Ser una conductora de caos es terrible para mi cabello”, muy distintos de los que cuentan las hembras trol, famosas por su gran apetito y por ser el terror en las batallas y que, cuando flirtean con otro personaje le dicen “Cuando siente cólera o está en celo una hembra trol se puede aparear unas 80 veces por noche. ¿Preparado, tú?”. Estas interacciones, además de reforzar los roles de los personajes, ayudan a generar narrativas no previstas por Blizzard, juegos dentro del juego y relaciones sociales más complejas. Por ejemplo, antes de atacar al jefe final de una mazmorra algunos grupos de juego llevan a cabo rituales sociales divertidos a partir de estos comandos, lanzándole besos en grupo al demonio-elfo de

sangre llamado Illidan al tiempo que él grita su famosa frase “No estáis preparados”, bailando en los acantilados más altos de Terrallende para animar las batallas de las zonas PvP o flirteando con Silvanas, la líder de los no-muertos, justo antes de derrotar a Arthas. Los juegos dentro del juego son muy habituales en los servidores de *World of Warcraft*. Algunas hermandades organizan juegos del amigo invisible para celebrar las fiestas navideñas, búsquedas del tesoro, fiestas de cumpleaños e incluso bodas entre personajes. Algunas de estas bodas conllevan una enorme inversión de dinero del juego, así como de horas de preparación, y no tienen ningún efecto en el juego más que la mera diversión de quienes participan. Cabe destacar que no siempre los personajes que se casan en el juego están manejados por personas que son pareja o se conocen fuera del juego. Habitualmente es un miembro de la hermandad quien les casa y en ocasiones, si se solicita, alguien del equipo de *game masters* (trabajadores y trabajadoras de Blizzard) pueden contribuir decorando el espacio donde se va a celebrar la boda. El nudismo, las peleas de bolas de nieve, los fuegos artificiales espontáneos y las acrobacias en monturas voladoras son actividades habituales en el juego que también se realizan por mera diversión y que no aportan nada al desarrollo de las habilidades o características cuantificables de los personajes.

- ***Rush y powerleveling.*** Estos dos términos (en su castellanización más popular se los conoce como *rushear* y *powerleveling*) hacen referencia a dos tipos de acciones muy similares en el videojuego. *Rush* es una estrategia dentro del juego que consiste en derrotar rápidamente a todos los oponentes de una estancia de juego con el fin de que otro personaje de nivel inferior pueda beneficiarse (ya sea porque al destruirlos se consigue equipo, dinero, materiales, logros, objetivos de misiones, etc.). Esta estrategia está muy ligada al *powerleveling* que consiste en subir de nivel muy rápido un personaje para alcanzar el máximo nivel y la mejor *equipación* en el menor espacio de tiempo posible. El *powerleveling* se ofrece generalmente como un servicio (ilegal en *World of Warcraft*) de personas con mucha experiencia y gran conocimiento del juego, pero también como una forma de juego legítima muy útil si queremos tener varios personajes de máximo nivel en poco tiempo. Aunque el *rush* y el *powerleveling* pueden parecer estrategias de apoyo, la realidad es que las personas que manejan los personajes a los que constantemente ayudan de este modo acaban por no desarrollar las habilidades básicas que requiere el buen manejo de sus personajes, con lo que no siempre resulta beneficioso (el *rush* sí es beneficioso en casos puntuales e incluso un personaje puede hacerlo por sí mismo por mera diversión).

Como hemos podido comprobar tras el análisis de este videojuego, las interacciones sociales y las posibilidades de relación con la comunidad son

muy extensas y variadas. Algunas de ellas, como el chat escrito o de voz, están presentes en otros ámbitos de relación en Internet, pero otras son propias de los videojuegos y algunas son muy concretas de este videojuego particular. Las interacciones que posibilitan las mecánicas generan dinámicas y estéticas concretas, entre las cuales encontramos un componente de imprevisibilidad muy elevado que viene dado por la libertad que ofrecen ámbitos de relación como los entornos virtuales abiertos del tipo que ofrece este videojuego.

Al contrario de lo que pudiera considerarse, los videojuegos como *World of Warcraft* no aíslan socialmente a quienes los juegan, sino que les proveen de una extensa red social con sus propios códigos culturales. Podemos aplicar aquí el concepto de *capital subcultural* de la socióloga Sarah Thornton, concepto derivado a su vez de los conceptos de *capital social* y *capital cultural* de Pierre Bourdieu: para comprender en profundidad la propia cultura de la comunidad de videojuegos, así como su lenguaje y sus formas de socialización específicas, parece necesario contar con un elevado *capital subcultural* producto de una inmersión en la misma. De lo contrario, nuestro acercamiento va a ser sólo tangencial, sin lograr una comprensión adecuada de sus especificidades y conexiones internas.

El análisis de *World of Warcraft* nos va a permitir comprender con mucha más precisión cuáles son los roles sociales en relación a las mecánicas de juego, así como las relaciones de género específicas que surgen en los videojuegos. Ambas cuestiones las trataremos en los siguientes apartados.

5.2. ROLES SOCIALES Y MECÁNICAS DE JUEGO

En el presente apartado vamos a analizar tres estereotipos o roles sociales que podemos encontrar en los videojuegos multijugador en línea y que se encuentran íntimamente ligados a las mecánicas de juego. Los tres estereotipos que hemos seleccionado para su análisis son especialmente controvertidos ya que todos ellos son negativos y en la comunidad existe una fuerte resistencia hacia ellos. Esta resistencia puede verse en los medios de comunicación especializados, donde encontramos numerosos artículos dedicados a criticar estos roles, señalando alguno de ellos como una lacra para la propia comunidad.

Existen otros estereotipos relacionados con las mecánicas de personas que juegan a videojuegos que hemos omitido de nuestro análisis por no tener una influencia sobre el resto de la comunidad. Estos estereotipos, como *hardcore gamer*, *noob*, *graphic whore*, etc. están relacionados con el comportamiento de las personas respecto del juego y no respecto de la comunidad, no resultado de este modo en roles sociales. En algunas ocasiones, estos estereotipos pueden ser utilizados como insultos por otros miembros de la comunidad.

5.2.1. CHEATER

Cheater, o *tramposo/a* en castellano, es una persona que utiliza programas ajenos al videojuego, modificaciones, códigos u otros trucos para conseguir obtener una ventaja sobre el resto de personas que juegan. Se suele asociar esta figura a la del *hacker* y cuenta con muy mala aceptación dentro de la

comunidad, quienes rechazan frontalmente a las personas que utilizan este tipo de trucos, especialmente en las competiciones de videojuegos, ya sean profesionales (*e-sports*) o amateurs.

En las relaciones de género dentro de la comunidad esta figura tiene una notable importancia, tal y como veremos más adelante, ya que es un fenómeno bastante común que a las mujeres que destacan en determinadas competiciones de videojuegos se las acuse de ser *cheaters*.

5.2.2. TROLL

El término *troll* es cada vez más popular y se utiliza en general en las distintas comunidades en línea para referirse a personas muy molestas que publican comentarios ofensivos y provocadores para crear polémica, enfadar y provocar reacciones negativas en general, contribuyendo de este modo a generar ambientes hostiles en estas comunidades.

Dentro de los videojuegos, estas personas suelen actuar enviando mensajes de chat en los distintos canales del juego, saturando los mensajes de audio y actuando de forma molesta dentro del juego, entorpeciendo y sin que ello les reporte más beneficio que la satisfacción de molestar a las demás personas.

En el ámbito de los videojuegos podemos encontrar diversas manifestaciones de este estereotipo que se encuentran íntimamente vinculadas a las mecánicas. Vamos a analizar los subtipos de troll conocidos como *camper* o *campero*, *KS*, *griefer* y *flamer*.

SUBTIPO CAMPER O CAMPERO

Este subtipo ya ha sido analizado en relación a *World of Warcraft*. *Camper* o *campero* en ese videojuego hace referencia a personas que colocan a su personaje en las inmediaciones del cadáver de otro personaje o en un cementerio, aprovechando su debilidad al resucitar para volverlo a matar, sin conseguir con ello ni puntos de experiencia, ni progreso en sus habilidades, sino la simple diversión que obtienen de molestar y acosar a otras personas.

Otra versión de este subtipo en otros videojuegos, especialmente en los *First person shooters* como el *Call of duty* o el *Counter Strike*, responde a personas que utilizan la estrategia de colocar sus personajes en rincones del escenario donde permanecen sin moverse y sin ser detectados, esperando a que otros personajes aparezcan por delante para dispararles desde su posición privilegiada. A este tipo de personas también se las conoce como *setas*, en referencia a su estatismo. Este último tipo de *camperos* difiere del primero principalmente en que sí obtienen una ventaja en el videojuego respecto al resto de personas, con lo que su comportamiento resulta mucho más molesto. Aunque las mecánicas de juego permiten que se de este tipo de comportamientos, en la comunidad no están aceptados, situación que ha llevado a algunos servidores en línea a penalizarlos.

SUBTIPO KS

KS son las siglas en inglés de *Kill Stealer* o ladrón de muertes, en castellano. Estas personas generalmente sitúan sus personajes cerca de donde está

aconteciendo un enfrentamiento en el juego y aprovechan el momento en que el enemigo ha sido debilitado por otra persona para matarlo sin esfuerzo alguno, quedándose así con las ventajas que le habría reportado a la otra persona el derrotarlo, ya sea objetos del juego, experiencia, misiones, etc.

SUBTIPO GRIEFER

Este subtipo responde a un estereotipo mucho más agresivo que el resto, ya que utiliza la violencia verbal y escrita para humillar, molestar y acosar al resto de personas, principalmente a las de su propio equipo. Además, en términos de juego tiene una actitud agresiva también, robando objetos, dinero, atacando a las personas de su equipo y consiguiendo que pierdan en los enfrentamientos contra otros equipos. Estas personas arrebatan realmente la diversión del juego y su comportamiento resulta muy frustrante para toda la comunidad. Se aprovechan de las mecánicas utilizándolas de la forma más molesta posible e impidiendo de este modo que el resto de personas puedan continuar jugando.

Las personas que responden al estereotipo de *griever* a menudo lo hacen también al de *KS* y *flamer* (aunque no sucede lo mismo al revés).

SUBTIPO FLAMER

Este tipo de jugador/a principalmente grita e insulta exageradamente, sin provocación alguna, a otras personas generando una situación hostil y

violenta. En algunos videojuegos como *World of Warcraft* suelen gritar desmesuradamente por el chat de voz de una banda o hermandad, impidiendo la concentración del resto de personas a la hora de completar la misión.

5.2.3. NIÑO RATA/ NIÑA RATA

Hemos dejado este estereotipo para el final dado que aglutina muchos de los anteriores subtipos, especialmente los de troll.

Con niño o niña rata se hace referencia a una persona muy joven, menor de 15 años, que juega a videojuegos y grita de forma estridente en el chat de voz (de ahí el apelativo de “rata”, por su voz especialmente aguda), molestando al resto de personas con insultos, provocaciones y amenazas. Suelen responder a la vez al estereotipo de *griefer* y *flamer* y muchas veces se enorgullecen públicamente de que se les considere *trolls*⁵⁶. Asimismo, suelen desempeñar el rol de *camper* y *KS* burlándose de sus víctimas por el chat (cosa menos común entre las personas adultas que desempeñan estos roles, que no suelen enorgullecerse públicamente de ello, sino que lo llevan de forma más privada).

⁵⁶ Un *youtuber* (un retransmisor de contenidos a través de la plataforma en línea YouTube) español muy conocido publicó un libro llamado *El libro troll* destinado a este tipo de público, donde se reta a los niños y niñas a llevar a cabo actos molestos para otras personas y compartirlos en Internet.

Estos niños y niñas suelen participar a menudo en videojuegos en línea que no son aptos para su edad, jugando con personas adultas desconocidas con las que mantienen un comportamiento muy hostil.

5.3. RELACIONES DE GÉNERO Y MECÁNICAS DE JUEGO

Para la elaboración de esta investigación hemos llevado a cabo una encuesta en línea en la que han participado 1310 personas videojugadoras. En el Anexo II presentamos todos los resultados de esta encuesta, pero en este apartado concreto vamos a comentar sólo algunos de ellos, los que nos han parecido más relevantes.

El carácter de la presente investigación no es cuantitativo, sino que el análisis que proponemos es de carácter cualitativo y sistémico. Estamos tratando la comunidad de videojuegos como una caja negra y abrirla supone explorar cada uno de sus rincones con una mirada crítica, tratando de dilucidar conexiones sutiles, excepciones y flujos de relaciones que no son fáciles de percibir. Es por ello que lo que nos interesa de los datos que vamos a ofrecer a continuación no son los porcentajes concretos, sino las tendencias que manifiestan, así como las respuestas libres que las personas que han participado nos han dejado en el cuestionario.

Estas respuestas manifiestan, principalmente, una gran motivación e interés de la propia comunidad de videojuegos por su afición. Nos hemos encontrado con una comunidad muy amable y altamente colaborativa, que en menos de tres días ha participado activamente tanto respondiendo al cuestionario como en su difusión a través de las redes sociales.

Para difundir la encuesta hemos utilizado un Formulario de Google⁵⁷ que se ha distribuido por diversas páginas españolas especializadas en videojuegos en la red social Facebook, así como en Twitter. Ha sido compartido en ambas redes sociales por decenas de personas jugadoras, así como por blogs y páginas de difusión cultural orientadas a los videojuegos.

En el diseño del cuestionario hemos tenido especial cuidado en plantear preguntas redactadas con claridad y precisión, abarcando el mayor rango de respuestas posible, así como el ofrecer espacios de libre expresión a sus participantes. La encuesta está dividida en dos grandes secciones, una de ellas está orientada específicamente a cuestiones propias de los videojuegos en línea y la otra a cuestiones propias de la comunidad de videojuegos en redes sociales y comunidades en línea al margen de los propios videojuegos. En el presente apartado trataremos algunas de las cuestiones relativas a la primera parte, concretamente aquellas que hacen referencia a las relaciones de género dentro de los videojuegos.

De todas las personas que han participado en la encuesta, más del 83% considera que las mujeres reciben tratos especiales en los videojuegos en línea y más del 65% lo ha presenciado directamente. Hemos pedido a estas personas que nos contaran, si lo deseaban, qué tipo de tratos especiales han

⁵⁷ Este formulario se encuentra disponible de forma abierta para su consulta en Google Drive. Dirección: <https://docs.google.com/forms/d/1VzgziIM2W1ADNDHRe2CKKFwQjAM7kgBXcl7SjuWFqdo/edit#responses>.

encontrado hacia a las mujeres en los videojuegos y hemos obtenido 226 respuestas, las cuales coinciden, en su mayoría, en los siguientes puntos.

a) Tratos de favor.

- i. Generalmente aparecen, o son más frecuentes, en los videojuegos o parte de los videojuegos con orientación hacia el *PvE* (Jugador contra entorno).
- ii. Piropos, halagos, saludos exageradamente amables, etc.
- iii. Ofrecimientos de *rush* y *powerleveling*.
- iv. Regalos, ya sean objetos, encantamientos, sanaciones gratuitas, equipo, dinero del juego, monturas, etc.
- v. Menor exigencia en las *Raids* y otros grupos de juego.

Las personas que han contestado a estas preguntas consideran en su mayoría, especialmente las mujeres, que en realidad corresponden a un comportamiento de “sobrepotección abusiva”, “acoso” y “menosprecio”.

b) Tratos vejatorios.

- i. Generalmente aparecen, o son más frecuentes, en los videojuegos o parte de los videojuegos con orientación hacia el *PvP* (Jugador contra jugador).
- ii. Insultos machistas como “vete a fregar”, “hazme un sándwich”, etc. Otros insultos machistas más específicos de los videojuegos como “chupamandos”, “noob” (novata) o “casual gamer” (ridiculizando su habilidad en el juego).

- iii. Acusaciones de hacer trampas o ser una *cheater*, así como de no ser una mujer o ser una mentirosa (“tu novio está jugando por ti”), cuando una jugadora es muy buena.
- iv. Gran sexualización, intentos de seducción (gran parte de las respuestas se centran en que los hombres “intentan ligar” con las mujeres y por eso les regalan cosas o las acosan) que acaban en muchas ocasiones en acoso (les envían fotos de genitales, les piden datos personales, las espían en redes sociales, etc.).
- v. Paternalismo y condescendencia que se traduce en ayuda no solicitada debido a expectativas de bajo desempeño, desprecio de sus conocimientos acerca del videojuego y explicaciones innecesarias sobre el funcionamiento del juego o sus personajes.
- vi. Las expectativas de bajo desempeño también están presentes en otro tipo de actitud más agresiva que lleva a las mujeres a ser rechazadas en grupos de juego, hermandades, etc. sólo por ser mujeres. Algunas personas cuentan cómo otros jugadores se han desconectado o abandonado una partida porque una mujer se había unido al grupo de juego.

Estos puntos confirman que el acoso hacia las mujeres en la comunidad de videojuegos es bastante corriente y que, en muchas ocasiones, se basa en las propias mecánicas para llevarse a cabo. Esto no es nada nuevo, ya que la

página web *Fat, ugly or slutty*⁵⁸ lleva años recopilando testimonios de cientos de personas que han presenciado o sufrido acoso machista en las comunidades de videojuegos en línea. El título de la página hace referencia a que los insultos más comunes son los de *gorda, fea o guarrilla*, aunque tienen más categorías irónicas para clasificar los insultos que reciben las mujeres en estas comunidades. En esta página, que trata esta cuestión con un gran sentido del humor, podemos encontrar testimonios de escenas de discriminación hacia las mujeres por el hecho de serlo que se servían de las propias mecánicas de juego para hacerlo. Es el caso del testimonio de una mujer que cuenta cómo uno de sus compañeros de equipo en un videojuego del tipo *First person shooter* se colocaba delante de ella justo cuando iba a disparar para conseguir que la expulsaran del juego por matar a un compañero por fuego amigo. Esta muerte de su compañero no era intencionada, sino provocada por él mismo, pero el videojuego no computa la intención, sino el resultado de las acciones. Tendría que ser una persona encargada de moderar el juego quien pudiera defender a esta jugadora, pero eso rara vez sucede. Muchas mujeres comparten en la página otros casos de acoso de *griefers* contra ellas (jugadores con comportamiento errático y agresivo para conseguir frustrar el juego de otra persona) en sus equipos de juego en línea, muy similares a este.

⁵⁸ <http://fatuglyorslutty.com> [Consulta: 03/17].

El menosprecio por las habilidades de las jugadoras, así como las bajas expectativas respecto a su desempeño en el videojuego, afecta no sólo a las jugadoras amateurs, sino también a las jugadoras profesionales e incluso a desarrolladoras de la industria de videojuegos. Es mucho más común en el caso de las jugadoras que en el de los jugadores que, cuando son especialmente buenas jugando, sean acusadas de hacer trampas, utilizar técnicas de hackeo o pedir a hombres que jueguen por ellas. Estos casos son muy comunes, hasta el punto de que se han convertido en algo cotidiano. Recientemente hemos asistido a un acalorado enfrentamiento en la red a causa de que una jugadora, una chica coreana de 17 años, se había posicionado como una de las mejores en el videojuego *Overwatch*⁵⁹. Esta jugadora ha tenido que demostrar, ante las graves acusaciones de algunos jugadores enfadados, que no hacía trampas jugando. En lugar de ser considerada una *gosu* (término que se emplea para referirse a jugadoras y jugadores con habilidades extraordinarias para jugar y por ello consideradas/os expertas/os), esta jugadora fue inmediatamente considerada una *cheater*, una tramposa, y se consideró públicamente culpable hasta que ella y la propia empresa a la que pertenece el videojuego, Blizzard, demostraron que no lo era. El enfrentamiento ha sido tan grave que la jugadora ha recibido amenazas de muerte, insultos y cientos de mensajes de acosadores en sus redes sociales. Todo ello por

⁵⁹ Más información sobre este caso en: <https://todasgamers.com/2016/07/19/nobody-expects-the-gamer-inquisition/> y <https://www.pcgamesn.com/overwatch/top-zarya-player-forced-to-prove-shes-not-an-overwatch-cheat> [Consulta: 03/17].

tener un alto desempeño en un videojuego siendo mujer, cosa que viene a ratificar que los prejuicios hacia las mujeres y el acoso en la comunidad de videojuegos es una cuestión muy seria en la actualidad.

Por el momento nuestro análisis de esta situación va a detenerse en lo referente a las mecánicas, pero continuaremos abordándola a lo largo de los siguientes capítulos para terminar, en el capítulo final dedicado al *GamerGate*, con una explicación global de qué está sucediendo.

CAPÍTULO 4. UNIVERSO SIMBÓLICO

En el capítulo anterior señalábamos que Crawford incluye la representación como una de las cuatro características fundamentales de los videojuegos y la define como un sistema formal cerrado que representa de un modo subjetivo un subconjunto de la realidad. La clave de la definición de Crawford no es la de sistema formal cerrado, sino la de representación de un modo subjetivo de un subconjunto de la realidad. Representación, subjetividad, realidad. Estos tres conceptos han sido problematizados a lo largo de la historia de la filosofía en sus distintas ramas, ya sea desde la Estética, la Epistemología o la Metafísica. Dar una respuesta a los mismos y analizarlos en profundidad constituye la tarea de toda una vida. En la presente investigación, cuyo objetivo es más modesto, vamos a tomar la representación como el siguiente actante a analizar y vamos a limitarnos a entenderla en tanto que universo simbólico. Para ello, vamos a tratarlo, tal y como venimos haciendo con el resto, como una caja negra a abrir para desentrañar su contenido.

El universo simbólico de los videojuegos, al igual que el de las diversas manifestaciones artísticas y culturales, extiende sus conexiones, vínculos y enlaces como una enredadera que abraza la totalidad de la comunidad que participa de ellos. Con universo simbólico queremos abarcar, precisamente, tanto el conjunto de símbolos y representaciones como las propias conexiones con la comunidad, tratando de explicar los flujos de co-producción entre el uno y la otra. Tanto es el universo simbólico de los videojuegos un producto del propio substrato cultural de la comunidad (sus

creencias, sus valores, sus referentes, etc.) como la comunidad es producto del universo simbólico.

En el contexto del universo simbólico de la comunidad es donde se llevan a cabo los procesos de identificación y subjetivación. En este sentido podemos entender los videojuegos como una suerte de tecnología del yo. Ya Sherry Turkle en 1997 daba cuenta en *La vida en la pantalla* de cómo los videojuegos⁶⁰ han contribuido a abrir el debate sobre la identidad en la época contemporánea:

[...] muchas de las manifestaciones de multiplicidad en nuestra cultura, incluyendo la adopción de personajes electrónicos, están contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad. (Turkle, 1997, p. 327).

Abordaremos el modo en que los videojuegos contribuyen a este debate, así como el sentido en que aparecen estos procesos de identificación y subjetivación, en tres fases de análisis: dos de ellas pertenecientes al análisis del universo simbólico y otra de ellas perteneciente al análisis de la experimentación. Por cuestiones metodológicas que rigen el objetivo de la presente investigación, adoptaremos una perspectiva de género para llevar a cabo este tripe análisis.

⁶⁰ Turkle estudiaba concretamente los MUD, una versión primitiva de los videojuegos en línea que consistían en la adopción de un personaje en un juego digital interactivo basado en texto.

Primera fase: reproducción. Llevaremos a cabo un estudio de cómo se construye el universo simbólico de los videojuegos a partir de la reproducción del universo simbólico de nuestra cultura. En este apartado recorreremos los videojuegos en busca de cuáles son los modos en que reproducen estereotipos culturales. Para apoyar nuestro análisis nos serviremos de un análisis de caso para el cual hemos elegido la saga de videojuegos *Zelda*. A continuación nos centraremos en cuáles son los estereotipos de género presentes en los videojuegos y cómo se manifiestan en los videojuegos en línea. Más adelante, analizaremos los roles sociales de los personajes femeninos de los videojuegos acotando nuestro campo de estudio a los roles sociales que desempeñan estos en los ámbitos de ciencia y tecnología. Para finalizar esta primera fase de análisis, vamos a indagar en los intentos de la industria del videojuego por incluir personajes femeninos que se salgan de los estereotipos clásicos ya que cada vez es más común encontrar videojuegos de este tipo. Veremos cuál ha sido la respuesta en la comunidad ante este tipo de videojuegos y cuáles pueden ser las posibles causas de la misma.

Segunda fase: producción simbólica. En esta segunda fase analizaremos cómo los videojuegos generan sus propios símbolos, los cuales influyen directamente en la comunidad. Estos símbolos, tal y como veremos, son producidos a través de las narrativas, las mecánicas y la estética, pero también a través de la interacción de quienes juegan con el propio juego.

Tercera fase: la experimentación. Esta tercera fase es complementaria a las dos anteriores y no puede ser comprendida de forma independiente de

ellas. Sin embargo, esta fase plantea un actante (la experimentación) que, dada su complejidad, requiere de un capítulo completo de la investigación para poder desarrollarlo en profundidad, con lo que lo abordaremos a lo largo del capítulo 5.

1. REPRODUCCIÓN DE ESTEREOTIPOS CULTURALES: VIDEOJUEGOS COMO METÁFORAS

Los videojuegos, en tanto que son objetos culturales, reproducen el universo simbólico de nuestra cultura. En ellos la luz, la oscuridad, lo masculino, lo femenino, el poder, la alegría, la tristeza... son representados de tal modo que reproducen el mismo orden simbólico que en nuestro imaginario de «más acá de la pantalla». Podemos decir que los videojuegos, de alguna manera, son en sí mismos metáforas estructurales de la realidad que utilizamos para representarla o representar una parcela de la misma. Detengámonos un momento a analizar esta cuestión, determinando qué papel tienen las metáforas en nuestra comprensión del mundo y cómo los videojuegos pueden funcionar como una suerte de metáforas estructurales.

Desde la aparición en 1980 de la obra de Lakoff y Johnson *Metaphors we live by* (1980)⁶¹, la concepción de la metáfora como un elemento retórico meramente ornamental, que se introduce en el discurso con el fin de adornar o embellecer la exposición, ha devenido obsoleta. En esta obra se

⁶¹ Encontramos a la filósofa de la ciencia Mary Hesse como precedente del pensamiento de estos autores.

defiende la función estructural y cognoscitiva de la metáfora, comprendiéndola como un elemento que impregna nuestra vida cotidiana, estructurando nuestro pensamiento y nuestra acción:

La metáfora no es solamente una cuestión de lenguaje, es decir, de palabras meramente. Sostenemos que, por el contrario, los procesos del pensamiento humano son en gran medida metafóricos. Esto es lo que queremos decir cuando afirmamos que el sistema conceptual humano está estructurado y se define de una manera metafórica. (Lakoff y Johnson, 1980, p. 42.).

La elección y el uso de determinadas metáforas no puede considerarse, entonces, inocente. Las metáforas que utilizamos están destacando aspectos de la realidad que estructuran nuestro pensamiento, nuestras creencias y opiniones acerca de la misma y, además, influyen en la forma en la que nos relacionamos con el mundo, las actitudes que tomamos con respecto a los acontecimientos de nuestra vida e incluso en la forma en que nos concebimos como individuos dotados de una subjetividad. Tomemos un ejemplo de Lakoff y Johnson: *una discusión es una guerra*. En nuestro lenguaje cotidiano, esta metáfora impregna la mayor parte de nuestras referencias a las discusiones, así como nuestro modo de entenderlas y de participar de ellas. Hablamos de perder o ganar una discusión, atacar argumentos, planificar una estrategia argumentativa, destruir falacias y falsos argumentos, etc. De este modo, entendemos y de hecho participamos en las discusiones de un modo bélico, donde la persona a la que nos *enfrentamos* es nuestra *enemiga* y debemos *atacar* sus argumentos para

ganar la discusión. Sin embargo, siguiendo la propuesta de Lakoff y Johnson, si en nuestra cultura imperara la metáfora *una discusión es una danza*, nuestra forma de entenderla y de participar de ella cambiaría totalmente de matiz. Pasaría de estructurarse de un modo opositivo de conflicto entre las dos partes a estructurarse de modo cooperativo.

Imaginemos pues cómo sería nuestra forma de referirnos a las discusiones y a los procesos de las mismas bajo esta nueva metáfora: hablaríamos de la coreografía argumentativa en lugar de la estrategia argumentativa, utilizaríamos expresiones como *los argumentos eran arrítmicos o estaban descoordinados* en lugar de *los argumentos se enfrentaban*, o *sus movimientos se armonizaron* en lugar de *ganar o perder una discusión*, etc. Es decir, en palabras de Lakoff y Jonson (1980, p. 46): «Al permitirnos concentrarnos en un aspecto del concepto (por ejemplo, los aspectos bélicos de una discusión), un concepto metafórico puede impedir que nos concentremos en otros aspectos del concepto que son inconsistentes con esa metáfora» (como por ejemplo los aspectos cooperativos de una discusión).

Debemos destacar aquí de nuevo la falta de inocencia de la elección de determinadas metáforas que, si bien pueden ser utilizadas de modo inconsciente, no por ello dejan de ejercer su influencia en la forma en que concebimos y nos relacionamos con el mundo. Muchas de las metáforas que utilizamos y que están estructurando nuestros modos de pensamiento y acción han devenido, a fuerza de su uso continuado, en metáforas muertas, metáforas que ya no se toman como tales y que han pasado a lexicalizarse,

las cuales utilizamos continuamente en nuestra forma de expresión cotidiana sin tomar conciencia de su carácter metafórico y de aquello que, en cuanto explicaciones parciales de la realidad, revelan y ocultan de la misma. Estas metáforas muertas han pasado a instituirse como parte de nuestra explicación de los hechos y nuestra concepción de la realidad; asentadas en nuestra cultura como modos de conocimiento se han anquilosado en nuestro sustrato cultural e ideológico.

Un cambio en la propia metáfora que nos sirve para explicarlas (metáforas *muertas*) podría servir para comenzar a poner de manifiesto otros modos de concepción de la realidad: caracterizarlas como metáforas *dormidas* trae adosada consigo la idea de que éstas pueden ser despertadas. Despertar las metáforas, asumiendo la falta de inocencia de su uso, es una tarea que puede articularse atendiendo a un doble objetivo de deconstrucción y construcción: por un lado, desvelar ciertas formas sesgadas de explicación de la realidad y, por otro lado, proponer nuevas metáforas que estructuren nuestra concepción de lo real con vistas a determinados fines.

Entender los videojuegos como metáforas estructurales, conlleva el plantearlos como modelos interpretativos de la realidad que a la vez que la configuran son el resultado de un contexto cultural e ideológico concreto en el que cobran sentido. Comprendidos de este modo, los videojuegos contribuyen a la producción de la subjetividad de los individuos, así como a establecer las bases de la identificación de los miembros de la comunidad. Podemos comprender entonces cómo el universo simbólico de los videojuegos constituye uno de los actantes más relevantes de la comunidad

e, incluso, una de las condiciones de inteligibilidad y existencia de la comunidad misma. Sin un universo simbólico común, los sujetos no podrían dar el paso de la identificación con el otro que es como uno mismo, es decir, con sus iguales y, por tanto, la comunidad perdería su razón de ser.

J. M. Marinas en su artículo *La construcción discursiva de la subjetividad* señala que «los relatos de la identidad se enfrentan con el hecho de ser construcciones, en las que no hay mera actuación de códigos, sino producción de sentidos» (Marinas, 2000, p. 53). La retórica de la subjetividad, los discursos y metáforas que utilizamos para describir y explicar nuestra subjetividad, ejercen una enorme influencia sobre las concepciones del «yo» que no funcionan como meros elementos ornamentales o expresivos, sino que, en su intento de dar cuenta de la identidad personal, están a la vez estructurándola y produciéndola. Podemos hacer extensivo el análisis de la función de las metáforas, o conceptos metafóricos, de Lakoff y Johnson a la construcción de la subjetividad.

La inmediatez con la que se nos hace presente la conciencia adquiere forma en el proceso discursivo del «yo» que trata de dar cuenta de sí. En este proceso discursivo tratamos de conferir un determinado estatuto ontológico a una entidad (la conciencia) que se nos escapa constantemente en nuestro intento de aprehenderla: la conciencia se nos presenta fluida e inaprehensible y, sin embargo, tratamos de apresarla en conceptos y narraciones que den cuenta de su inmediatez. Estos intentos de dar cuenta de ella acaban desembocando en el encuentro con la *nada*: el *yo*

trascendental (Kant), el *correlato del fenómeno* (Husserl) o el *yo irreflexivo* (Sartre). Sin embargo, la nada no puede satisfacernos. Necesitamos anclarnos al mundo y encontrarnos en él como sujetos llenos de contenido. Y es precisamente este proceso por el que dotamos de contenido a la conciencia, el proceso mediante el cual construimos nuestra subjetividad.

En la construcción de la subjetividad ponemos en juego una serie de imágenes, símbolos y narraciones que dan forma y estructuran la experiencia subjetiva. Para explicar este proceso no podemos atender únicamente a cuestiones internas de observación y construcción del «yo», sino que están involucrados en él factores sociales, políticos y económicos que actúan no sólo como el sustrato en el que el «yo» aparece, sino que adquieren el papel de actores que moldean y definen lo que somos así como los límites de lo que podemos llegar a ser. Berger y Luckman en *La construcción social de la realidad* sostienen que «el yo es una entidad reflejada, porque refleja las actitudes que primeramente adoptaron para con él los otros significantes; el individuo llega a ser lo que los otros significantes lo consideran» (2001, p. 168). De este modo, podemos afirmar que el proceso de construcción de una subjetividad no se realiza de modo aislado, sino en el entorno social en relación con los demás miembros de la sociedad. En este contexto, la creación de imágenes y discursos narrativos en torno a la identidad (autodesignada o heterodesignada) cobra una especial relevancia, pues a través de ella estructuraremos las coordenadas de nuestro autoconcepto y los límites de nuestra acción en nuestra vida cotidiana, así como nuestra situación dentro de la comunidad. Comunidad y

sujeto mantienen, por tanto, una relación de co-producción y reconocimiento en la que los símbolos, las metáforas y el lenguaje común adquieren una importancia fundamental: designan y producen modelos de subjetividad y de formas de ser dentro de la propia comunidad. El sujeto no será más que lo que la comunidad designe que sea, su rol en ella vendrá determinado por todo el conjunto de creencias de la misma, el sustrato ideológico y el orden simbólico de la misma. Por ello, las representaciones son tan relevantes en este contexto, pues los estereotipos culturales, los individuos y sus representaciones, marcaran quiénes somos y qué podemos esperar del resto.

Como señalábamos más arriba siguiendo a Lakoff y Johnson, los conceptos metafóricos iluminan tan sólo una parte de la realidad a la vez que ocultan parcelas de la misma, dificultando la tarea de visibilizarlas y someterlas a crítica, de modo que los conceptos metafóricos que utilicemos para dar cuenta de nuestra propia subjetividad iluminarán asimismo sólo una parte de lo que somos, estructurando y componiendo nuestra forma de referirnos a y de concebir nuestro «yo»⁶². Lo mismo sucede a la hora de dar cuenta de

⁶² Pero podemos aventurarnos aún más en esta tesis. Cuando afirmamos que la forma en que nos aproximamos al mundo es metafórica, que nuestro sistema conceptual es fundamentalmente de naturaleza metafórica, parece que estemos refiriendo a una realidad externa, por ejemplo, la acción de mantener una discusión, que puede ser iluminada en algunas de sus facetas, mientras que otras de ellas quedan ocultas (y, por lo tanto, podrían ser iluminadas cambiando el concepto metafórico utilizado). Es problemático considerar que algo así sucede con el «yo», que existe algo que soy «yo» y que es iluminado o puede ser entendido parcialmente en función de las metáforas o de los conceptos metafóricos que elegimos para caracterizarlo. Si aceptamos la dimensión trascendental del mundo y de los objetos del mundo y que esa trascendentalidad no puede ser aprehendida en cuanto que

la propia comunidad y sus miembros, así como de los distintos estereotipos que utilizamos para referirnos a los subconjuntos de esta comunidad.

En el capítulo 3, al referirnos a la influencia de las mecánicas en los modos de relación de la comunidad hemos identificado en la comunidad de videojuegos ciertos estereotipos sociales y hemos visto cómo estos estereotipos están marcados por una determinada comprensión de qué es un videojuego, para qué se juega y cómo se debe jugar. Podemos encontrar implicadas nociones tanto morales como ontológicas en nuestra definición de estos miembros de la comunidad cuando hablamos de *camperos*, *niños rata* o *flamers*. Estos tres estereotipos de personas que pertenecen a la comunidad constituyen a su vez metáforas en sí mismas que nos sitúan de una determinada manera frente a ellas. La metáfora y forma de designar a una persona como *niño rata* tiene unas implicaciones muy distintas, cognoscitivamente hablando, que si utilizáramos la metáfora *aprendiz patoso*, por ejemplo. Mientras el *niño rata* tiene connotaciones negativas al asociarse a las ratas y al imaginario social acerca de ellas (seres sucios, molestos, chillones y que transmiten enfermedades... en nuestra cultura es básicamente un insulto con claras intenciones de ofender) el *aprendiz*

continuamente se nos escapa en los modos de representación y cognición, nos preguntamos si la naturaleza del «yo» no recaerá precisamente en esa condición de trascendentalidad, si el «yo» es siempre algo que se nos escapa y algo que no puede ser representado sin ser a la vez, en el mismo proceso de representación y comprensión, únicamente construido. No podemos detenernos ahora en este punto, aunque sí nos gustaría fijarlo como un lugar de reflexión al que volver: ¿es el «yo» algo que se encuentra ahí, esperando a ser caracterizado y comprendido? ¿O es el «yo» un constructo retórico necesario para mantener una coherencia vital?

patoso tiene connotaciones divertidas, implica cierta burla socarrona y condescendencia hacia quienes están empezando (aunque destaca aspectos negativos de la persona a la que se lo decimos, como el ser *patoso/a*, lo asociamos a un estado transitorio y no esencial como el ser aprendiz, que indica que cambiará con el tiempo). Tendríamos más paciencia ante los errores y la voz aguda de un *aprendiz patoso* que de un *niño rata*. Por parte de aquellas personas que reciben el nombre de *niños rata*, también habría un cambio significativo en su autoconcepto y sus formas de relacionarse con la comunidad si se les designara como *aprendices patosos*, asumiendo roles también más permisivos para sí mismos (“estoy aprendiendo y, por lo tanto, puedo mejorar”, “se me da mal este juego (soy patoso) porque soy un aprendiz y eso es algo que puede cambiar”) que les llevarían a un menor número de ataques de ira a la hora de perder dentro del videojuego.

En el presente capítulo no vamos a centrarnos en los roles sociales y las metáforas que utilizamos para designarlos dentro de la comunidad, sino que vamos a tomar los propios videojuegos como metáforas estructurales que determinan y producen la subjetividad de los miembros de la comunidad así como los límites de la comunidad misma. No hay que olvidar que los videojuegos, como productos culturales de ficción, llevan consigo representaciones culturales, valores, creencias e imaginarios que no siempre estaban previstos en el momento de su producción. En ocasiones, el universo simbólico del videojuego sí ha sido creado con una clara intencionalidad política, informativa o educativa concreta, pero generalmente este universo es producto más del sustrato ideológico y

cultural de quienes lo han creado, el cual ha calado igualmente en el videojuego de forma acrítica y llega a la comunidad planteado en unos términos que lo hacen inteligible y reconocible únicamente porque sus códigos están escritos en el mismo idioma, en la misma línea de pensamiento, que nuestra cultura ha ido manteniendo durante siglos. Los videojuegos utilizan metáforas muertas que se han lexicalizado, como apuntábamos en referencia a la obra de Lakoff y Johnson, y que se han convertido en lugares comunes de los cuales se ha olvidado su origen.

A continuación vamos a llevar a cabo un análisis de caso que nos permita comprender esta cuestión en profundidad.

1.1. ANÁLISIS DE CASO: EL UNIVERSO SIMBÓLICO DEL ZELDA

Empezaron con un cuento ilustrado en el que un joven llamado Link salvaría a una princesa que sería la personificación de la feminidad eterna para todos los hombres. Se nos ocurrió llamarla Zelda (...). Así fue como nació el título de *The Legend of Zelda*.

Shigeru Miyamoto, Director ejecutivo sénior de Nintendo y productor general de la saga *The Legend of Zelda*. (Norma Ed., 2016)

Tal y como narra Shigeru Miyamoto, productor principal de la saga de la *La leyenda de Zelda* y uno de sus principales artífices, la historia de Hyrule, el universo donde transcurre la saga, comenzó con un tópico literario y una metáfora. El tópico sería la damisela en apuros y la metáfora la de la feminidad eterna *para todos los hombres*: para todos ellos se creó y vio la luz la princesa Zelda, personaje que da título a una saga que no protagoniza y que, desde su concepción, aparece como un símbolo más que como un personaje. Por este motivo hemos seleccionado la saga de videojuegos de *La leyenda de Zelda* cuyo análisis nos servirá como guía para comprender cómo se construye el universo simbólico de un videojuego y qué relaciones se establecen entre el substrato cultural en el que aparece y el juego mismo.

El universo de este videojuego está estructurado en torno a la clásica lucha del bien contra el mal en sus múltiples manifestaciones: el cielo contra el infierno, el héroe contra el villano y la luz contra la oscuridad, etc. En esta lucha siempre hay un héroe, en este caso Link, concebido desde su creación

como un *enlace entre mundos* (de ahí su nombre), que será el protagonista de la saga y a su vez el representante de la luz en esta batalla.

El símbolo central de la saga es el de la Trifuerza, que aparece en el emblema de Hyrule unido al símbolo de la diosa Hylia.



Imagen 6: La trifuerza

La Trifuerza

El símbolo de la Trifuerza está formado por tres triángulos dorados unidos que a su vez forman un triángulo mayor con un hueco central en forma de triángulo invertido. Este símbolo representa principalmente el equilibrio y lo sagrado en la lucha entre el bien y el mal. Pero en la creación de esta saga de videojuegos se le ha dado mucho valor a la simbología por lo este símbolo y lo que representa ha sido extensamente desarrollado. Incluso existe una leyenda, dentro del propio juego, que explica de dónde procede la Trifuerza.

Como en otros muchos mitos fundacionales, la mitología de la saga de *Zelda* se basa en la creación del mundo por parte de dioses. En este caso son tres diosas quienes crearon el mundo en el inicio de los tiempos a partir del caos: Din, diosa del poder, fue la creadora de la tierra, Nayru, diosa de la sabiduría, fue la creadora del orden y Farore, diosa del valor, fue la que creó a sus habitantes. Introducir orden y equilibrio en el caos fue la principal tarea de estas diosas y esto se refleja en la propia simbología de la Trifuerza:

por un lado el dorado, representado lo sagrado y la divinidad, y por otro el equilibrio perfecto entre tres triángulos equiláteros. Triángulos que a su vez representan a las tres diosas tanto individualmente como en su conjunto. Cada vértice de cada triángulo, así como cada triángulo de la composición, representa a cada una de las diosas, Din, Nayru y Farore. El dorado de la Trifuerza, además de representar la divinidad y lo sagrado, representa tradicionalmente la virtud y en este caso sirve como fondo a las tres virtudes de las tres diosas: poder, sabiduría y valor. A lo largo del juego, tendremos que encontrar y conectar estos tres triángulos para restaurar la armonía, el orden y el equilibrio en el mundo y nuestro elemento conector será, por supuesto, Link.

En algunas representaciones, las tres diosas son blancas, de cabellos dorados y aladas. En estas representaciones suelen aparecer insuflando su aliento a los triángulos de la Trifuerza y esparciéndolos por el mundo desde las nubes. Sin embargo, la representación más habitual de las tres diosas se ha establecido a partir de los tres personajes centrales de la saga: Link, Zelda y Ganondorf, compartiendo cada uno de ellos colores y simbología con las diosas.

Quien consiga unir los tres fragmentos de la Trifuerza adquirirá un poder supremo, pero no es tan sencillo que esto suceda, ya que para conseguir que los fragmentos permanezcan unidos quien los reúna debe mantener en sí mismo el equilibrio que requiere la propia Trifuerza, a saber, un equilibrio que lo legitime a ostentar ese poder supremo que vendrá dado por un equilibrio interno entre sabiduría, valor y poder. Sólo estará legitimado y,

por tanto, mantendrá la Trifuerza unida quien reúna en sí mismo estos tres valores. En un momento dado, Ganondorf robará la Trifuerza pero ésta no responderá a él, esparciéndose de nuevo por el mundo dividida. Será Link (que ostenta el valor) quien podrá reunir la Trifuerza gracias a la legitimidad para ostentar el poder que le da la sabiduría (Zelda).

GANONDORF Y DIN: EL PODER

La apariencia de la diosa Din y Ganondorf son muy similares en su retórica:



Imagen 7: Ganondorf

Ganondorf

ambos parecen estar inspirados en las personas de oriente medio (por sus rasgos, color de la piel, forma de vestir, etc.) aunque cada uno con un estilo diferente. Los colores que predominan en su creación son el rojo y el negro, así como el dorado que, unido a los otros dos colores, complementa una retórica de poder y divinidad oscura. En el caso de Din, esta retórica del poder oscuro hace referencia a los peligros que tiene el poder si no se encuentra en equilibrio con la sabiduría y el valor.

En Ganondorf, las referencias en su vestuario, su historia y sus

movimientos a la oscuridad, las tinieblas y la seguridad en sí mismo como autosuficiente también trata de responder a esta retórica del peligro del poder sin equilibrio, pero también va un paso más allá llevándolo a su identificación con el mal.

Ganondorf, como antagonista de la historia, está construido como una encarnación del mal, del poder sin medida y de la dominación. Se lo asocia a artes oscuras, magia demoniaca principalmente, tratos con seres del inframundo, etc. Su estética tiene una clara inspiración medieval con ciertos toques de oriente medio, especialmente en algunas versiones del personaje su ropa y sus joyas recuerdan a indumentaria sarracena o persa. Su armadura está diseñada a partir de distintas referencias históricas, mayoritariamente de oriente medio, China, Japón feudal e incluso algunas partes son de inspiración española (piezas que a su vez están influidas por las armaduras de los guerreros en Al-Ándalus).

En la historia del juego, Ganondorf pertenece a un pueblo llamado Gerudo. Este pueblo está compuesto únicamente por mujeres, de entre las cuales cada cien años nace un varón destinado a ser su soberano. En este caso es Ganondorf, aunque hay insinuaciones a lo largo de toda la saga de que siempre es Ganondorf el que nace cada cien años como una entidad recurrente e inevitable. Esta sociedad de Gerudo se organiza como un matriarcado, excepto cuando está el varón soberano, en cuyo caso es él el que reina. Las Gerudo, a pesar de ser expertas guerreras, tienen la apariencia de mujeres sacadas del imaginario de las *Mil y una noches*, vestidas con un atuendo similar al que se utiliza para la danza del vientre,

con pantalones ligeros abombados y un corpiño o sujetador que deja su vientre al aire. Lo único que indica que son guerreras, además de que en el videojuego pelean, es que algunas de ellas llevan una o dos cimitarras. Por lo demás, parecen estar diseñadas como un harén para Ganondorf.

Las referencias a la cultura musulmana y a oriente medio son bastante comunes en toda la saga de videojuegos de *La leyenda de Zelda*. Incluso gran parte de los monstruos así como los enemigos más poderosos cuentan con referencias al color negro y la estética árabe. Grahim, conocido también como el Señor de los demonios, y El Durmiente o Herald de la Muerte, son dos de los mayores enemigos en el videojuego y ambos tienen una estética muy similar a Ganondorf (Grahim tiene una estética mucho más cercana a los persas que los otros dos).

Así, en la lucha del bien contra el mal, el imaginario presente en *La leyenda de Zelda* el mal está representado por el negro, la oscuridad y la muerte y constantemente referido a oriente medio y la cultura musulmana (aunque no son explícitas y se encuentran mezcladas con referencias a la cultura china y japonesa). El investigador Jack G. Shaheen (1997, 2012) se ha dedicado a lo largo de toda su carrera a investigar este fenómeno por el cual oriente medio y la cultura árabe son utilizados como una representación del mal en la cultura popular occidental, concretamente en el cine estadounidense, pero también en otras manifestaciones. Los videojuegos no constituyen una excepción y Ganondorf no es el único antagonista cuya estética hace una referencia directa a este estereotipo cultural.

LINK Y FARORE: EL VALOR

Tuve un sueño. En el sueño, nubes oscuras de tormenta amenazaban todo Hyrule. Pero de repente, un rayo de luz salió del bosque, partiendo las nubes e iluminando la tierra... La luz se convirtió en una figura que sostenía una brillante piedra verde, seguido por un hada. Sé que esta es una profecía, que alguien vendría del bosque... Sí, creo que tú podrías ser el elegido ¡Oh, lo siento! ¡Te he contado mi historia y ni siquiera me he presentado apropiadamente! Soy Zelda, la princesa de Hyrule.

Princesa Zelda

Link es un muchacho joven (pretendían que tuviera alrededor de 17 años cuando lo crearon, aunque en algunas de las entregas de la saga parece más joven), blanco, rubio, de ojos azules, estilizado y decidido en su forma de comportarse. Suele representarse con su clásico atuendo verde, el gorro en pico, la casaca ancha y botas de cuero marrón altas. Es habitual que aparezca con un escudo que porta el emblema de Hyrule (con la Trifuerza) y una espada, aunque también sabe utilizar otras armas en el videojuego (dependiendo de las entregas) como el arco, la ballesta, el tirachinas, etc. Link comparte referencias cromáticas y estéticas con Farore, la diosa del valor. Ambos recuerdan a la naturaleza, la sencillez y la humildad.

En la historia de *La leyenda de Zelda* Link es el héroe elegido por la diosa Hylia y se reencarna en múltiples ocasiones, aunque en todas ellas suele mantener aproximadamente el mismo aspecto. El rasgo más representativo



Imagen 8: Link

Link

de Link es su valor, unido a la decisión, la abnegación y la entrega a las demás personas, por las que está dispuesto a luchar.

Link es otro de los héroes mudos o protagonistas silenciosos, un recurso narrativo muy frecuente en videojuegos⁶³ que ayuda a una mayor identificación de quienes juegan con el protagonista, ya que tienden a rellenar la personalidad de este con la suya propia. Este es otro de los matices que adquiere el nombre de Link: el personaje

sirve como *enlace* entre quienes juegan y el mundo del juego. Con el mutismo de Link se ha pretendido involucrar más activamente a quienes juegan permitiendo que se conviertan en los héroes de la aventura utilizando así a Link como su avatar.

Además de este sentido del nombre de Link, también lo utilizaron para hacer referencia a su posición de *enlace* entre dos mundos: el Mundo de la Luz y el Mundo de la Tinieblas (*A Link to the Past*), el presente y futuro

⁶³ En el capítulo 3 de la presente investigación hablamos del recurso al protagonista silencioso del que también se hace uso en el videojuego *Portal*.

(*Ocarina of Time*), Hyrule y Términa (*Majora's Mask*), Luz y Crepúsculo (*Twilight Princess*), Celéstea y las Tierras Inferiores (*Skyward Sword*) y Hyrule y Lorule (*A Link Between Worlds*).

Este vínculo, tal y como vemos ahora, también alude a los mundos de dentro y fuera de la pantalla. A lo largo de toda la saga podemos encontrar múltiples referencias al vínculo entre mundos a partir del personaje de Link. Una de ellas, tal vez la metáfora más común, es la propia presentación del personaje que suele hacerse utilizando el despertar de un sueño. Al comenzar a jugar Link aparece, en muchos de los títulos, durmiendo en el suelo, en su cama o en otro lugar. En ese momento podemos observarlo desde fuera, sin saber todavía quién es o qué papel va a tener en el juego. Su despertar es nuestro despertar, una vez Link abre los ojos al mundo del juego, a quienes jugamos se nos permite empezar a interactuar utilizándole como nuestro *enlace* con ese nuevo universo. Lo que piensa, lo que dice... todo depende de qué pongamos en la voz y en la mente de Link quienes estamos más acá de la pantalla.

Esta metáfora del despertar al juego también sirve como metáfora del despertar del héroe, del inicio de la aventura y del cambio, así como del paso a la edad adulta del personaje: generalmente Link empieza siendo un niño que debe despertar ante la llamada del espíritu de aventura, asumir su responsabilidad y conquistar su destino. En este sentido, la historia de Link puede entenderse como la historia de un héroe clásico (aquél que llega a cumplir la profecía, lo que el destino tenía preparado para él, quien *se convierte en quien es*), y a la vez como una contemporánea historia de

formación o *Bildungsroman* (utilizando la terminología alemana para este género literario).

ZELDA Y NAYRU: LA SABIDURÍA



Imagen 9: Zelda

Zelda

El personaje de Zelda funciona, principalmente, como el elemento que permite a Link convertirse en el héroe y lo legitima. Por un lado, lo nombra

La princesa Zelda también es una reencarnación constante, en este caso de la diosa Hylia. Es la elegida para ostentar la trifuerza de la Sabiduría (en el videojuego la sabiduría representa la capacidad para gobernar y ayudar a los demás, además del buen juicio). Habitualmente comienza teniendo un aspecto de niña, para más adelante ir evolucionando junto a Link, a quien sirve de apoyo y motivación. Su estética es muy similar en todas todas las entregas: se la representa como una mujer rubia (o castaña clara), delgada, de ojos azules y piel muy clara. Como señalábamos al

como héroe a través de sus profecías y, por otro lado, al ser puesta en situación de peligro del que no puede escapar, da la oportunidad a Link de rescatarla, cumpliendo así su destino.

A lo largo de los distintos títulos de la saga, Zelda puede cumplir otros roles, como el de cuidadora (provee a Link de la ayuda necesaria para cumplir sus misiones, abriendo puertas, ayudándole con su arco de flechas de luz, dándole pistas, etc.). Cuando desempeña este rol de forma más activa lo hace adoptando la apariencia de sus alter egos, los dos más representativos son Sheik, en *Ocarina of time*, y Tetra, en *The Wind Waker*.

Al adoptar cualquiera de estos dos personajes, la princesa Zelda cambia su rol drásticamente en el juego. Con Sheik tiene la apariencia de un varón joven, con la cara tapada, que ayuda a Link y es tan valeroso como él. Como Tetra, representa a una capitana de un barco pirata con una tripulación a sus órdenes. Ayuda a Link a lo largo de todo el juego, se muestra socarrona con él y algo pícaro, muy valiente y con grandes habilidades. Sin embargo, en ambos casos, en cuanto retoma la apariencia de Zelda se le arrebatan narrativamente todo su poder. En *Ocarina of time*, desde que Zelda cambia su apariencia de Sheik por la de princesa, transcurren tres minutos de juego hasta que es secuestrada y convertida en la encarnación pixelada del tópico de “damisela en apuros”. Lo mismo sucede con Tetra, que en cuanto recuerda quién es y adquiere la apariencia de princesa se le es negada la posibilidad de continuar participando activamente en la aventura por ser “demasiado peligroso” para ella. Al obedecer y quedarse a resguardo de los peligros mientras el héroe prosigue su hazaña, es secuestrada de nuevo y

convertida en “damisela en apuros”. La sabia y valiente Zelda es sometida así, en la mayoría de títulos de la saga, y transformada en algo apropiable por parte de los dos varones que protagonizan su propia leyenda: Ganondorf y Link.



Zelda como Tetra



Zelda como Sheik

Imagen 10: Alter egos de la princesa Zelda

El rol de damisela en apuros, como veremos más adelante, no es un rol que defina al personaje, sino que más bien es un suceso que le acaece a dicho personaje de forma súbita, sin que pueda hacer nada por evitarlo, ni salir de

esa situación. Así, a pesar de lo valiente, sabia y habilidosa que es Zelda, de nada le sirve para salvarse a sí misma. “Damisela en apuros” es un tópico que le arrebató el poder a los personajes femeninos para otorgárselo a los masculinos y, cuanto mayor fuera el poder que estos personajes femeninos tuvieran antes de caer en esta situación, mayor poder se le otorga a los masculinos al situarse en una posición de superioridad frente a ellos.

1.2. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LOS PERSONAJES FEMENINOS: ANÁLISIS RETÓRICO

Si realizamos un pequeño análisis del universo simbólico de los videojuegos podemos encontrar claros referentes a la cultura masculinizada de la guerra, los deportes competitivos y la velocidad y agresividad al volante. Una mirada preliminar a los videojuegos más vendidos puede ayudarnos a ofrecer una pequeña panorámica general de este hecho. Los seis videojuegos más vendidos en España en noviembre de 2015 según AEVI⁶⁴ (a saber, *Call of duty: black ops III*, *Fallout 4*, *Fifa 16*, *Star wars: battlefront*, *Need for speed* y *Assassin's creed: Syndicate*) representan un claro ejemplo del androcentrismo presente en este medio tecnológico y de los valores y

⁶⁴ Relación disponible en <http://www.aevi.org.es/videojuegos-mas-vendidos> [Consulta: 23/12/15] Un año después, revisamos esta lista y entre los más vendidos volvemos a encontrar otro videojuego de la saga Call of Duty, el Fifa 2017, el Battlefield, el Grand Theft Auto V y otros juegos muy similares en temática, mecánicas y estética a los de 2015. [Consulta: 24/01/17 referente a los videojuegos más vendidos de diciembre de 2016]. A principios de 2017, en el mes de febrero, Grand Theft Auto V sigue entre los videojuegos más vendidos, igual que el Fifa 2017, ocupando los dos primeros puestos. [Consulta: 27/03/17 referente a los videojuegos más vendidos de febrero de 2017].

representación del orden simbólico cultural que impera en los mismos. Todos ellos tienen en común la escasa o nula presencia de personajes femeninos.

Esta escasa o nula presencia de personajes femeninos en los videojuegos ya se pudo constatar en 2004 a partir de un estudio dirigido por Díez Gutiérrez (2004) en el que analizaban los videojuegos desde una perspectiva de género. Este estudio mostraba que de un total de 1824 personajes de videojuegos analizados, únicamente un 16% eran personajes femeninos, mientras que un 19% eran personajes no humanos y un 64% eran personajes masculinos. Además, en un 50% de los 250 videojuegos que analizaron en el estudio aparecían dos o menos personajes femeninos y de los casi 1000 personajes jugables analizados sólo un 12% eran femeninos. En los seis videojuegos más vendidos de noviembre de 2015 que ponemos como ejemplo encontramos ciertos cambios en la presencia de personajes femeninos, como el hecho de que se pueda elegir entre personajes protagonistas masculinos o femeninos en cuatro de ellos. *Call of duty: Black ops III* y *Fallout 4* cuentan con la opción de elegir el sexo del personaje protagonista, mientras que *Assassin's creed: Syndicate* permite jugar intercaladamente con un personaje femenino y otro masculino por primera vez en esta saga que lleva diez entregas. En la saga de *Call of duty* (que cuenta con más de cincuenta videojuegos desde 2003) no se pudo elegir un avatar femenino hasta el año 2013, en su entrega *Call of duty: ghosts*. El otro videojuego que permite elegir un personaje femenino como

protagonista es el de *Star Wars*, donde puede jugarse con la princesa Leia como única opción femenina.

A pesar de que en la industria del videojuego se ha producido un cambio positivo con la incorporación de cada vez mayor número de personajes femeninos protagonistas o jugables, alcanzar una igualdad efectiva en la representación de varones y mujeres en los videojuegos todavía dista mucho de lograrse. Además, esta incorporación de personajes femeninos como protagonistas no siempre responde a una representación no estereotipada y, cuando no es así, no recibe una acogida positiva por parte de la comunidad⁶⁵.

Esta cada vez mayor presencia de personajes femeninos no ha traído consigo un cambio en la retórica androcéntrica de los videojuegos. A pesar de que, como decíamos, en cuatro de estos seis videojuegos podemos seleccionar un personaje femenino como protagonista éste se encuentra ausente o desplazado a un segundo plano si atendemos a la retórica de los propios juegos explícita en su propaganda, carátulas, carteles, *trailers*, etc. O incluso en el desarrollo del propio juego la existencia del personaje femenino resulta muchas veces anecdótica o una obligación por cumplir cuotas de género⁶⁶.

⁶⁵ Más adelante trataremos de dar una explicación a la función que cumplen estos personajes femeninos protagonistas, así como a la acogida por parte de la comunidad.

⁶⁶ En el análisis de los videojuegos de acción que llevamos a cabo en el capítulo 3, ya pudimos comprobar cómo esta situación es especialmente apropiada para dicho género.

Pongamos como ejemplo *Fallout 4*, videojuego de la compañía Bethesda que siempre ha destacado por hacer un gran énfasis en el desarrollo de sus historias, dotando de gran libertad a quienes las juegan para hacer evolucionar sus personajes y crear sus propias historias dentro de la historia principal. Antes del lanzamiento de este videojuego se generó cierta controversia en foros especializados online precisamente sobre la posibilidad de jugar con un personaje femenino. Una usuaria de estos foros afirmaba que había formado parte del equipo de desarrollo del videojuego y que no se había introducido la posibilidad de elegir un personaje femenino. Más adelante, Todd Howard, productor ejecutivo de Bethesda, desmintió este rumor en una conferencia del E3 de 2015⁶⁷ en la que presentaba el juego y la posibilidad de elegir entre ambos sexos. Sin embargo, la experiencia de juego parece demostrar que el mismo se había creado con un hombre como protagonista y que el esfuerzo por modificar la narrativa para adaptarla a la propia historia del personaje femenino ha sido nulo. El protagonista masculino cuenta con un pasado militar, mientras la protagonista femenina es abogada de profesión. Sin embargo, a pesar de esta notoria diferencia, al manejar al personaje femenino nos encontramos con personajes no jugadores que hacen constantes referencias a pasado en el ejército y a que es evidente que hemos “luchado por nuestro país en la guerra” (cosa que no es cierta en el caso del personaje femenino). Este dato, que pudiera parecer anecdótico, revela cómo la introducción de un

⁶⁷ La E3 o Electronic Entertainment Expo es la convención de videojuegos más importante de la industria y se celebra anualmente la tercera semana de mayo en Los Ángeles.

mayor número de personajes femeninos en los videojuegos no lleva consigo necesariamente la modificación del universo simbólico de los mismos, el cual permanece aferrado a una concepción patriarcal y heteronormativa del orden social. Expliquemos esto con más detenimiento.

Como objetos culturales que reproducen el orden simbólico de nuestra cultura, los videojuegos representan a las mujeres (en forma de personajes femeninos) como seres que pueden ser utilizados para satisfacer el deseo de los varones (ya sea de los personajes masculinos presentes en los juegos o de los varones que juegan a los mismos). Mayoritariamente son representadas como como objetos sexuales carentes de toda intencionalidad más allá de la de seducir al varón, procurarle descendencia o cuidados. Pero, yendo un paso más allá en el análisis, los personajes femeninos en los videojuegos aparecen convertidos en puro símbolo, principalmente como símbolo de la victoria, el éxito y la satisfacción del deseo de posesión que el varón deposita sobre ella. Las mujeres son representadas en los videojuegos como un objeto preciado, una posesión que muchas veces está en riesgo. Han sido tradicionalmente cosificadas, deshumanizadas y victimizadas en ellos. En ellos queda patente su carácter de ser relativo, ser “para otro”. Como seres carentes de una subjetividad propia, siempre se definen en función de otro, de forma relativa a los personajes masculinos que son quienes asumen el protagonismo. Esta situación de los personajes femeninos no es en absoluto ajena a la situación de las mujeres en el imaginario social, tal y como señala Simone de Beauvoir

en *El segundo sexo*, las mujeres no sólo adquieren su identidad como seres relativos, seres “para otros”, sino que son (han devenido) lo Otro:

Y ella no es más que lo que el hombre decida; así recibe el nombre de «el sexo» queriendo decir con ello que para el varón es esencialmente un ser sexuado: para él, es sexo, así que lo es de forma absoluta. La mujer se determina y se diferencia con respecto al hombre, y no a la inversa; la mujer es lo inesencial frente a lo esencial. Él es el Sujeto, es el Absoluto; ella es la Alteridad [lo *Otro*]. (Beauvoir, 2002, p. 50).

De este modo es como son representadas en los juegos, como un símbolo de lo otro que debe ser apropiado por el sujeto. Relegados a un plano de inferioridad, los personajes femeninos sólo pueden ser comprendidos de forma relativa a aquellos que completan su significado: los varones. Como decíamos, los varones en este punto del análisis ya no pueden entenderse únicamente como los personajes masculinos con los que interactúan y se relacionan los personajes femeninos, sino que la frontera entre lo que sucede dentro de la pantalla y en el “más acá” de la pantalla se difumina. La construcción de estos personajes femeninos en cuanto a su aspecto físico, los roles que desempeñan y su propia historia sólo es inteligible si tenemos en cuenta su carácter relativo a los varones.

Vamos a profundizar en los estereotipos más comunes bajo los cuales cae la representación de las mujeres en los videojuegos. En primer lugar, vamos a detenernos en la hipersexualización de estos personajes y cómo se construye no sólo con la creación del personaje, sino también con

elementos propios del videojuego como son las mecánicas, la perspectiva de la cámara y la banda sonora. En segundo lugar, analizaremos el más clásico de estos estereotipos femeninos que es el de damisela en apuros, muy arraigado especialmente en los primeros videojuegos de consola. Finalmente, veremos el caso del estereotipo de cuidadora y nos centraremos en cómo se manifiesta en los juegos de rol.

1.2.1. HIPERSEXUALIZACIÓN: DE LA *FEMME FATALE* A LA *LOLITA*

En la investigación anteriormente mencionada de Díez Gutiérrez (2004), además de la escasa presencia de personajes femeninos en los videojuegos se podía constatar cómo la gran mayoría de ellos (aproximadamente el 90%) aparecían hipersexualizados, representados con grandes pechos y caderas desproporcionadas que difícilmente permitirían que se mantuvieran en pie de tratarse de seres humanos reales.

El aspecto físico de los personajes femeninos —incluyendo su ropa y las poses con las que se ven representados en los videojuegos— constituye el medio más común para la hipersexualización de estos. El mundo de los videojuegos está repleto de este tipo de personajes y podemos encontrarlos en todos los géneros en los que aparecen personajes femeninos. Bayonetta (*Bayonetta*, 2014) o Quiet (*Metal Gear solid V*, 2015) son sólo dos ejemplos de cómo un personaje femenino puede estar creado estéticamente para el disfrute visual y erótico de los varones en videojuegos de temática no pornográfica. Ambos personajes, tanto en su apariencia como en sus movimientos, así como en las cinemáticas en las que aparecen, responden a

una retórica erótica de hipersexualización. En el videojuego al que da nombre, podemos ver a Bayonetta rodando por el suelo con primeros planos de sus piernas y su trasero, al igual que a Quiet, quien con una música suave y erótica rueda, seductora, entre charcos de agua, empapada y semidesnuda, frente a la mirada del varón protagonista del juego.



Imagen 11: Carátula del videojuego Bayonetta para la videoconsola WiiU (2014)

Bayonetta, dentro de su hipersexualización, responde al estereotipo de *femme fatale*, el cual no es el único que los personajes femeninos hipersexualizados representan en los videojuegos. Otro, muy habitual especialmente en los videojuegos japoneses, es el de *Lolita*, o mujer joven,

casi una niña, con atributos sexuales muy desarrollados, que se viste y se comporta de forma manifiestamente erótica. En el videojuego de rol multijugador en línea *The Exiled Realm of Arborea* (también conocido como *Tera*, 2011) sus desarrolladores han incluido una raza exclusivamente femenina cuyos miembros tienen la apariencia de niñas adolescentes o preadolescentes de piernas largas y torneadas y cintura y tronco pequeños. Llevan orejitas de animales en la cabeza y, desde la perspectiva de quienes juegan, generalmente se las ve de espaldas, con una cola al final de sus vestidos. Los atuendos de estos personajes son cortos, dejando ver sus piernas y su ropa interior, sus voces son infantiles y sus movimientos refuerzan la sexualización con la que han sido diseñados. Estas *lolitas*, a las que también se las conoce como *conejitas* en la comunidad del juego (aunque su raza se llama Elin), responden a una retórica erótica cercana a la pedofilia que, sin embargo, está perfectamente admitida en el ámbito de los videojuegos.

Este videojuego tiene un reconocimiento de PEGI 12 por la violencia que incluye, pero no se contempla el contenido sexual del mismo en la clasificación. El hecho de que ni siquiera se perciba desde la *Pan European Game Information* (PEGI) la sexualización de estos personajes como algo a tener en cuenta a la hora de informar sobre su contenido, es muy representativo de la normalización a la que ha sido sometida la hipersexualización femenina en este ámbito.



Imagen 12: Un grupo de Elin posando para una captura de pantalla. Tera (2011).

Además de las dimensiones corporales de los personajes femeninos, otro signo de hipersexualización muy común es la propia ropa con la que los visten, como podemos ver en los casos anteriores. En la comunidad de videojuegos es bastante habitual encontrar chistes respecto a ello ya que se trata de algo muy habitual, muy aceptado y a la vez muy llamativo porque no responde a más lógica que a la sexualización por la sexualización, lo que desencadena situaciones humorísticas muchas veces. Es bastante habitual que en los videojuegos de rol en línea multijugador los personajes femeninos lleven lo que se conoce como una “armadura bikini”: mientras la versión masculina de la misma armadura cubre todo el cuerpo, la versión femenina consiste en unas braguitas y un sujetador de cota de malla o placas según corresponda, atuendo con el cual, según las estadísticas del

juego, tienen la misma protección que los personajes masculinos y pueden lanzarse a matar monstruos en las mismas condiciones. Las “armaduras bikini” o los atuendos escuetos, incómodos o poco apropiados para las tareas que realizan los personajes, constituyen la norma por la que se viste a los personajes femeninos en los videojuegos. Estos atuendos ven reforzada su sexualización también por las propias mecánicas del juego que permiten muchas veces a las personas que juegan levantar la falda de los personajes femeninos al saltar o girar muy rápido, o, como en el caso de Bayonetta, utilizar la ropa (o la falta de la misma) para obtener mayor puntuación en los ataques.

Los movimientos de cámara y las físicas de los videojuegos (cada vez más parecidas a la realidad) también contribuyen a la hipersexualización de los personajes. En los videojuegos en tercera persona en los que se puede manejar un personaje femenino, el trasero de este personaje suele situarse en el centro de la pantalla y se dirige la atención de quienes juegan constantemente hacia él. Este enfoque es el más utilizado en la saga de videojuegos *Tomb Raider* en la que, especialmente en las primeras entregas, el trasero de Lara Croft se situaba justo en el centro y se hacía mucho énfasis en él en las cinemáticas. En los nuevos videojuegos de esta saga, especialmente los dos últimos, el personaje de Lara Croft no está hipersexualizado en su imagen, pero en las cinemáticas continúa dándose demasiada importancia (no justificada por la trama) a sus atributos sexuales, con primeros planos de sus pechos y su trasero incluso en momentos del juego donde la carga emocional del mismo requeriría un plano de la cara de

la protagonista. Este énfasis en los pechos y el trasero de los personajes femeninos también puede apreciarse en las físicas de los videojuegos ya que encontramos que, especialmente los pechos de los personajes femeninos, cuentan con animaciones muy elaboradas.

La hipersexualización en los personajes femeninos jugables ha disminuido en los últimos años, tal y como muestra un estudio llevado a cabo en 2016 donde se analizaban muchos de los personajes femeninos jugables de los últimos 31 años de historia del videojuego, seleccionados a partir de una muestra aleatoria de 571 juegos (Lynch et al, 2016). Pero su disminución ni es generalizada, ni corresponde con la imagen que se proyecta de estos personajes en la publicidad de los videojuegos. Como el mismo estudio muestra, aunque los personajes femeninos dentro del videojuego estén menos sexualizados, en la publicidad siguen apareciendo como objetos, decoración de fondo o trofeos.

1.2.2. DAMISELA EN APUROS

“Damisela en apuros” es un tópico en los videojuegos⁶⁸ en que se representa a un personaje femenino en una situación vulnerable y potencialmente peligrosa para su integridad física, de la cual no puede escapar utilizando sus propios medios y requiere de la intervención de un personaje masculino

⁶⁸ Aunque el tópico no pertenece exclusivamente al ámbito de los videojuegos: lo precede en el tiempo (en la mitología griega y en la literatura medieval encontramos abundantes ejemplos del mismo) y es común en otras manifestaciones culturales como la literatura, el cine, la representación pictórica, etc.

para liberarse. A ambos personajes, al femenino y al masculino, les une una relación íntima ya sea familiar o de interés romántico: el personaje femenino suele ser la hija, madre, prometida, esposa o novia del protagonista masculino, aunque en algunas ocasiones ambos no se conocían previamente y el interés romántico surge en la búsqueda y el rescate de la damisela, que se presenta como un objeto de deseo por su belleza física y, a menudo, por su posición social (la “princesa en apuros” es una de las versiones más comunes de este tópico).

En los videojuegos donde aparece la “damisela en apuros”, su rescate suele constituir la motivación principal del personaje masculino, como es el caso de la saga de videojuegos dedicada a Súper Mario en la que debe rescatar una y otra vez a la princesa Peach de las garras de su secuestrador, el malvado Bowser (el más famoso antagonista de la saga). El secuestro suele ser la forma más habitual en que al personaje femenino se lo sitúa en un contexto peligroso, pero no siempre tiene la forma de un secuestro convencional, sino que muchas veces ese secuestro puede venir dado por una posesión demoniaca, una petrificación, un hechizo que le hace olvidar su identidad o cualquier otro sortilegio que haga que la damisela en apuros deje de estar presente y/o disponible. No siempre sucede que el personaje femenino que es secuestrado, o puesto en una situación peligrosa de la que no puede salir por sí mismo, es un personaje débil. Muchos de esos personajes luchan por su vida o se han presentado a lo largo del videojuego como personas muy capaces, valientes y fuertes, dotadas de grandes

habilidades (esto sucede al menos en dos ocasiones con el personaje de la princesa Zelda, tal y como expusimos en el análisis de caso anterior).

El tópico de “damisela en apuros”, como vemos, no responde tanto a una caracterización de las víctimas como a un género concreto, el estar en apuros no forma parte del personaje femenino, sino que es algo que le acaece al personaje femenino y que le da la oportunidad al personaje masculino, el protagonista, de demostrar su poder en un enfrentamiento directo con el antagonista, también masculino. Así, el personaje femenino queda victimizado y relegado a un estatus de objeto, sea cual fuere su situación y sus características personales anteriores a este acontecimiento. Podemos afirmar que convertir a un personaje femenino en “damisela en apuros” constituye, de alguna manera, una forma de *desempoderarlo*, de arrebatarle su capacidad para la acción y para salvarse a sí mismo, a la vez que se lo convierte en una mera excusa para el enfrentamiento entre dos personajes masculinos o un trofeo para el héroe.

La visión de la mujer (representada a través de los personajes femeninos) como un ideal que se constituye como lo Otro, como decía Beauvoir, frente al sujeto (el varón), viene potenciada por este tipo de manifestaciones culturales, que normalizan, refuerzan y perpetúan la idea de que las mujeres *son* vulnerables, débiles y carecen del poder necesario para salvarse a sí mismas, relegándolas de este modo a un estatus relativo frente al sujeto dominante y activo, quedando ellas estancadas en la pasividad y la disponibilidad absoluta para los varones (representados a través de los personajes masculinos). La debilidad y pasividad de estos personajes

femeninos no viene dada tanto por su diseño como personajes (las características de su personalidad o su apariencia), sino por un proceso de desactivación de su potencialidad que responde a las circunstancias a las que son sometidos. La princesa Zelda ayuda a Link en su lucha contra el mal mientras está disfrazada de capitana pirata, pero al manifestarse como princesa (a través de su atuendo) aparece su “verdadera naturaleza” de ser débil y vulnerable que termina siendo secuestrada. Esta visión de los personajes femeninos parece estar encaminada a mostrar que bajo la apariencia de supuesta fortaleza y poder, no hay más que una naturaleza que se corresponde con la fragilidad que le es propia al género femenino en los estereotipos culturales androcéntricos. Esta visión androcéntrica no tiene por qué estar contemplada en el diseño de los personajes de forma explícita y, probablemente, no exista siquiera un guion de género del videojuego donde se manifieste que estos son los valores y la imagen que se pretenden transmitir. Más bien es un reflejo de cómo el substrato androcéntrico de nuestra cultura permea en el universo simbólico de los videojuegos, traspasando valores y preconcepciones tradicionales de forma acrítica a estos medios de entretenimiento.

Incluso en los casos en los que se pretende empoderar a los personajes femeninos convirtiéndolos en protagonistas de historias de rescate de personajes masculinos, el universo simbólico que rodea la historia continúa anclado en un substrato androcéntrico donde los personajes femeninos están encadenados a una naturaleza débil, pasional y caprichosa (mientras que los héroes masculinos son inteligentes, ingeniosos y tenaces). En el caso

de la mencionada princesa Peach de la saga *Súper Mario*, ella será la protagonista de uno de los títulos en el que tendrá que rescatar a Mario y su hermano Luigi haciendo uso de sus poderes: emociones desbocadas e incontrolables con las que derrota a sus enemigos (alegría, tristeza, rabia y calma, todas ellas desproporcionadas y sin ningún tipo de motivación) en lo que parece ser un torrente emocional injustificado.

Esta regla tiene algunas excepciones, ya que sí que podemos encontrar personajes femeninos fuertes, inteligentes y tenaces en el papel de protagonistas, como veremos más adelante en este mismo capítulo. Sin embargo, desgraciadamente todavía no pueden considerarse más que casos excepcionales en medio de una enorme cantidad de videojuegos plagados de tópicos sexistas.

1.2.3. CUIDADORA. LAS *HEALER* EN LOS MMORPG⁶⁹

El estereotipo de cuidadora es otro de los más comunes en personajes femeninos secundarios. Son mujeres que tienen algún tipo de relación con el protagonista masculino de la historia (ya sea por parentesco familiar, un vínculo romántico, un compromiso profesional o un hechizo mágico) y que se dedican a ayudarlo desde un segundo plano, proporcionándole pociones, abriendo cerraduras, dándole consejos sobre cómo avanzar en el juego o facilitándole alcanzar algunos objetos, entre otras funciones instrumentales.

⁶⁹ Videojuegos de rol multijugador masivos en línea. Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos.

Este es un rol en el caen los personajes femeninos, habitualmente el dedicarse a los cuidados es algo que hacen estos personajes y no algo que son absolutamente. Es el caso de Zelda, en la saga de *La leyenda de Zelda*, que aunque cuenta con una construcción narrativa más compleja adquiere este rol ocasionalmente. Sin embargo, no siempre es así. Muchas veces estos personajes son carcasas vacías de trasfondo y personalidad que sólo tienen dicha función instrumental de ayuda, envuelta en un aura de ternura, condescendencia y maternidad. De hecho, este estereotipo está ligado al estereotipo cultural más general de la mujer como madre y proveedora de cuidados.

En los videojuegos en línea, concretamente en los videojuegos tipo MMORPG como *World of Warcraft*, existe un estereotipo de género alrededor de las funciones propias de cada personaje en relación al sexo del jugador o jugadora que lo maneja. En este videojuego, igual que en la mayoría de MMORPG, se puede seleccionar uno de entre los siguientes roles para desempeñar en las misiones en grupo:

- a) **Tanque.** Recibe gran daño y genera una gran amenaza para distraer a los monstruos y encargarse de controlarlos recibiendo el máximo de daño posible y evitándose así al resto del grupo.
- b) **DPS (Daño Por Segundo).** Causan un daño masivo, ya sea a un solo enemigo o en área, afectando a todo un grupo de enemigos. Pueden atacar desde lejos (llamados DPS de rango) o cuerpo a cuerpo (llamados DPS melé).

- c) **Healer**. Curan al grupo y lo refuerzan, a través de hechizos y otras técnicas.

Un grupo de cinco miembros en videojuegos del estilo de *World of Warcraft* se compone por un personaje que desempeña la función de tanque, otro de *healer* y tres personajes DPS (daño por segundo). De todos estos roles, el de *healer* es el que se considera característicamente femenino en la comunidad. Este estereotipo viene reforzado por el hecho de que en videojuegos de rol donde se puede manejar un personaje de cada uno de estos tipos (sin posibilidad de elegir el género de los mismos), el papel de *healer* suele estar representado por un personaje femenino⁷⁰. Este hecho se da con frecuencia especialmente en los videojuegos de fantasía medieval y más concretamente en aquellos cuyo trasfondo está basado en el universo de Tolkien: una hermosa elfa, vestida con colores claros y rodeada de un aura luminosa, suele ejercer el papel de *healer* velando por la salud del grupo.

El de *healer* es un rol de apoyo y, aunque sea muy importante para la supervivencia del grupo, se lo sitúa en un segundo plano en la batalla. Es un rol de cuidado y el personaje que lo lleva suele ser más frágil que el resto o, al menos, parecerlo. Estos personajes no cuentan con la misma apariencia agresiva que el resto, en ellos predomina más bien una retórica de luz o

⁷⁰ Pero no podemos olvidar, aunque se trate de otro tipo de juegos e imaginarios, las historias de guerra de la I y II Guerra Mundial o la Guerra civil española, donde las mujeres ni siquiera aparecen como miembros del batallón, sino más bien como enfermeras o, en el más alto de los rangos, como doctoras, cuando es conocido que las mujeres sí participaron en el frente en estos conflictos.

naturaleza amistosa y benevolente. Mientras que en la simbología clásica de los videojuegos el tanque está representado por un escudo y el DPS por una espada, el rol de *healer* está representado por una cruz verde o un ángel, dependiendo del videojuego. Esta retórica de su simbología y su representación es la que lleva a considerar que las mujeres son más aptas para el rol de DPS que los varones, dado que ellas, según los estereotipos culturales androcéntricos, son más proclives a proveer cuidados que ellos, que son más habilidosos a la hora de proteger al grupo a partir de la agresividad (recibiendo y produciendo daño). Así, los varones adquieren un papel central mientras las mujeres, en su rol de healer, vigilan la salud y el bienestar de sus compañeros mientras no les arrebatan la posibilidad de ser ellos los héroes, los que abaten enemigos y los que protagonizan la historia.

Encontramos aquí un tipo de discriminación territorial hacia las mujeres que se está reproduciendo en los videojuegos tipo MMORPG y que cuenta con una gran influencia en la comunidad ya que dictamina qué papeles son apropiados para las mujeres dentro de la misma. Dentro de una misma disciplina, las mujeres han sido relegadas a estos trabajos «propios de mujeres» que son, según los estereotipos androcéntricos y sexistas, más adecuados para ellas ya sea porque involucran alguna de las características que se les atribuyen a las mujeres en la cultura androcéntrica y que se relacionan con los trabajos domésticos, el cuidado, etc. o ya sea porque simplemente son los roles que los varones no están dispuestos a asumir porque conllevan actividades tediosas, repetitivas, mal consideradas, detallistas, etc.

Con el nacimiento de la ciencia moderna se repite —y podríamos decir que a partir de aquí toma carta de naturaleza— la siguiente norma doble: la mujer es admitida en la actividad científica prácticamente como igual hasta que dicha actividad se institucionaliza y profesionaliza; y el papel de una mujer en una determinada actividad científica es inversamente proporcional al prestigio de esa actividad (según el prestigio de una actividad aumenta, disminuye el papel de la mujer en ella). (González García y Pérez Sedeño, 2002.).

En el caso de la figura de *healer* sucede algo muy similar a lo que las autoras señalan acerca de los ámbitos de ciencia y tecnología, su estatus relegado a un segundo plano en la batalla es a la vez causa y consecuencia de ser considerado un rol femenino. Como señalan Pérez Sedeño y González García, la discriminación territorial que sufren las mujeres responde a un doble proceso: por un lado las mujeres tienden a ocupar posiciones menos relevantes o peor consideradas y, por otro lado, tiende a desvalorizarse y considerarse de menor rango o importancia aquel rol que se asocia a las mujeres.

1.3. ANÁLISIS DE CASO: LOS ROLES SOCIALES DE LOS PERSONAJES FEMENINOS EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

En una investigación que llevé a cabo en el año 2011 con motivo del trabajo de fin de máster, *Videojuegos como laboratorio para la construcción de la*

identidad de género (Rubio Méndez, 2011), tuve la oportunidad de analizar 25 videojuegos y más de 50 personajes, buscando en ellos personajes dedicados a los ámbitos de la ciencia y la tecnología. Pude encontrar 19 personajes masculinos y 6 personajes femeninos entre el total de los personajes que aparecían en dichos videojuegos. De los personajes femeninos que se dedicaban a la ciencia y la tecnología cinco eran doctoras o enfermeras y una de ellas arqueóloga. La arqueóloga no pertenece a los círculos científicos oficiales, sino que cuenta con un conocimiento que procede del animismo y otras fuentes místicas de los nativos americanos. Por su parte, los personajes masculinos ejercían una mayor variedad de profesiones relacionadas con estos ámbitos, entre las que destacaban las de científico loco o de anciano sabio. Esta distribución desigual de hombres y mujeres en los distintos ámbitos responde a una discriminación territorial que los videojuegos están contribuyendo a reproducir y mantener dentro de su universo simbólico. Igual que hemos visto que sucedía en el caso del rol de cuidadora con las *healer* de los MMORPG⁷¹, en el caso de los ámbitos de ciencia y tecnología también se produce esta discriminación que relega a las mujeres dentro de una misma disciplina a trabajos que son considerados más propios de ellas, como los cuidados o los trabajos domésticos. Por ello, entre los personajes femeninos dedicados a ciencia y tecnología las profesiones más habituales son las relacionadas con el cuidado: enfermería, en primer lugar, y medicina en segundo lugar. Así, también se reproduce

⁷¹ Cuestión que tratamos en este mismo capítulo en el apartado anterior.

una discriminación jerárquica por la que las mujeres son representadas en menor medida que los varones en puestos de poder y autoridad. En esta investigación de 2011 mostramos cómo de los personajes pertenecientes a los 25 videojuegos analizados sólo un personaje femenino contaba con un cargo de poder o autoridad dentro del videojuego en los ámbitos de ciencia y tecnología: una enfermera. En el caso de los personajes masculinos, eran ocho los que tenían un rol relevante dentro de su ámbito y un puesto de autoridad como director de museo, director de departamento, jefe médico, etc.

Esta situación de discriminación jerárquica se mantiene en otros ámbitos dentro de los videojuegos analizados, ya que al ampliar el rango a cualquier área en la que pudiera ejercerse un puesto de poder o autoridad sólo encontramos un personaje femenino más que lo hiciera. Este análisis de los roles sociales de los personajes femeninos en ciencia y tecnología nos ha permitido constatar cómo los videojuegos están reproduciendo nuestro sustrato ideológico y cultural a la vez que contribuyen a reproducirlo, manteniendo estereotipos androcéntricos tanto en la imagen de las mujeres como en la representación del orden social. Reproducen los fenómenos de discriminación territorial y jerárquica que encontramos en nuestra sociedad, perpetuando así un imaginario en el que las mujeres están relegadas a ámbitos «propios de su sexo», así como a puestos de inferioridad respecto a los varones reproduciendo el fenómeno denominado como *techo de cristal* según el cual parece que las mujeres son incapaces de ascender en la escala jerárquica de su profesión a pesar de que, formalmente, no existen áreas

restringidas a ellas o impedimentos legales para que no asciendan. Sin embargo, sabemos que existe una serie de desigualdades latentes en la forma de organización social de nuestra cultura que impide que las mujeres se integren plenamente en el ámbito público y en los puestos de autoridad en igualdad de condiciones que los varones.

En el análisis de estos personajes femeninos pertenecientes a los ámbitos de ciencia y tecnología encontramos un matiz muy interesante a la hora de revisar la estética de los mismos. Su aspecto variaba en función del cargo que ostentaran desde la *Lolita* o *cuidadora* en los cargos inferiores (las enfermeras), a los de *femme fatale* en los cargos superiores (las doctoras), muy atractivas según los cánones de belleza contemporáneos y potencialmente peligrosas (se presentan agresivas, como una amenaza, ocultan secretos, llevan a cabo prácticas ilegales dentro de su profesión, etc.). C. Santamarina (2002) analiza precisamente esta cuestión llevando a cabo un análisis de las retóricas de varones y mujeres en torno a la construcción de la subjetividad que se encuentra muy en la línea de lo que podemos constatar en el análisis de estos videojuegos.

La imposibilidad que tienen los varones de concebir conjuntamente la valía profesional con la femineidad, apunta hacia el hecho de que el acceso de la mujer a puestos directivos no es visto como una oportunidad para la igualdad –por parte de los varones- sino que es vivido como un proceso de dominación femenina frente al que se esgrimen estrategias de batalla, conscientes o inconscientes.

Santamarina, 2002, p. 60.

En su estudio, Santamarina destaca que el discurso masculino respecto a los logros conseguidos en torno a la igualdad de género y los cambios recientes en los roles sociales responde a una retórica de guerra donde las mujeres son presentadas como rivales, ante lo cual se muestran disconformes, intranquilos e inseguros, cambiando así el modo en que se conciben a sí mismos y a las mujeres. Esta ruptura, o amenaza de ruptura, del equilibrio simbólico que existe en nuestra cultura y en el que se representa a las mujeres como sumisas, relegadas a un segundo plano, cuidadoras y objetos o posesiones, es vivida como una amenaza al poder y el dominio masculinos, especialmente en los ámbitos domésticos y más cotidianos.

En la investigación que estamos tratando en el presente punto, llegamos a una serie de conclusiones que son muy relevantes para la presente investigación sobre la comunidad de videojuegos ya que clarifican cuáles son los puntos clave de la representación de las mujeres en el seno de la comunidad, ya sea en forma de personajes femeninos o de jugadoras. Las conclusiones a las que llegamos a partir de este análisis fueron las siguientes:

- 1) En la industria de los videojuegos predominan los varones en los niveles de creación y producción, este hecho, junto con el substrato ideológico androcéntrico que impera todavía en nuestra sociedad, contribuye a que se reproduzcan los mismos sesgos.
- 2) Los varones, al menos tal y como se muestra en la investigación de Santamarina, parecen sentirse intimidados y viven el acceso de las

mujeres a puestos de poder y responsabilidad como una amenaza que desestructura los roles sociales prefijados, rompiendo el equilibrio simbólico y amenazando el poder masculino.

- 3) Las estrategias de respuesta de los varones que se han hallado en el estudio pasan de la victimización de los hombres a la demonización de las mujeres.
- 4) En el ámbito científico y tecnológico la amenaza se ve agravada doblemente:
 - a) Es un ámbito tradicionalmente masculino donde la mujer no ha tenido acceso, salvo contadas excepciones históricas que siempre son presentadas como casos extraordinarios.
 - b) Es el ámbito que cuenta en la actualidad con mayor prestigio y reconocimiento social. La inclusión de las mujeres en condiciones de igualdad en el mismo representa, según los discursos expuestos más arriba, una ruptura definitiva del equilibrio simbólico y de la división sexual del trabajo.

Rubio Méndez, 2011, p. 48

1.4. LOS NUEVOS PERSONAJES FEMENINOS Y SU RECEPCIÓN EN LA COMUNIDAD

Anotación metodológica

Para abordar esta cuestión hemos utilizado una metodología de análisis triple, ya que las características de nuestro objeto de estudio requieren de un enfoque interdisciplinar y una metodología que pueda dar cuenta de la complejidad del mismo.

Por un lado, adoptamos un enfoque teórico desde los estudios de ciencia, tecnología y género, analizando las implicaciones de los artefactos tecnológicos y los sesgos de género que podemos encontrar en sus diseños, usos e intencionalidades.

Por otro lado, hemos llevado a cabo un análisis retórico de la estética de dos videojuegos y sus personajes femeninos con el fin de destacar cuáles son sus características y qué mensaje están transmitiendo a través de sus diseños.

Finalmente, nuestro análisis ha alcanzado a la comunidad de videojuegos con el fin de evaluar cuál ha sido la acogida de estos juegos y sus personajes femeninos y, para ello, hemos tenido que indagar en los espacios de relación más transitados de esta comunidad lo que nos ha llevado a recorrer las redes sociales, webs especializadas y foros en busca de noticias, comentarios y artículos de opinión.

En el apartado anterior mencionábamos los resultados de la investigación de Santamarina (2002) sobre la respuesta de los varones hacia la ruptura del tradicional orden simbólico donde las mujeres se representan relegadas al

espacio doméstico y a puestos de inferioridad en la sociedad. Los varones parecen, según este estudio, responder con inseguridad y con una retórica de guerra ante los cambios sociales que hacen avanzar hacia una igualdad de género. En el caso de la comunidad de videojuegos esta situación no es diferente. Actualmente estamos asistiendo a una mayor presencia de personajes femeninos como protagonistas de los videojuegos y a una menor sexualización de los mismos, lo que está provocando un gran descontento entre algunos sectores de la comunidad, concretamente entre los varones jóvenes que no aceptan el crecimiento de la representación femenina y la ruptura del orden simbólico, respondiendo a esta retórica de guerra a la que hace mención Santamarina en su estudio, actuando con comportamientos violentos en los espacios de relación de la comunidad. Vamos a explicar esta cuestión a partir de dos ejemplos de videojuegos que han aparecido en los primeros meses del año 2017 y la reacción de la comunidad ante los mismos. Estos han sido dos de los videojuegos comerciales de mayor éxito y con mayor impacto en la comunidad que han presentado personajes femeninos no estereotipados, ostentando cargos relevantes y como protagonistas o en papeles importantes dentro de la trama del videojuego. Nos estamos refiriendo a *Horizon Zero Dawn* (2017) y a la última entrega de la saga *Mass Effect* que se ha llamado *Mass Effect: Andrómeda* (2017). Ambos videojuegos se han situado en la lista de los más vendidos nada más lanzarse, llegando a gran parte de la comunidad a través de las plataformas

de juegos, las redes sociales y las webs especializadas. Tras un mes desde su lanzamiento *Horizon Zero Dawn* cuenta con decenas de *gameplays*⁷² en YouTube de sus aproximadas 70 horas de juego y millones de visitas, mientras que *Mass Effect: Andrómeda* no ha tenido *gameplays* con el mismo impacto en la comunidad de YouTube, pero sí que lo ha tenido con las críticas a su contenido por parte de jugadores insatisfechos.

Aunque cada uno guarda sus particularidades, ambos casos son muy similares en cuanto a las reacciones que ha tenido el público masculino respecto a ellos: muchos varones, en las redes sociales, se han manifestado abiertamente en contra de estos videojuegos, incluso llegando a incitar a un boicot a las compañías. El motivo que aducen es que contienen personajes femeninos que consideran *feos* y desagradables estéticamente. Vamos a analizar estos casos por separado atendiendo a sus características particulares.

⁷² Con *gameplay* aquí nos referimos a un vídeo grabado durante el transcurso del videojuego donde podemos observar cómo otra persona juega a este videojuego y, habitualmente, lo comenta. Es un género de vídeos muy común en la red social YouTube y muchas de las personas que se dedican a hacer *gameplays* son miembros muy reconocidos dentro de esta comunidad.

HORIZON ZERO DAWN Y EL RIESGO DE LAS PROTAGONISTAS FEMENINAS



Imagen 13: Aloy, protagonista de Horizon Zero Dawn

En el caso de *Horizon Zero Dawn*, las críticas están dirigidas especialmente a Aloy, la protagonista, por parte de varones jóvenes que dicen no identificarse con una mujer y publican en las redes sociales su descontento de forma agresiva e insultante, cargando directamente la responsabilidad de tener una protagonista mujer al feminismo (como si ambas cosas fueran

algo terrible⁷³). Shuhei Yoshida, el presidente de Sony, la compañía que ha lanzado el videojuego, ya manifestó sus inseguridades a la hora de dar vía libre al lanzamiento de un videojuego con una protagonista femenina⁷⁴ porque hoy en día sigue considerándose un riesgo el convertir a las mujeres en las protagonistas de las historias, aunque, según esta misma entrevista, él considera que debe darse representación a la heterogeneidad del público actual de los videojuegos desarrollando títulos como este con más variabilidad en los personajes protagonistas.

Por su parte Mark Norris, el productor ejecutivo de *Horizon Zero Dawn*, desde 2015, año en que se presentó el proyecto de este videojuego por primera vez en público, ha tenido que enfrentarse en numerosas ocasiones a dar explicaciones sobre por qué decidieron poner una mujer en el papel protagonista del título. Para el equipo de desarrollo, al parecer, siempre estuvo claro que querían que Aloy fuera una mujer porque precisamente querían contar su historia, algo que no ha tenido una buena acogida en la comunidad de videojuegos.

Es interesante que en la conciencia de los videojuegos se ha planteado la cuestión de la protagonista femenina desde hace un año o un año y medio. Cuando creamos el concepto de Horizon en

⁷³ Gran parte de la controversia respecto a Aloy y el feminismo de *Horizon Zero Dawn* ha sido resumida en el siguiente blog: <http://www.craveonline.com/entertainment/1217339-horizon-zero-dawn-already-criticized-feminist-agenda#/slide/1> [Consulta: 04/2017].

⁷⁴ Declaraciones de Shuhei Yoshida en una entrevista concedida a Polygon. Disponible en: <http://www.polygon.com/2015/6/18/8802349/sony-was-worried-about-a-female-protagonist-in-killzone-devs-new-ip> [Consulta: 04-2017].

2011, cuando comenzamos a pensar ideas, había tres cosas que no queríamos cambiar en *Horizon*: Aloy como protagonista, estas fantásticas máquinas y la yuxtaposición de un mundo post-post-apocalíptico. De modo que nunca se la puso en cuestión. De hecho, es frustrante que en 2015 aún haya que justificar la opción de una protagonista femenina y que la gente se pregunte cómo eligieron esa opción. Nosotros nunca nos cuestionamos si debíamos elegir a un hombre o una mujer, siempre fue Aloy. Desde el momento en que pensamos en el juego, desde el principio, teníamos estos tres elementos y Aloy siempre estaba ahí. Es fantástica, creo que tiene una historia genial y estamos emocionados por ello.

Mark Norris, productor ejecutivo de *Horizon Zero Dawn* en una entrevista en IGN. 2017⁷⁵.

Aloy es un personaje fuerte, decidido, con un gran trasfondo y numerosas habilidades que lo convierten en uno de los personajes mejor desarrollados de los presentes en los videojuegos en los últimos años. Sin embargo, muchos jugadores dicen no poder identificarse con ella porque es mujer y son incapaces de establecer una inmersión satisfactoria en el videojuego y, por lo tanto, disfrutar de él. Además, añaden algunos, Aloy tiene un problema añadido y es que no les resulta del todo atractiva (algo muy

⁷⁵ Traducción propia a partir de la cita publicada en el artículo: *Horizon Zero Dawn and diversity in games*, disponible en <https://medium.com/total-nerd/horizon-zero-dawn-and-diversity-in-games-f548839ce099> [Consulta: 04-2017].

similar a lo que sucede con las últimas representaciones de Lara Croft) y reconocen que si fuera más ligera de ropa seguramente sí se animarían a jugar con ella⁷⁶.

La clave de esta cuestión se encuentra en el jugar *con ella* y su diferencia con jugar *a ser ella*. Veamos el caso de *Mass Effect: Andrómeda* antes de adelantar las conclusiones sobre esta polémica.

MASS EFFECT: ANDRÓMEDA Y LA TIRANÍA DE LA BELLEZA FEMENINA

En esta entrega de la saga *Mass Effect* se han llevado a cabo ciertos cambios en el diseño de personajes y en las animaciones faciales para que resultaran más realistas, todo lo realista que puede ser un videojuego de ciencia ficción donde distintas especies del universo extraterrestre conviven, mantienen relaciones sexuales y afectivas y pelean entre sí. El resultado no ha sido el esperado por parte del mismo sector de la comunidad de videojuegos del que hablábamos antes: varones jóvenes que en las redes sociales han llamado al boicot a este título por razones como que los personajes femeninos son feos, que el protagonista masculino puede tener inclinaciones bisexuales y que la homosexualidad está contemplada como una opción válida y respetada dentro del juego (esto no parecía preocuparles cuando sólo se trataba de homosexualidad femenina). Estas

⁷⁶ La página web de Todas Gamers ha publicado un artículo sobre esta cuestión, en el que recopilan testimonios de hombres en las redes sociales hablando sobre Aloy. Disponible en: <https://todasgamers.com/2017/03/18/los-hombres-que-no-empatizaban-con-las-mujeres/> [Consulta: 04-2017].

dos últimas cuestiones, según manifiestan estos usuarios en las redes sociales, no les parecen realistas⁷⁷. El hecho de que el realismo importe tanto en la ciencia ficción para cuestionar si sería realista que las razas extraterrestres tuvieran orientaciones no heterosexuales parece estar apuntando a que el problema no es el realismo, sino la ruptura del orden simbólico y del orden social que esos jugadores esperan que se mantenga en los videojuegos.

Respecto a los personajes femeninos poco atractivos, según este sector de la comunidad —que, desgraciadamente, aunque no representa una mayoría sí que tiene mucha fuerza y mucha presencia en los espacios de relación de la misma— son la consecuencia directa de una «conspiración feminista» que sólo busca, intencionadamente, que se desarrollen «personajes femeninos feos»⁷⁸. Algunos usuarios han llegado incluso a rediseñar los personajes femeninos utilizando programas de edición de imagen para demostrar lo sencillo que habría sido que se adaptaran a un canon de belleza occidental y hollywoodiense. Además, movidos por este descontento causado por el aspecto físico de los personajes, han iniciado una campaña de acoso en las

⁷⁷ Podemos encontrar cientos de referencias al boicot de este videojuego en las redes sociales, especialmente en YouTube con vídeos como este que cuenta con más de 50000 reproducciones: <https://www.youtube.com/watch?v=Ov4BJ77gjB0> [Consulta: 04-2017].

⁷⁸ El diario británico The Sun se hizo eco de esta noticia, captando el debate que había tenido lugar en redes sociales y foros de la comunidad de videojuegos así como los comentarios más comunes de los usuarios. El mismo sensacionalismo con el que trata la noticia este diario es el que está presente en los foros y redes sociales, por lo que nos permite captar el tono concreto del debate y el tipo de argumentos que se esgrimen. Disponible en: <https://www.thesun.co.uk/news/2948293/bioware-accused-of-making-mass-effect-andromeda-female-characters-ugly-in-bizarre-sexism-row/> [Consulta: 04-2017].

redes hacia la mujer que creían que era la responsable directa de la animación facial del videojuego, Allie Rose-Marie Leost. Bioware, la empresa a la que pertenece el videojuego, se vio obligada a emitir un comunicado en Twitter, una de las redes sociales más populares en la actualidad, indicando que Leost no era la responsable de la animación facial y pidiendo que cesara la campaña de acoso contra ella⁷⁹.



Imagen 14: Asari en Mass Effect Andromeda

CONCLUSIONES DE LA PROBLEMÁTICA

Hemos identificado algunas de las cuestiones claves que se encuentran detrás de la problemática de los personajes femeninos protagonistas no hipersexualizados, vamos a tratar de resumirlas:

⁷⁹ Fuente: <http://www.alfabetajuega.com/noticia/mass-effect-andromeda-una-de-las-actrices-del-juego-sufre-acoso-en-redes-n-81532> [Consulta: 04-2017].

Un amplio sector de la comunidad de videojuegos, compuesto por varones jóvenes con gran representación en los espacios de relación de la comunidad y mucha influencia en la misma, afirma no sentirse identificado con los personajes femeninos protagonistas cuando se trata de personajes como Aloy o la nueva Lara Croft (no hipersexualizados y más realistas). Según estos varones, al ser la protagonista una mujer no consiguen establecer el pacto de ficción necesario para que se produzca la inmersión en el videojuego y, por lo tanto, disfrutar del mismo. Sin embargo, cuando la protagonista es Bayonetta (como ya vimos, Bayonetta es un personaje hipersexualizado, con proporciones nada realistas y construido como un objeto de deseo masculino) no encontramos que presente ningún inconveniente para estas personas, quienes incluso llegan a amenazar públicamente a mujeres que destacan el sexismo subyacente al diseño de este personaje, al de la antigua Lara Croft o al de tantos personajes femeninos hipersexualizados⁸⁰.

Como adelantábamos, la clave para interpretar esta situación se encuentra en la diferenciación entre *jugar con* y *jugar a ser*.

Cuando jugamos *con* un personaje de videojuegos estamos utilizando ese personaje no como una representación nuestra, sino como un juguete al

⁸⁰ Este es el caso de Anita Sarkeesian, de quien hablaremos en profundidad más adelante en la presente investigación, a quien han amenazado en repetidas ocasiones por señalar el sexismo presente en los videojuegos. El foro www.reddit.com es uno de los lugares de encuentro de la comunidad de videojuegos en línea más conocidos y transitados de la red y en él encontramos múltiples ejemplos de esta cuestión concreta, como el siguiente artículo donde se habla precisamente de Sarkeesian y su crítica a Bayonetta: <https://goo.gl/2LiCma> [Consulta: 04-2017].

que podemos manejar a nuestro antojo, dependiente de nuestros deseos y disponible para que hagamos lo que nos apetezca con él. Nuestro papel en el juego en ese momento no es el del o la protagonista del mismo, sino el del titiritero o titiritera que utiliza una marioneta (el personaje) para su diversión, como en el caso de videojuegos de simulación cómicos como *Goat Simulator* donde manejamos una cabra, o el que se sitúa en la posición de dios omnipotente como en el caso de los simuladores sociales como *Los Sims* y decide sobre el destino, la vida y la muerte de los personajes que controla. Esto es bastante común en los simuladores, como vemos, pero también está presente en otros muchos tipos de videojuegos en los que no se requiere de una identificación directa con la personalidad, las emociones, los deseos, intereses o inquietudes de los personajes, sino que se pide a quienes juegan que se sitúen en un segundo plano respecto a los mismos, manejándolos como un juguete, una marioneta o un muñeco cualquiera. A veces, incluso, ni siquiera hay un personaje que manejar y simplemente interactuamos con el entorno, con vehículos, con objetos o con símbolos⁸¹.

Este tipo de prácticas de juego cosifica al personaje y da importancia a las experiencias del sujeto que juega como algo al margen de las experiencias del propio personaje en el juego. Por ejemplo, al ahogar a un Sim en su piscina (una práctica que era muy habitual en las primeras entregas de esta saga de videojuegos) quienes jugaban no sentían que se estuvieran ahogando junto a su Sim, sino que se divertían por ver qué pasaba al dejar al

⁸¹ En el siguiente apartado del presente capítulo veremos cómo los videojuegos crean su propio universo simbólico y cómo es posible jugar con símbolos.

Sim encerrado en una piscina. No hay un vínculo emocional con el personaje, se establece una relación sujeto-objeto donde el objeto es dominado por el sujeto que es quien adquiere el verdadero protagonismo. Al jugar con personajes femeninos hipersexualizados, estos jugadores están cosificándolos y utilizándolos en la misma dinámica de relación sujeto-objeto, las convierten en algo apropiable dispuesto para proporcionarle diversión no en su identificación con ella, sino en el propio placer de la observación y la experimentación de su uso o de su manejo (además, claro está, de la diversión implícita en el juego mismo ya sea explorando escenarios, derrotando enemigos, descubriendo una historia, etc.). En el videojuego *Bayonetta* del que hablábamos anteriormente, el jugador (a quien se presupone un varón joven heterosexual desde la fase de diseño) es recompensado dentro del videojuego con movimientos de cámara y planos con una gran carga erótica del personaje femenino que controla. En los videojuegos donde la protagonista es Lara Croft los planos a su trasero o sus pechos son abundantes y están tratados con mucho cuidado, así como las cinemáticas en el movimiento de sus senos. Podríamos continuar con cientos de ejemplos de videojuegos con personajes femeninos hipersexualizados, tal y como vimos anteriormente en este capítulo, y sobre cómo se intensifica la condición de objeto de las protagonistas a partir de las mecánicas, los movimientos de cámara y el tipo de imágenes que utilizan. En estos casos los varones no necesitan identificarse con Bayonetta o con Lara, no están jugando *a ser Lara*, están jugando *con Lara*.

La inmersión en el videojuego a partir de estas prácticas viene por un lado muy distinto a la inmersión que se produce a través de la identificación con el avatar o el personaje protagonista. Cuando un videojuego demanda directamente que la identificación sea con el personaje protagonista, cuando nos pide que vivamos el *ser ese personaje*, sentir lo que siente e interpretar lo que sucede desde su perspectiva se requiere por nuestra parte un grado de empatía mayor que permita la transición de la identificación con un objeto a la identificación con un sujeto. Así, en este otro tipo de prácticas de juego, la relación no es sujeto-objeto, sino que la relación entre quienes juegan y el personaje tiene que ser una relación igualitaria de sujeto a sujeto donde no podremos evadir la propia subjetividad del personaje situándonos en un segundo plano respecto a él. Tendremos que *jugar a ser Lara o ser Aloy*. Romper con la hipersexualización de los personajes femeninos constituye, por tanto, romper con una mera condición de objeto disponible para el uso y placer del sujeto (observador, controlador, experimentador...). Y aquí, en la identificación fallida con un sujeto que no soy yo (con ese personaje femenino que tiene su propia vida interior, su subjetividad desarrollada, sus emociones y su forma de ver el mundo distinta a la mía) es donde tenemos que indagar precisamente para comprender las claves de este fracaso y la violencia que emana de él (las amenazas de boicot, el acoso, las quejas...).

Esa identificación fallida se produce precisamente porque debe llevarse a cabo con una mujer que debe ser reconocida como un sujeto cuyas emociones, conocimientos, habilidades, posición vital, etc. adquieren una

posición central en el juego. No pueden ser ignoradas y tomadas como algo secundario, ya que pertenecen al núcleo del juego mismo. Al producirse la identificación con ella, los varones están llevando a cabo una identificación con un sujeto femenino lo que —en una cultura androcéntrica como la nuestra con una lógica dicotómica hombre-mujer donde el hombre es el sujeto y la mujer es el objeto— les lleva a poner en cuestión su propio sistema de creencias y el orden simbólico en el que se desenvuelven en su vida cotidiana. «¿Puede un hombre jugar a ser una mujer sin convertirse en una mujer? ¿Puede un hombre jugar a ser una mujer sin perder su condición de hombre? ¿Puede un hombre jugar a ser una mujer sin dejar de ser heterosexual?» estas son preguntas que frecuentemente se plantean en nuestro entorno social, no solamente en videojuegos. En carnaval, por ejemplo, cuando los hombres se disfrazan de mujeres, la representación que hacen de ellas es caricaturesca y cosificada porque no están jugando a ser mujeres, están jugando con la representación de lo que significa ser mujer desde la propia perspectiva de los varones. Pero el videojuego no siempre permite hacer eso, no siempre permite que la identificación con el avatar femenino sea un juego sujeto-objeto, una parodia o un cierto voyerismo lúdico, en ocasiones, como en *Horizon Zero Dawn* debes llevar a cabo una práctica de identificación con ese personaje, lo que, de ser efectiva, lleva a estos varones a poner en cuestión su propia masculinidad.

Lo que sucede no es que estos varones no estén teniendo éxito en su identificación con los personajes femeninos, sino que esa identificación desestructura el orden simbólico y pone en peligro la subjetividad que

habían construido. Son capaces de sentir a través de Lara o a través de Aloy, son capaces de empatizar con ellas y jugar *a ser ellas*, por lo tanto son capaces de *ser mujeres*. Y, al encontrarse en esta situación, reaccionan de forma violenta, defendiendo que no son mujeres, reforzando una retórica de la violación, de la violencia, del acoso y de la masculinidad más exacerbada basada en la agresividad y la competencia. Por eso amenazan a la que creían responsable de crear personajes femeninos poco atractivos con violarla o asesinarla. Desde su perspectiva ha hecho algo más que crear un videojuego con animaciones de poca calidad: les ha arrebatado la posibilidad de ser los protagonistas pues no pueden permitirse a sí mismos serlo identificándose con esos protagonistas masculinos bisexuales y transexuales o esos protagonistas femeninos poco atractivos de *Mass Effect: Andromeda*. En cualquiera de los dos casos su masculinidad se pondría en cuestión y el modo en que han construido su subjetividad se vería puesto en duda. Utilizan a esta mujer chivo expiatorio, como responsable directa de toda una serie de cambios culturales que se están produciendo y sobre los que no tienen control.

En el último capítulo de la presente investigación volveremos a retomar esta cuestión para tratar de comprender todos sus matices e implicaciones, abriendo la caja negra de la violencia contra las mujeres en los videojuegos que aquí ha aparecido como una de las relaciones de la comunidad de videojuegos más problemática y compleja.

2. DE LA REPRODUCCIÓN A LA PRODUCCIÓN SIMBÓLICA

Hasta ahora hemos visto cómo los videojuegos reproducen el universo simbólico de nuestra cultura de «más acá de la pantalla», centrándonos más concretamente en cómo reproducen el orden simbólico androcéntrico y la situación de las mujeres en el mismo. Pero, como adelantábamos, los videojuegos no sólo reproducen nuestro universo simbólico sino que, además, contienen sus propios códigos y generan sus propios símbolos, desarrollando un lenguaje propio que cuenta con múltiples puntos de conexión con otros lenguajes digitales pero que contiene sus propias particularidades, especialmente en lo referido a las mecánicas (la jugabilidad, decíamos cuando analizábamos los videojuegos como actante de la comunidad, es uno de los elementos centrales y propios del videojuego que lo diferencian de otros artefactos culturales).

Los videojuegos, en cierto sentido, pueden considerarse como una representación en sí misma donde el significante y el significado se confunden. En ellos, el objeto y su representación coinciden (el mapa es el territorio, el retrato es la persona, etc.) y se hace imposible distinguir el uno del otro. Podemos comprender esta cuestión con facilidad si atendemos, antes de dar el salto a otros videojuegos más complejos, a cómo están contruidos los videojuegos clásicos e incluso los primeros videojuegos. *Tennis for two* (1958) o *Spacewar!* (1962) son dos de los primeros videojuegos de la historia. En el primero, dos líneas blancas verticales aparecen en la pantalla nada más encenderlo y un cuadrado blanco mucho más pequeño que estas líneas comienza a moverse en una dirección u otra

dando comienzo indudablemente a un partido de tenis. En el segundo, más evolucionado que el primero, un grupo de decenas de cuadraditos blancos pueblan la pantalla redonda en la que se proyecta, indicando inmediatamente a quienes juegan que se encuentran en el espacio y en cuanto aparecen las dos esquemáticas naves espaciales saben que va a comenzar una batalla. No hacen falta más palabras que las que contiene el título del videojuego y ni siquiera estas son realmente necesarias, pues el videojuego es efectivo en su retórica simbólica incluso para personas que no saben leer o personas que no entienden el idioma del videojuego que están jugando. Esta efectividad viene dada porque el lenguaje simbólico que utiliza el videojuego es heredero de nuestro lenguaje simbólico previo, traduciendo determinadas simbologías a un entorno de píxeles y bytes. Las líneas verticales *son* las raquetas, el cuadrado blanco *es* la pelota: no sólo lo representan, sino que estos símbolos a la vez son los objetos que están representando en tanto que se comportan como deberían comportarse esos objetos y nuestra relación con ellos se establece como una relación hermenéutica y de uso efectiva. Las raquetas y la pelota funcionan, son comprensibles y nos permiten nombrarlas.

El juego se nos hace inteligible en tanto que comparte este registro simbólico con nuestro imaginario previo al propio juego, pero a medida que se avanza en él se van generando nuevos símbolos pertenecen exclusivamente al entorno virtual, a las prácticas de juego y a los elementos propios de los videojuegos que los distinguen de otros artefactos culturales, como son las mecánicas, la interactividad, la identificación con el avatar, etc.

Cuando jugamos a *Super Mario* y el fontanero choca contra una tortuga sabemos que *ha muerto* porque se encoge, asciende en la pantalla y cae al vacío con una música característica de fondo. Todo queda detenido, los números de la pantalla cambian y no podemos retomar el control del personaje. No sólo *Mario ha muerto, hemos muerto* con él. No es extraño escuchar a alguien que juega a un videojuego decir “he muerto” o “me han matado” y esta interpretación viene dada por la comprensión implícita de los símbolos que aparecen en la pantalla y la asunción del lenguaje propio del videojuego. Para tener éxito en el videojuego debemos convertirnos en *hablantes competentes* de su lenguaje, capaces de interpretar sus símbolos e interactuar con ellos, además de producir y reproducir códigos de comunicación. Una experta jugadora de *Super Mario* sabe qué significa una estrella, una enredadera o una planta carnívora, pero además sabe interactuar con ellas, con los botones del mando y con el resto del entorno sin ningún esfuerzo. Reconoce qué se requiere de ella cuando suena una determinada música o cuando cambian determinados colores en la pantalla y puede actuar en consecuencia. En estos momentos, cuando aparecen las condiciones que hacen posible la existencia de *hablantes competentes*, el orden simbólico del videojuego ha quedado estructurado y adquiere todo su sentido.

Pero la existencia de hablantes competentes tiene como efecto inmediato la transformación del lenguaje en algo vivo y cambiante, que evoluciona con el uso que le dan sus hablantes y con la relación de diálogo. Cabra Ayala señala que «comprender las lógicas y posibilidades de acción inherentes a la

interactividad nos pone en el camino de comprender y participar de los cambios culturales que se agencian a partir de la tecnología y nos prepara para participar en modos de ser y conocer que apenas están en gestación.» (Cabra Ayala, 2010). Los videojuegos posibilitan no sólo el diálogo entre hablantes competentes de su lenguaje, sino que, además, hace posible la creación colectiva de significados y significantes. El videojuego, como apuntan autores como Kücklick (2005), Dovey y Kennedy (2006), Frasca (2009) o Wirman (2009), no puede considerarse como un sistema cerrado donde la autoría pertenece únicamente a quienes lo diseñaron, sino que al ser lanzado al público y permitir la resignificación a través de la comunidad dicha autoría queda diluida entre quienes lo crearon y quienes lo juegan, dándose lugar así a una autoría colectiva.

Este fenómeno es bastante común en los videojuegos multijugador en línea, en los que podemos encontrar narrativas emergentes de las distintas prácticas de juego, las cuales no estaban previstas por parte de quienes los crearon y dan al juego una dimensión totalmente nueva. A veces estas narrativas tienen forma de juegos dentro del juego, otras veces constituyen una verdadera reflexión sobre el metajuego o, en algunas ocasiones, se establecen a partir de códigos éticos propios del videojuego que se esté jugando.

Con esto queremos destacar la importancia de las relaciones entre la producción simbólica de los videojuegos en interacción con la comunidad y la participación de la misma en la propia producción simbólica de los videojuegos. Esta relación de co-producción resulta relevante en nuestro

análisis de la comunidad de videojuegos especialmente por la influencia que tiene en los modos en que la comunidad los comprende no sólo como un producto dado sino como una construcción suya en la que muchas veces el videojuego únicamente constituye el marco o entorno de relación, mientras que el contenido es obra de quienes se relacionan en él. Esta sensación de creación comunitaria es muy habitual en videojuegos como *Minecraft* (2011) en los que las personas que lo utilizan generan en conjunto los propios escenarios, aventuras y servidores de juego. No existe una práctica de juego única en este videojuego y cada servidor compuesto por un grupo de personas distinto genera sus propias reglas y su propio universo en el que se relacionan. En esto reside precisamente gran parte del éxito de *Minecraft*, así como de otros videojuegos de los denominados *sandbox*: en ellos la comunidad se relaciona de forma libre en un entorno estructurado que pueden manejar, comprender y crear, adquiriendo así un rol activo de producción y experimentación que les permite escapar del de meros consumidores.

CAPÍTULO 5. EXPERIMENTACIÓN

En el presente capítulo vamos a abordar la experimentación siguiendo el hilo conductor que comenzamos en el capítulo anterior, a saber, el modo en que los videojuegos contribuyen al debate contemporáneo sobre la formación de la subjetividad y la influencia de las tecnologías en la misma con el fin de mostrar cómo esto influye en la comunidad y en los procesos de co-producción de los imaginarios sociales y los presentes en los videojuegos. En esta tercera fase de análisis, vamos a adoptar dos perspectivas respecto a la experimentación. En primer lugar, vamos a tratarla desde la perspectiva del aprendizaje formal y no formal (haciendo referencia al aprendizaje académico y el que tiene lugar fuera de estos ámbitos de forma no intencionada) en su relación con la brecha digital de género y la denominada nueva brecha digital. En segundo lugar, daremos el salto al análisis en mayor profundidad sobre la experimentación y la producción de la subjetividad. En ambos casos, tal y como venimos haciendo a lo largo de toda la investigación, vamos a adoptar una perspectiva de género que centre nuestro análisis en las relaciones de la comunidad de videojuegos y el rol que desempeñan en ellas varones y mujeres, así como la influencia de los propios videojuegos en relación a la identidad sexual y de género de quienes juegan.

Para definir a qué nos referimos con experimentación debemos retrotraernos hasta el capítulo 3 de la presente investigación, en el que hacíamos referencia a la caracterización que hacía Crawford de los videojuegos: señalaba la seguridad como uno de los atributos

fundamentales inherentes a todos ellos, aludiendo a que los «resultados de un juego siempre son menos dramáticos que las situaciones que el juego toma como referencia» (Crawford, 1984). La vida y la muerte tienen una carga menos dramática en el juego dado su carácter de constructo ficcional que no tiene consecuencias más allá del entorno simulado del propio juego. Lo mismo sucede en el cine, el teatro, la literatura... todo aquello que sucede en estos espacios ficcionales lo hace en condiciones de seguridad que no traspasan a la realidad cotidiana de los sujetos que participan de ellos. En los videojuegos podemos “morir” cientos de veces sin que eso signifique nada más allá de propio juego e, incluso en el propio contexto del videojuego, la muerte puede ser mucho menos dramática que en la vida más acá de la pantalla: podemos resucitar, conseguir objetos que la prolonguen mágicamente, reencarnarnos, continuar por donde estábamos antes de morir en forma de fantasma y otros cientos de posibilidades presentes en los videojuegos. El amor, la amistad, los rencores, el asesinato... todas estas cuestiones tienen una carga mucho menos pesada en el juego: comprendemos que son simuladas y están listas y disponibles para ser experimentadas en un entorno seguro, libre de consecuencias. Por eso, llamaremos “experimentación” a lo que Crawford denomina seguridad y vamos a ampliar la noción a partir de otros conceptos con los que se relaciona, como son el concepto de inmersión y el de performatividad, los cuales vamos a tratar de determinar preliminarmente a continuación.

Inmersión

Podemos explicar la inmersión como un proceso psicológico que consiste en dejar en suspensión el mundo «real» para tomar como verdaderamente «real» el mundo simulado del videojuego. El proceso de inmersión tal y como tiene lugar en los videojuegos es muy similar a lo que sucede cuando comenzamos a ver una película o a leer una novela y sentimos que estamos asumiendo transitoriamente, a través de un pacto de ficción, la realidad que nos presentan en las páginas del libro o en la pantalla del cine. Al encender la videoconsola o al presionar “comenzar” en nuestro ordenador, ese mismo pacto de ficción comienza a asumirse con el universo del videojuego pero, en este caso, tenemos que ir un poco más allá que al abrir un libro o presionar el botón de reproducción en una película ya que el pacto de ficción que debemos asumir con el universo del videojuego va a involucrarnos activamente con el mismo ya que requiere de determinadas acciones por nuestra parte para ponerse en marcha. Mientras la acción en una película o una novela no necesita de su público más que la acción pasiva de la observación, para continuar funcionando un videojuego requiere de su público que interactúe con los controles y se involucre en lo que está sucediendo en la pantalla.

La capacidad que tiene el videojuego de involucrarnos en su universo reside, principalmente, en dos factores: en primer lugar debe producirse una identificación con el avatar que nos representa en la pantalla o con las mecánicas que nos sitúan en la posición de quien juega (los mandos de control del avión en un juego de simulación, el personaje que manejamos en

World of Warcraft o las fichas que caen a toda velocidad en el *Tetris*) que lleve a la comprensión de su posición en el entorno y a la asimilación de sus objetivos, habilidades y condiciones de supervivencia para mantener el juego en marcha. Por ello, cuando una persona comienza a jugar lo primero que se pregunta es *¿quién/qué soy yo en la pantalla?* o *¿cómo se juega?* haciendo alusión a esta primera etapa de identificación con el avatar, su circunstancia en el juego y las condiciones para continuar jugando. En segundo lugar, debemos asumir el pacto de ficción con esta nueva realidad que vamos a habitar de forma transitoria *como si* fuera nuestra realidad más inmediata si es que queremos tener éxito en el juego, divertirnos o ganar la partida (en los videojuegos no siempre se gana o se pierde, por ello el éxito en los mismos no está relacionado tanto con las condiciones de victoria sino con las condiciones que nos permiten continuar jugando). Cuando el proceso de inmersión falla, podemos decir que el propio videojuego no ha logrado su objetivo, pero quienes juegan tampoco ya que, para tener éxito en el mismo, debemos dejar en suspensión nuestras preocupaciones referentes a nuestra realidad de más acá de la pantalla, nuestras circunstancias personales y nuestro propio contexto para asumir como verdaderas las condiciones que se nos plantean en el videojuego y concentrarnos en ellas. Gran parte de la diversión reside precisamente en tener éxito en este pacto de ficción y en el proceso inmersivo y, si no se produce, no disfrutaremos del placer que el videojuego nos tiene reservado. Si no consigo identificarme con Lara Croft cuando juego a ser ella en *Tomb Raider* no podré sentir el vértigo de escalar montañas heladas con mi piolet,

ni el miedo a ser capturada por el enemigo, ni la satisfacción de rescatar a mis compañeros. Podré jugar mecánicamente, pero el placer que reside en vivir otra vida y experimentar las emociones inherentes a la misma habrá quedado arruinado.

Performatividad

El concepto de performatividad se encuentra íntimamente relacionado con el de mascarada o “mascarade” que Joan Rivière (1929) utiliza para referirse a la feminidad y su carácter de constructo interpretado, actuado dentro de un contexto social en el que el ser mujer se hace inteligible a través de esta teatralización. Judith Butler retoma este concepto y lo formula de la siguiente manera:

[...] en el primer caso, la performatividad del género gira en torno a esta metalepsis, la forma en que la anticipación de una esencia provista de género origina lo que plantea como exterior a sí misma. En el segundo, la performatividad no es un acto único, sino una repetición y un ritual que consigue su efecto a través de su naturalización en el contexto de un cuerpo, entendido, hasta cierto punto, como una duración temporal sostenida culturalmente. (Butler, 2007, p. 17).

Vamos a explorar este concepto en su relación con los videojuegos y la interpretación de personajes digitales en entornos en línea, siguiendo la interpretación que lleva a cabo Sherry Turkle en *La vida en la pantalla* (1997) sobre cómo este fenómeno, especialmente en los videojuegos de rol multijugador masivos en línea o MMORPG, convierte la experiencia de jugar

en algo realmente significativo para nuestras vidas y nuestra identidad, la cual puede verse sometida a una nueva reinterpretación. Tal y como señala Turkle:

[...] muchas de las manifestaciones de multiplicidad en nuestra cultura, incluyendo la adopción de personajes electrónicos, están contribuyendo a una reconsideración general de las nociones tradicionales de identidad. (Turkle, 1997, p. 327).

Más adelante continuaremos desarrollando esta idea y sus posibilidades en el contexto de la comunidad de videojuegos, así como las consecuencias que tiene para la configuración misma de la propia comunidad.

1. EXPERIMENTACIÓN Y APRENDIZAJE

El valor de los videojuegos como herramienta de aprendizaje y desarrollo cognitivo no es la cuestión que nos ocupa en el presente capítulo. Esta cuestión ha sido investigada ampliamente desde principios del siglo XXI y continua investigándose en la actualidad, determinando que son múltiples las ventajas con las que cuentan los videojuegos para el aprendizaje en entornos educativos de todos los niveles (tanto universitario como en enseñanzas secundaria y primarias)⁸². Cada vez se cuenta con un mayor

⁸² Entre otras fuentes, podemos destacar el informe para el Ministerio de Educación y Ciencia español que llevó a cabo el grupo de investigación sobre videojuegos de la Universidad de Málaga coordinado por Miguel de Aguilera Moyano y Alfonso Méndiz Noguero y que se encuentra disponible en: <http://ares.cnice.mec.es/informes/02/documentos/indice.htm> [Consulta: 04/17]. También

optimismo ante la introducción de nuevas tecnologías en el aula y el escepticismo con el que se miraban los videojuegos ha ido diluyéndose a la luz de las nuevas investigaciones. Sin embargo, la introducción de videojuegos en el aula todavía no está teniendo todo el éxito que cabría esperar y en gran medida esto se debe a la metodología que se ha utilizado a la hora de ponerlos en práctica como herramienta de aprendizaje.

Lo que vamos a tratar concretamente en este punto de nuestra investigación es la relación que tiene el componente de experimentación presente en los videojuegos con el aprendizaje, destacando cómo este componente influye positivamente en la brecha digital de género y en la disolución de la denominada nueva brecha digital. En ambos casos tendremos en cuenta tanto el aprendizaje formal o académico como el aprendizaje no formal, aquél que tiene lugar sin que sea buscado de forma intencional y aparece espontáneamente en las prácticas de juego. Vamos a basarnos para nuestro análisis en la libertad que tiene aparejada este componente de experimentación y las ventajas que trae consigo. Tal y como muestran González y Quero en su artículo *Arriesgar sin riesgos: videojuegos*

son destacables las obras de Etxeberría (2001), Buckingham (2008), Rubio Méndez (2012), además de la reciente revisión bibliográfica y de perspectivas internacionales sobre educación y videojuegos que han publicado Rodríguez-Hoyos y Gomes (2013). Estas son sólo algunas de las referencias destacables, ya que este ámbito de investigación en torno a educación y videojuegos está floreciendo en la actualidad y cada vez son más los departamentos universitarios que incluyen esta línea de investigación entre las principales, lo que está llevando a que se celebren congresos internacionales de forma cada vez más frecuente, como son el *Congreso Internacional de Videojuegos y Educación* (2017) o el *Gamification World Congress* (2015) en los cuales he tenido la oportunidad de participar como miembro del comité académico y que han tenido una gran aceptación por parte de la comunidad educativa, con cientos de propuestas de ponencias recibidas en ambos casos.

para la creatividad (2013) la experimentación sin consecuencias que posibilita los videojuegos trae aparejada una libertad de movimientos y de acción que no nos permitiríamos en otros entornos, ya sean analógicos o digitales, lo que nos lleva a asumir más riesgos y a aumentar nuestras posibilidades de aprendizaje y el desarrollo de la creatividad, invitando a las personas que juegan a abandonar su «zona de confort», adentrándose en una zona de aprendizaje activo mucho más enriquecedora y favoreciendo la neuroplasticidad del cerebro.

Experimentación, seguridad, libertad y riesgo son los cuatro conceptos clave que van a ayudarnos a identificar el modo en que los videojuegos contribuyen al aprendizaje y a la disolución de estas brechas digitales y, por lo tanto, a la integración de más individuos en el contexto de la comunidad.

1.1. EXPERIMENTACIÓN Y BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Como ya apuntábamos en el capítulo 2 y en el capítulo 3 de la presente investigación, la brecha digital de género hace referencia a las condiciones desfavorables a las que acceden las mujeres al uso de las TIC y que determinan el aprovechamiento que puede hacerse de las mismas. Tal y como señala Cecilia Castaño, investigadora de la Universidad Complutense de Madrid, en la actualidad la problemática de la brecha digital de género no puede limitarse al acceso y uso, sino a las condiciones de acceso y uso de las mujeres, así como a su presencia en los puestos de poder y responsabilidad del área de las TIC:

[N]o es un problema de acceso y uso de Internet y tampoco de habilidades informáticas y navegadoras consideradas de forma aislada. La segunda brecha digital está relacionada con el dominio masculino de las áreas estratégicas de la educación, la investigación y el empleo relacionadas con las ciencias, las ingenierías y las TIC, así como con la escasa presencia de mujeres en los puestos de responsabilidad y toma de decisiones en dichas áreas. (Castaño, 2008, p. 10.).

Esta cuestión, como decíamos, la tratamos en el capítulo 2, en el que comenzamos a explorar la problemática de la brecha digital de género en la comunidad de videojuegos, la cual ha sido retomada a lo largo de los subsiguientes capítulos en relación a otras cuestiones y diversos actantes de la comunidad, lo que nos ha permitido ir estableciendo un marco de análisis más amplio. En el presente capítulo vamos a estructurar nuestro análisis en torno a dos ejes: las causas de la brecha digital de género tal y como las presenta Cecilia Castaño en su obra y el modo concreto en que el componente de experimentación de los videojuegos puede contribuir a paliarla.

En su obra, Cecilia Castaño identifica ciertos factores que permiten explicar las posibles causas de la brecha digital de género. Vamos a llevar a cabo un pequeño repaso por estos y otros factores con el fin de comprender en profundidad cuáles son las condiciones en las que se hace presente esta brecha digital.

Presencia inferior de las mujeres en profesiones relacionadas con la informática y las TIC

En la actualidad, como hemos podido comprobar, no encontramos una diferencia notable en el acceso y uso a las TIC por parte de varones y mujeres, pero sí en su aprovechamiento. Este hecho se encuentra relacionado con una menor alfabetización digital en las segundas que en los primeros, quienes se dedican en mayor proporción a los ámbitos TIC. El nivel de conocimientos informáticos y destrezas digitales de los varones continúa siendo superior al de las mujeres, y tal y como señalaba Castaño (2008) no parece ir a mejorar en el futuro sin una intervención consciente que requiere de un compromiso político y educativo.

La exclusión de las mujeres de estas áreas no es algo nuevo en absoluto, sino que se remonta a una larga historia de exclusión de las mujeres de los ámbitos de ciencia y tecnología. Los mecanismos de exclusión de las mujeres de estos ámbitos así como las consecuencias de la misma han sido ampliamente investigados desde los estudios de Ciencia, Tecnología y Género (CTG), entre los cuales podemos destacar las obras de Pérez Sedeño (2001, 2003), González García y Pérez Sedeño (2002), (Harding, 1986), (Keller, 1985) y (Longino, 1993).

Visibilizar esta situación de exclusión y tratar de ofrecer una respuesta a la misma son dos de los objetivos centrales de los estudios CTG. Entre otras medidas a adoptar para incluir a más mujeres en los ámbitos de ciencia y tecnología, las diversas investigaciones sobre la materia apuntan a una modificación del modo en que se presenta y estudia la ciencia y la

tecnología en los centros educativos, por un lado, y la visibilización de más mujeres que sirvan como referentes y modelos para atraer a más niñas y adolescentes a estos ámbitos.

Actualmente, el modo en que se están aplicando las tecnologías en el aula está contribuyendo a mantener esta brecha digital de género (así como a la nueva brecha digital, como veremos más adelante). En la mayor parte de centros educativos, principalmente en los públicos, se lleva a cabo una aproximación descontextualizada a las herramientas tecnológicas presentándolas como herramientas de trabajo asociadas a habilidades funcionales. A este tipo de enseñanza descontextualizada Buckingham (2008) lo denomina el *currículo Microsoft Office*. Las más recientes incorporaciones a la educación secundaria han sido la programación con *Scratch*, la impresión 3D y la robótica, que podrían ser tres áreas de interés y motivación a partir de su componente lúdico, pero que se han visto absorbidas por la metodología de enseñanza y adquisición de competencias que regía ideológicamente dicho *currículo Microsoft Office*. En lugar de incorporarse en un marco de aprendizaje basado en proyectos relacionados con las necesidades del alumnado o sus intereses, se están enseñando del mismo modo en que se enseñaba el uso de bases de datos, editor de textos u hojas de datos: de forma totalmente descontextualizada y carente de aplicación lúdica, muy alejada del aprendizaje significativo. Incluso la enseñanza de *Scratch*, un software diseñado por el MIT para el diseño de videojuegos para niñas y niños a partir de 8 años, se lleva a cabo a través del aprendizaje instrumental. La experimentación y el componente lúdico

quedan soterrados en estas enseñanzas y, junto a ellos, la motivación intrínseca que podrían suponer para el alumnado. Este modo de presentar las tecnologías en el aula consigue únicamente que se entiendan como herramientas destinadas al ámbito profesional, concretamente a un ámbito de registro de datos o de ingeniería. De este modo se está contribuyendo al distanciamiento de las mujeres de estas áreas, las cuales se presentan masculinizadas y despojadas de interés más allá del trabajo.

La eliminación de las posibilidades de experimentación libre en el aprendizaje y uso de las TIC lleva consigo no sólo el distanciamiento de las niñas y adolescentes de estos ámbitos, sino una falta de motivación común que afecta también a los varones y que está produciendo lo que se denomina la nueva brecha digital, la cual abordaremos más adelante.

Diferente socialización de las niñas respecto a los niños en relación a las TIC

En el capítulo 2 de la presente investigación hacíamos referencia a la importancia que tiene, desde el punto de vista de la brecha digital de género, las diferencias en cuanto a la libertad que tienen niñas y niños a la hora de relacionarse con la tecnología y cómo las familias controlaban y restringían más el uso de las primeras que de los segundos. Esta falta de libertad lleva a una falta de posibilidades de experimentación y, por lo tanto, a un menor aprendizaje. Las niñas encuentran la tecnología como un medio para conseguir otros fines más que como un fin en sí mismo, entienden este ámbito como un terreno vetado al que pueden dirigirse para trabajar o para socializar pero en el que se no se sienten ciudadanas de pleno derecho con

libertad para explorar, modificar o crear, tal y como se muestra en el estudio de la Universidad Europea de Madrid que mencionábamos (Pérez Martín et al, 2006) o en la propia obra de Cecilia Castaño (Castaño, 2008). De este modo, las niñas y adolescentes se ven alejadas de los ámbitos tecnológicos que no entienden como algo deseable y atractivo en sí mismo, lo que apaga tempranamente su curiosidad por cómo se desarrolla la tecnología, cómo es por dentro un ordenador, qué es lo que hace funcionar un robot, cómo se han creado sus videojuegos o cómo podría ser un teléfono móvil del futuro, es decir, pierden el interés en los ámbitos de investigación, desarrollo e innovación tecnológicos, alejándose así de carreras profesionales propias de estas áreas.

En el caso de los videojuegos, ya apuntábamos cómo aquellos diseñados “para niñas”, a diferencia de los orientados específicamente a niños, requerían y entrenaban menos destrezas digitales y estaban más enfocados a la socialización y temáticas consideradas típicamente femeninas, fomentando el sexismo del universo simbólico de nuestra cultura. Esto, unido a la representación de las mujeres en los videojuegos que hemos explorado a fondo a lo largo de la investigación, lleva a las niñas y adolescentes a hacerse una idea de cuál es su papel en ellos.

Falta de tiempo para practicar el uso de las TIC

La situación familiar y laboral de muchas mujeres, como señala Cecilia Castaño (2008), las lleva a tener muy poco tiempo que dedicar a ejercitarse en destrezas y habilidades tecnológicas, muy necesarias para obtener un buen aprovechamiento de los recursos digitales actuales. Si bien es cierto

que el acceso a teléfonos móviles de última generación con conexión a Internet está bastante generalizado entre la población, las mujeres hacen un uso instrumental de ellos para relacionarse con otras personas, pero no sacan partido de los mismos que repercuta positivamente en sus habilidades tecnológicas o en su alfabetización digital. Siguen siendo usuarias pasivas, sometidas al flujo de las tecnologías con muy escasa comprensión de los dispositivos que tienen en las manos. Castaño señala que muchas de estas mujeres se sienten inseguras y faltas de recursos ante las nuevas tecnologías, algo que podemos hacer extensible a los videojuegos. Mientras aumenta el número de mujeres mayores de 50 años que juegan a videojuegos, el número de mujeres que se dedican a crearlos permanece estancado o incluso decrece. Esta situación nos ofrece una panorámica general de cómo, en el escenario de ciencia y tecnología contemporáneo, las mujeres siguen siendo relegadas a un segundo plano, en este caso de meras consumidoras pasivas que no toman parte en las decisiones y ni siquiera son tomadas en cuenta como actantes relevantes o público objetivo de estos productos en los medios de información y comunicación. Así, ellas se sienten poco capacitadas para el uso de estas tecnologías, a pesar de que las utilizan a diario se siguen sintiendo inseguras y fuera de lugar. La escasa libertad con la que se relacionan las niñas y adolescentes con la tecnología lleva a agravar esta situación, ya que no se atreven a experimentar con ella y la ansiedad y el miedo ante un posible error las incapacita a la hora de asumir riesgos necesarios para el aprendizaje, por lo que pocas veces se atreven a hacer usos fuera de su zona de confort.

Escasos estudios existentes sobre la materia

Castaño destaca que la escasa producción de estudios sobre esta cuestión está influyendo en que se mantenga la brecha digital de género. Estos estudios, en la actualidad, no sólo son escasos sino que muchas veces son imprecisos o insuficientes para diagnosticar correctamente la problemática y buscar soluciones. Asimismo, esta situación de falta de estudios al respecto afecta a la visibilización y la conciencia del problema, lo que tiene consecuencias desde el punto de vista institucional ya que no se adoptan medidas para solucionarlo que sean efectivas o resulten satisfactorias.

1.1.1. POSIBILIDADES DE LOS VIDEOJUEGOS PARA PALIAR LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO

Todos estos factores nos llevan a un punto de conexión común en el análisis de la brecha digital de género y es la falta de libertad con las que las mujeres se relacionan con las TIC desde la infancia y cómo esto influye en sus futuras relaciones con la tecnología. En el caso de los videojuegos, no es difícil para ellas sentir que es un medio creado por hombres y para hombres, donde su inclusión resulta complicada y, en muchas ocasiones, puesta en tela de juicio. Sin embargo, una mirada atenta a los videojuegos nos indicará que este medio tiene muchas posibilidades para contribuir a paliar la brecha digital de género dadas sus características principales.

En primer lugar, los juegos constituyen eminentemente un entorno lúdico y, por tanto, su utilización conlleva menos estrés y ansiedad que otros medios tecnológicos que no están producidos explícitamente para el juego o la

diversión, como el ordenador personal, el teléfono móvil o las impresoras 3D. Por ello, pueden entenderse como una primera vía de acercamiento de las niñas y adolescentes a la tecnología que las anime a experimentar y explorar sus distintas posibilidades con menos ansiedad o miedo al fracaso. Si fallan en el juego siempre pueden volver a comenzar sin la sensación de que algo importante se ha perdido, la sensación de fracaso es menor y la motivación a continuar intentándolo viene dada por el propio diseño del juego que, en la mayoría de ocasiones, invita a continuar. Esta dinámica que generan los videojuegos viene potenciada por el componente de inmersión que rebaja el estrés por las condiciones ajenas al juego mismo, sumerge a las jugadoras en el universo del juego y las motiva a continuar jugando y, por tanto, a continuar experimentando y aprendiendo, adquiriendo nuevas destrezas digitales.

Para tener éxito en el fomento de la disolución de la brecha digital de género a través de los videojuegos, no podemos olvidar lo sencillo que resulta caer en el error de perjudicar cuando se pretende ayudar: crear videojuegos específicamente para chicas no tuvo las consecuencias esperadas, las videoconsolas rosas y los videojuegos de cocina no acercaron a las mujeres a las TIC, sino que potenciaron la situación anterior. Por ello, lo importante no va a ser diseñar videojuegos específicos para mujeres, sino tomar los videojuegos que ya existen y ponerlos al alcance de mujeres o, en el caso del diseño de nuevos videojuegos, dejar de reproducir estereotipos de género y de representar a las mujeres como víctimas, objetos sexuales, cuidadoras o como parte del escenario.

Uno de los factores fundamentales que pueden contribuir a paliar la brecha digital de género es precisamente la experimentación libre de consecuencias más allá del juego. Además de rebajar la ansiedad con la que las mujeres se enfrentan a retos tecnológicos y digitales, permite a quienes juegan explorar las posibilidades de otras vidas e identidades posibles. En este sentido, además de constituir un entorno de aprendizaje seguro, lúdico y relajado, los videojuegos pueden considerarse un laboratorio para la experimentación con la identidad de género, algo que veremos en mayor profundidad más adelante en este capítulo.

1.1.1.2. ANÁLISIS DE CASO: WORLD OF WARCRAFT, INMERSIÓN, PROGRESO CONSTANTE, EXPERIMENTACIÓN SIN CONSECUENCIAS Y TRABAJO EN EQUIPO.

Vamos a retomar nuestro análisis del videojuego *World of Warcraft* con el fin de presentar un ejemplo de cómo los videojuegos pueden constituir un medio apropiado que contribuya a paliar la brecha digital de género. Como vimos⁸³, este videojuego es un videojuego de rol multijugador masivo en línea o MMORPG que permite que miles de personas jueguen simultáneamente. Además, este es uno de los videojuegos más populares de la historia que cuenta con millones de usuarios en la actualidad. Hemos

⁸³ Este análisis procede tanto del análisis previo que llevamos a cabo en el capítulo 3 de la presente investigación como de una investigación previa que realicé en el año 2012 (Rubio Méndez, 2012) donde presentaba las ventajas de este videojuego para paliar la brecha digital de género. En la presente investigación se amplía esta visión, tratándola en mayor profundidad.

elegido llevar a cabo el análisis de caso a partir de *World of Warcraft* por dos motivos principalmente: en primer lugar porque ya hemos presentado el videojuego y sus características a lo largo de la presente investigación, lo que procurará una mejor idea de cómo es el juego a quienes se adentren en ella facilitando la comprensión de lo expuesto y, en segundo lugar, porque resulta un gran ejemplo para mostrar cómo un videojuego que no ha sido diseñado con intención de paliar la brecha digital de género, y que ni siquiera ha sido creado específicamente para un público femenino, puede estar contribuyendo positivamente en la comunidad de videojuegos incluyendo a más mujeres en la misma y procurando herramientas que podemos aprovechar para contribuir a una mayor alfabetización digital y, por lo tanto, para paliar esta brecha digital.

Aunque consideramos que las mujeres adultas pueden beneficiarse mucho de jugar al menos ocasionalmente a este juego, quienes realmente pueden extraer mayor beneficio del mismo son las adolescentes a partir de 12 años⁸⁴ ya que, como pudimos comprobar en el capítulo 2, la brecha digital se acentúa entre varones y mujeres en la adolescencia y coincide con una pérdida de interés de las chicas por los videojuegos.

Veamos cuáles son las características de este videojuego (y muchos otros del mismo tipo) y cómo contribuyen específicamente a la alfabetización digital, respondiendo a las necesidades que surgen a partir del análisis de las

⁸⁴ Aunque este videojuego es muy popular entre personas adultas, el código PEGI del mismo es a partir de 12 años.

causas de la brecha digital. Como veíamos, estas causas pueden sintetizarse en que la falta de motivación y de tiempo que tienen muchas mujeres para desarrollar sus habilidades tecnológicas (muchas veces causada por el modo en que se presentan las tecnologías en educación, así como por la relación histórica de exclusión de las mujeres de estos ámbitos) lleva a un menor desarrollo de las mismas, lo que a su vez causa grandes niveles de inseguridad y estrés en su relación con la tecnología y, por lo tanto, a una tendencia menor a explorar, experimentar y asumir nuevos retos tecnológicos. Las características que vamos a analizar de este videojuego en relación a esta problemática son: inmersión, progreso constante, experimentación sin consecuencias y trabajo en equipo.

Inmersión en el universo World of Warcraft

La inmersión, como ya hemos señalado anteriormente, lleva aparejada la gran ventaja de reducir la ansiedad por el contexto de más allá del videojuego, ya que queda suspendido en un segundo plano respecto a la realidad inmediata del propio juego. Así, el entorno lúdico inmediato de las jugadoras tendrá poca o nula relación con su realidad cotidiana: pasarán a habitar un nuevo mundo de fantasía, con nuevas reglas, nuevas formas de relacionarse socialmente y nuevos objetivos, adoptando la interpretación de un personaje electrónico con el que deberán identificarse, al menos transitoriamente, si es que desean seguir jugando. Podrán elegir la raza de su personaje entre más de una decena de razas disponibles, entre las cuales sólo encontramos una posibilidad de seguir siendo humanos o humanas, el resto pertenecen enteramente a un imaginario de fantasía con animales

antropomorfos, elfos, trols, enanos, etc. Además, podrán elegir el sexo de su personaje, su apariencia física y a qué se va a dedicar en el juego: si será un orco brujo invocador de demonios, una sigilosa pícara *goblin* o una no-muerta guerrera cargada con una espada a dos manos dependerá enteramente de su elección. El momento de creación del personaje en este videojuego supone una primera toma de contacto con su universo de forma muy sencilla que culmina eligiendo el nuevo nombre que va a adoptar en este nuevo mundo y, así, cerrando el primer nivel de identificación con su avatar. En ese momento presionará “Entrar al mundo” y comenzará su primera aventura.

Progreso constante

Este tipo de videojuegos está diseñado para que quienes juegan puedan beneficiarse siempre de un progreso constante, paulatino y guiado por su propia curva de aprendizaje. Las jugadoras no se verán forzadas a seguir un ritmo distinto del suyo propio, ni presionadas para terminar rápidamente una tarea u obligadas a realizar una tarea concreta. Al comenzar a jugar los propios símbolos del juego, así como los primeros mensajes del sistema, las orientarán sobre cómo manejarse en el entorno del juego tomando en cuenta en igual medida la interfaz del mismo (el significado de los iconos, el movimiento con el teclado, etc.) y el propio mundo. En un primer momento comenzarán jugando con una serie de acciones muy limitadas que les supondrán un pequeño reto y, a medida que vayan avanzando, se verán recompensadas con nuevas habilidades y nuevos iconos en su panel de control de forma muy progresiva.

Además, la propia organización del juego como un espacio abierto por el que moverse y explorar, así como el sistema de misiones, permite a las jugadoras jugar el tiempo que deseen, pudiendo tener sesiones de juego muy cortas o sesiones realmente largas, en función de sus intereses y necesidades, ya que el juego nunca termina y no hay una meta fija a alcanzar que apremie a su consecución. Así, tanto las mujeres que tienen un tiempo limitado para entrenar sus habilidades tecnológicas, como las mujeres que disponen de más tiempo, pueden beneficiarse del entrenamiento en este entorno concreto, sin que el tiempo de juego del que se dispone suponga una desventaja en ninguno de los dos casos y manteniendo la curva de dificultad propia de cada jugadora.

Este tipo de funcionamiento resulta muy interesante desde el punto de vista de la alfabetización digital ya que rebaja el estrés e introduce conceptos de forma progresiva, entrenando las habilidades tecnológicas a partir de una motivación concreta que parte de los intereses propios de ese momento de quien está jugando. Así, de entrenar habilidades como escribir un nombre, hacer click con el ratón, utilizar las flechas o teclas de dirección del teclado para moverse por el mundo, escribir en un chat y otras habilidades tecnológicas muy sencillas, imprescindibles para una alfabetización digital básica, pasará a entrenar habilidades mucho más complejas como el manejo de macros o *addons* de optimización de habilidades del personaje y búsqueda de misiones y recursos por el mundo (algo que introducirá a estas usuarias a habilidades de programación básica). Mientras las primeras habilidades dotarán a las jugadoras de una mayor confianza en su dominio

de los periféricos (ratón, teclado, etc.) a medida que se avanza las habilidades tecnológicas serán más refinadas y más orientadas a la comprensión del software, su manejo y su modificación. El desarrollo de estas habilidades no vendrá impuesto desde fuera, sino que responderá a asumir retos propios de autosuperación que llevan a un sentimiento de satisfacción personal mucho mayor. Además, estas destrezas que se adquieren jugando son extrapolables a otros entornos digitales: la creación de macros y el uso de *addons* lleva a la comprensión y puesta en práctica de un sencillo lenguaje de programación, como decíamos, que puede utilizarse para la creación de páginas web o el desarrollo de software. La organización de la interfaz del juego mantiene una coherencia con la organización del espacio de trabajo en la mayor parte de sistemas operativos (carpetas, ventanas, pestañas, agrupación de elementos, etc.), así como la base a partir de la que se construye esta interfaz es la misma que la de otros muchos tipos de software, desde la edición fotográfica a las bases de datos.

Lo que están aprendiendo no es, por tanto, a comprender, producir e interpretar el lenguaje digital, manejándose con facilidad en este entorno y adquiriendo la capacidad de adaptarse y asumir nuevos retos tecnológicos. No están aprendiendo únicamente a jugar, están adquiriendo las destrezas digitales que les permitirán habitar entornos digitales con mayor seguridad en sí mismas y dotadas de mayores recursos. La primera vez que una jugadora se adentra en un videojuego como este no necesita tener más destrezas que la de comprender cómo funciona un teclado, un ratón, leer y escribir. Cuando ha superado los distintos niveles del juego o cuando quiere

jugar en equipo comenzará a buscar la manera de ampliar y mejorar sus experiencias dentro del juego, lo que la llevará a instalar otro tipo de software, aprender programación o preguntarse por las características de su tarjeta gráfica o su memoria RAM.

Experimentación sin consecuencias

La posibilidad de relacionarse con los elementos digitales de la interfaz del juego así como con los elementos del propio juego en un entorno de mundo abierto plagado de criaturas a historias de fantasía, rebaja considerablemente la ansiedad de las jugadoras a la hora de apretar un botón o hacer click en un objeto que no comprenden del todo. Las únicas consecuencias posibles quedan restringidas al ámbito del juego y, en el caso de ser negativas, se pueden deshacer o remediar con facilidad. La muerte es sólo un estado transitorio que se soluciona con presionar “Resucitar ahora”, un personaje atascado en una mazmorra se libera presionando el icono de la “piedra del hogar” y botón fuera de su sitio en la interfaz se vuelve a colocar arrastrándolo en la pantalla. No hay desastres definitivos, misiones fallidas irreversibles o pérdidas realmente importantes dentro del propio juego. La gran ventaja que supone esta experimentación libre para las adquisiciones de habilidades tecnológicas reside en que con gran facilidad puede extrapolarse a entornos fuera del juego, donde la utilización de otro tipo de software conlleva una mayor ansiedad (ya sea porque se desconoce y se desconfía de las propias destrezas digitales, ya sea porque se utiliza en un entorno de trabajo donde las expectativas percibidas son mucho mayores). Las soluciones que se aprenden a adoptar en el videojuego se pueden

aplicar fuera del mismo ya que muchas veces conllevan las mismas habilidades y destrezas (deshacer, arrastrar, buscar, reiniciar, etc.), especialmente en entornos digitales cotidianos como software de escritura, bases de datos, programación de páginas web o diseño de blogs, edición de vídeo, navegación en línea, etc. La seguridad en las propias habilidades de las jugadoras va a ayudarlas a sentirse seguras también como usuarias digitales y, si el progreso ha sido positivo y se ha continuado indagando en las posibilidades del juego, es posible que también como creadoras de software.

Trabajo en equipo

El juego social en línea constituye una poderosa motivación extra que añade este tipo de videojuegos y que resulta altamente beneficioso para atraer a más mujeres a este ámbito y salvar la brecha digital de género. Relacionarse con otras personas, dar y recibir ayuda, colaborar en grupo y competir con personas del mismo nivel son algunas de las acciones que pueden tener lugar en estos videojuegos y que animan a quienes juegan a quedarse y continuar progresando.

Ya explicamos en el capítulo 2 cómo son los grupos de juego de *World of Warcraft*, el tipo de interacciones que se dan y el ambiente de juego que se genera, comprobando que, mayoritariamente, este ambiente de juego es muy positivo (al contrario de lo que sucede en otro tipo de videojuegos que son eminentemente competitivos, en videojuegos colaborativos donde la competición es opcional suele haber un ambiente mucho más cordial, amable y tendente a la ayuda mutua).

La coordinación y el trabajo en equipo requieren que cada personaje lleve a cabo una función específica, indispensable para completar los objetivos que pueda tener el grupo, ya sea finalizar una misión, atravesar una mazmorra o competir en un campo de batalla. Así, durante el juego en equipo se van a adquirir habilidades distintas y complementarias a las que se tenían, que ponen a prueba las adquiridas durante el juego en solitario. Participar en un juego en equipo requiere de una coordinación de diversas tareas que velan por la integridad del propio personaje y las del grupo en su conjunto, como pueden ser prestar atención a la salud del resto del equipo a través de las teclas de función, utilizar uno o dos chats (de voz o escritos), coordinar el uso de teclado, ratón, cascos y micrófono, generar macros para ayudar al resto aumentando sus estadísticas, etc. El éxito en estas tareas y la aceptación por parte del grupo ayuda a quienes juegan a aumentar su autoestima y su sensación de autoeficacia, aumentando así también su satisfacción personal y la motivación por seguir jugando.

Las misiones en grupo también se estructuran a partir de una curva de aprendizaje que va creciendo a medida que las habilidades de quienes juegan aumentan. Así, es posible que los primeros grupos de juego sean parejas reunidas espontáneamente para completar una misión, más adelante se limiten a grupos de cinco personas para completar una mazmorra y sólo al final del progreso, cuando ya se ha alcanzado el máximo nivel, se plantee la posibilidad de participar en grupos de más de una veintena de personas. Las habilidades tecnológicas y de manejo del personaje requeridas para cada tipo de misión de grupo son cada vez

mayores y lo que en un principio podría llegar a resultar abrumador para una persona que acaba de empezar a jugar (como encargarse de la sanación de todo un grupo de veinte personas) termina por resultar sencillo y divertido.

Jugar en línea, por tanto, además de motivar y rebajar el nivel de ansiedad a la hora de enfrentarse a retos tecnológicos, puede contribuir a desarrollar habilidades de forma paulatina en función de los intereses y necesidades de quienes juegan. Los propios juegos de este tipo ya están diseñados por sí mismos para que este aprendizaje tenga lugar de esta manera, por lo que no es necesario recurrir a una transformación absoluta de los videojuegos ni crear videojuegos totalmente nuevos para entrenar las destrezas digitales.

A pesar del optimismo manifiesto en este análisis de caso, lo cierto es que todavía tenemos mucho camino por recorrer en cuanto a los videojuegos y la brecha digital de género. Como señalaba Cecilia Castaño, es importante que se lleven a cabo más investigaciones en esta materia con grupos de seguimiento de niñas y adolescentes que utilicen los videojuegos como medio de alfabetización digital que puede ser complementario a otros. Actualmente la investigación sobre brecha digital de género no es tan amplia como sería deseable y su relación con los videojuegos todavía se encuentra muy escasamente explorada, en gran medida por la estigmatización que ha tenido este medio tanto desde el feminismo como desde la sociedad en general y que sólo en los últimos años está empezando a desmitificarse. Aunque los videojuegos constituyan un medio eminentemente androcéntrico en la actualidad, sí que encontramos

múltiples beneficios para la lucha por la igualdad de género en relación a la tecnología que pueden aportarnos, así como miradas disidentes con la ideología androcéntrica generalizada que están aportando nuevas perspectivas y vías de trabajo en esta línea. Más adelante, al final de este capítulo, presentaremos algunas de estas miradas disidentes y cómo ofrecen una perspectiva esperanzadora respecto al futuro del medio.

1.2. EXPERIMENTACIÓN Y NUEVA BRECHA DIGITAL

La nueva brecha digital hace referencia a la situación actual que encontramos en las aulas en relación al modo en que se han introducido y se utilizan las nuevas tecnologías en los contextos educativos, dándose el caso de que el alumnado encuentra una gran asimetría entre este modo de usar la tecnología y la forma que tienen de relacionarse con la tecnología al margen de la enseñanza. Mientras en su vida cotidiana las niñas, niños y adolescentes utilizan distintos dispositivos tecnológicos con más o menos libertad (especialmente los varones) aprendiendo su manejo con un fin determinado que emana de sus propios intereses, en el contexto educativo aprenden un uso descontextualizado e instrumental de estos dispositivos, lo que lleva a una gran desmotivación y desinterés creciente.

Actualmente el acceso a dispositivos móviles es generalizado entre adolescentes y el uso que se hace de ellos está enfocado a las relaciones sociales, a jugar y a navegar por Internet, siendo la reproducción y creación de vídeo, así como el retoque fotográfico, dos de los principales usos que

encontramos de estos dispositivos. Las chicas y chicos graban y editan vídeos para subirlos a YouTube, retransmiten vídeos en directo o suben fotografías retocadas a Instagram y juegan a videojuegos con gran asiduidad en sus teléfonos móviles. Según el último estudio de AEVI⁸⁵ alrededor del 75% de adolescentes en España juega a videojuegos, en cuya comunidad tienen un rol muy activo. Chicas y chicos comparten información a través de las redes sociales o de distintos foros especializados, generan contenido para la comunidad y crean *gameplays* o videotutoriales que comparten en YouTube. En las aulas, por otro lado, el uso de dispositivos móviles está prohibido y sancionado⁸⁶. Esta situación es un claro ejemplo sobre cómo se va generando una diferenciación cada vez más clara entre los usos de la tecnología impuestos desde la escuela y aquellos que las chicas y chicos realizan en su vida diaria, lo que nos puede hacer comprender cómo se está produciendo esta desmotivación creciente hacia las tecnologías educativas, lo cual tiene un doble efecto negativo. Por un lado, aleja a las niñas y adolescentes de la tecnología enseñándoles que el uso apropiado de la tecnología es el “uso académico”, o el uso para el trabajo, y que el que ellas hacen en su tiempo de ocio no tiene importancia o no es el apropiado. Así,

⁸⁵ Resultados del estudio “El sector de los videojuegos en España. 2016”

<http://www.aevi.org.es/aevi-publica-adelanto-los-datos-del-sector-del-2016-videojuego-facturo-espana-1-163-millones-euros/> [Consulta: 04/17].

⁸⁶ El decreto 15/2007 que regula la convivencia en los centros educativos de la Comunidad de Madrid recoge la prohibición del uso de móviles explícitamente. Fuente:

http://www.madrid.org/wleg_pub/secure/normativas/contenidoNormativa.jsf;jsessionid=B6D2F7C8ED488A7E172AF2746F210E2D.p0313335?opcion=VerHtml&nmnorma=4434&cdestado=P#no-back-button [Consulta: 04/17].

aunque ellas pudieran desarrollar destrezas digitales en su tiempo de ocio (jugando, retocando imágenes, grabando vídeos, creando sus propios juegos, manteniendo blogs personales, etc.) no van a identificarlas claramente con carreras propias del área de ciencia y tecnología, pues tanto estos usos como el dispositivo a partir del cual acceden mayoritariamente a ellos se encuentran al margen de la escuela. Por otro lado, los niños y adolescentes hallan una gran desmotivación en el ámbito académico respecto a la tecnología ya que detectan esta asimetría de usos y optan por preferir claramente el uso privado o de ocio al uso académico, lo que puede desembocar en fracaso escolar (Rubio Méndez, 2012 y Rubio Méndez et al, 2011).

El componente de experimentación de los videojuegos puede contribuir a mejorar esta situación en el contexto educativo. En el caso de que atendamos a este componente, así como a otras particularidades de los videojuegos que hemos ido tratando, podremos comprobar cómo la introducción de videojuegos en estos entornos va a procurar una motivación creciente en el alumnado, ayudando a salvar la nueva brecha digital. Balaguer (2007) recuerda en su artículo que uno de los componentes principales de los videojuegos es la diversión, cosa que parece haberse olvidado en el diseño de videojuegos educativos. El componente lúdico de los juegos muchas veces viene dado precisamente por el componente de experimentación libre, algo que debe tenerse en cuenta tanto para la disolución de la nueva brecha digital como para la alfabetización digital, ya

que sin experimentación el aprendizaje resulta mucho más costoso y poco significativo.

En el contexto de la comunidad de videojuegos la escuela, entendida como actante, ejerce una gran influencia en los modos en que se perciben y se utilizan los videojuegos. Constituye un organismo regulador de la opinión pública y una puerta de entrada a la comunidad que va a determinar en muchos casos el papel que desempeñarán niñas y adolescentes en esta comunidad. La nueva brecha digital aplicada a los videojuegos es especialmente acusada, precisamente por la situación que señalábamos de la introducción de videojuegos educativos, o *serious games*, cuyo componente lúdico parece haber sido olvidado y que tienen un aspecto más parecido a libros de texto digitales interactivos que a videojuegos. Así, chicas y chicos descubren rápidamente las diferencias entre estos videojuegos educativos y aquellos que llevan en sus dispositivos móviles o los que juegan en casa, encontrando los primeros aburridos, desmotivadores y muy poco atractivos respecto de los segundos. Podemos afirmar que, en la actualidad, el papel que desempeña la escuela como actante dentro de la comunidad de videojuegos está contribuyendo, en líneas generales, a distanciar al alumnado del interés por los videojuegos más allá del ocio, a pesar de los esfuerzos que se están llevando a cabo por mostrar las ventajas de los videojuegos para el aprendizaje, tal y como señalábamos al comienzo del presente capítulo. Se presenta como un reto necesario para la comunidad docente el traducir los resultados de estas investigaciones en un nuevo programa de introducción de las tecnologías en el aula que los tenga en

cuenta y que procure soluciones a la situación actual en relación a la nueva brecha digital.

2. EXPERIMENTACIÓN Y SUBJETIVIDAD

Llegado este punto de la investigación vamos a continuar con el análisis que comenzamos en el capítulo anterior en relación a cómo los videojuegos pueden ser entendidos como una suerte de tecnología del yo, o un elemento constitutivo de la subjetividad, y el modo en que esto influye en la propia comunidad. Hemos señalado la existencia de un proceso de co-producción que hemos abordado, por el momento, desde dos ángulos: en las dos primeras fases de análisis, desarrolladas en el capítulo anterior, hemos investigado los procesos de reproducción del orden simbólico de nuestra sociedad por parte de los videojuegos, así como el modo en que los videojuegos generan su propio orden simbólico y el modo en que ambos procesos afectan a la comunidad y a las posibilidades de identificación del sujeto con los avatares dentro del juego, algo que continuaremos explorando en esta tercera fase dedicada a indagar en la cuestión de la experimentación y sus relaciones con la producción simbólica, así como con los procesos de subjetivación en el contexto de los videojuegos.

Hemos comenzado el presente capítulo tratando las implicaciones de la experimentación en el aprendizaje y su influencia en la brecha digital, lo que nos ha servido para realizar una primera toma de contacto con este concepto y sus posibilidades en el seno de la comunidad. Las posibilidades

que ofrece la experimentación dentro de los videojuegos afectan al aprendizaje, como veíamos, y a la alfabetización digital, lo que puede tener consecuencias tan deseables como una mayor integración de mujeres en los ámbitos tecnológicos o contribuir a salvar la brecha digital de género o la nueva brecha digital. En el presente apartado vamos a dar un paso más allá y vamos a tratar la influencia de la experimentación en la producción de la subjetividad.

Como podemos comprobar, estamos tomando el término “experimentación” en dos sentidos. En el primer apartado lo tratábamos en el sentido de probar de forma práctica, de examinar las características de algo desde la propia experiencia con libertad para manipular, indagar, ensayar, etc. En este segundo apartado vamos a continuar con esa acepción, pero vamos a poner en juego una segunda noción de experimentar. Tal y como aparece en el diccionario de la Real Academia Española en la entrada “Experimentar”, en su segunda acepción, podemos entender este concepto como «echar de ver en uno mismo una cosa, una impresión, un sentimiento, etc.». Así, esta segunda noción nos sirve para hacer referencia al sujeto y las posibilidades que ofrece la experimentación para probar de forma práctica, ensayar y echarse sobre sí determinadas impresiones, sentimientos y, en definitiva, vivencias. Por ello la perspectiva que vamos a adoptar aquí será la de la posición del sujeto, en primer lugar, pero no nos quedaremos en ella, sino que pasaremos en un segundo momento de nuestro análisis a la perspectiva de la comunidad que es el tema que nos ocupa en la presente investigación.

Como adelantábamos en el capítulo anterior, vamos a situarnos en la línea de pensamiento de Sherry Turkle (1997) cuando señala que la adopción de personajes digitales tiene una gran influencia en los modos de construcción de la subjetividad contemporánea. No vamos a detenernos en la cuestión de la producción de la subjetividad a través de los videojuegos en profundidad, pues este análisis nos ocuparía el curso de una investigación completa dedicada en exclusiva⁸⁷. Vamos a centrarnos más bien en cómo la producción de la subjetividad que tiene lugar en los videojuegos afecta a la comunidad tanto en el sentido de los individuos que la componen y en las formas de relación de los mismos, por un lado, y la imagen que producen y perpetúan los videojuegos acerca de esta misma comunidad y los sujetos que la componen, por otro. Para llevar a cabo este análisis asumiremos dos tesis sobre el poder, la producción de la subjetividad y la tecnología que expondremos a continuación:

a) Una de las tesis centrales que asumimos en esta investigación es que el poder juega un papel fundamental en la formación del sujeto, por lo que el análisis de los videojuegos como tecnologías del yo (en el sentido

⁸⁷ Sobre esta cuestión llevé a cabo una investigación previa para mi Trabajo de Fin de Máster de Lógica y Filosofía de la Ciencia “Videojuegos como laboratorio para la experimentación con la identidad de género”, a partir del cual comencé a trabajar en la línea de investigación sobre videojuegos y subjetividad desde una perspectiva feminista, publicando diversos artículos y coordinando un monográfico para la Revista Estudios de Juventud del INJUVE en 2013 en la misma línea. En la presente investigación se toman en cuenta los resultados de estas investigaciones previas que pueden servir para ampliar la perspectiva aquí plasmada y continuar profundizando sobre esta cuestión. Asimismo, la cuestión del sujeto en relación con la comunidad de videojuegos nos abre una nueva línea de investigación que va desde las anteriormente mencionadas, toma la presente como un punto de inflexión y plantea un nuevo camino que transitar de cara al futuro.

foucaultiano) adquiere una especial relevancia en nuestra investigación, especialmente en lo referido a la comprensión de los mecanismos de subjetivación de los individuos que afectan a la comunidad.

Estamos acostumbrados a concebir el poder como algo que ejerce presión sobre el sujeto desde fuera, algo que subordina, coloca por debajo y relega a un orden inferior. Ésta es ciertamente una descripción adecuada de una parte de las operaciones del poder. Pero si, siguiendo a Foucault, entendemos el poder como algo que también *forma* al sujeto, que le proporciona la misma condición de su existencia y la trayectoria de su deseo, entonces el poder no es solamente algo a lo que nos oponemos, sino también, de manera muy marcada, algo de lo que dependemos para nuestra existencia y que abrigamos y preservamos en los seres que somos. (Butler, 2010, p. 12)

Si seguimos esta concepción del poder que presenta Butler, podemos entender como constitutivas las relaciones de poder que atraviesan los videojuegos. O, dicho de otro modo, podemos entender los videojuegos como artefactos culturales que van más allá de la mera diversión ya que nos proponen un modelo de conducta determinado a la vez que producen modelos de subjetividad, es decir, podemos entenderlos como artefactos culturales que *producen* sujetos.

b) Por otro lado, la segunda tesis que asumimos viene de la filósofa Donna Haraway, la cual nos invita a ver desde dos perspectivas a la vez.

La lucha política consiste en ver desde las dos perspectivas a la vez, ya que cada una de ellas revela al mismo tiempo tanto las dominaciones como las posibilidades inimaginables desde otro lugar estratégico. La visión única produce peores ilusiones que la doble o que monstruos de muchas cabezas. (Haraway, 1995, p. 263).

Preciado, siguiendo a Haraway, expone una tesis similar enunciándola de la siguiente forma:

Las bio y ciber-tecnologías contemporáneas son al mismo tiempo el resultado de estructuras de poder y enclaves posibles de resistencia a ese mismo poder, en cualquier caso, un espacio de reinención de la naturaleza (Preciado, 2002, p. 135).

En la presente investigación estamos llevando un análisis de los videojuegos y su comunidad adoptando esta misma doble perspectiva. Por un lado, no podemos olvidar cómo los videojuegos constituyen un medio androcéntrico en cuya comunidad encontramos grandes muestras de sexismo y representaciones estereotipadas que contribuyen a perpetuar un orden simbólico y social patriarcal. Pero, por otro lado, nos comprometemos a prestar atención a la otra cabeza de este monstruo que es la que nos promete posibilidades de agenciamiento, resistencia y representaciones disidentes que alteren dicho orden simbólico. Por el momento hemos indagado principalmente en la primera de estas perspectivas, mostrando cómo funciona la reproducción de estereotipos culturales (algo en lo que

continuaremos indagando más adelante, en el último capítulo de la presente investigación), pero en este momento vamos a centrarnos en la segunda.

La relación que establecemos entre estas dos tesis (el poder en la formación del sujeto y la doble perspectiva de dominación-resistencia) y la experimentación pasa por la consideración de la performatividad de género en los videojuegos como un elemento clave para comprender las posibilidades de agenciamiento en el contexto de esta comunidad. Más adelante vamos a tratar esta cuestión apoyándonos en un análisis de caso, para el cual tomaremos uno de los videojuegos que ya hemos tratado en varias ocasiones a lo largo de la presente investigación, *World of Warcraft*, con el fin de que resulte más sencillo comprender cómo funciona la performatividad de género en estos contextos digitales sin necesidad de pararnos a explicar en detalle el videojuego concreto, pero el análisis que haremos del mismo es extensivo a otros videojuegos, principalmente a los videojuegos multijugador en línea pero también a otro tipo de videojuegos. Pero antes de pasar al análisis de caso vamos a proceder a explicar cuáles son los modelos de identificación con el avatar que sientan las condiciones de posibilidad de la performatividad y la experimentación con la identidad de género, convirtiendo así los videojuegos en un excelente laboratorio de identidades.

Para finalizar el capítulo y continuar apoyando la doble perspectiva que exponíamos, concretamente la cuestión de la resistencia y el agenciamiento, llevaremos a cabo un repaso a otras miradas, miradas disidentes dentro de la comunidad de videojuegos, que nos ayudarán a vislumbrar cómo están

teniendo lugar en la actualidad estas formas de resistencia y cuáles son sus posibilidades.

2.1. PERFORMATIVIDAD DE GÉNERO Y VIDEOJUEGOS

Los géneros no pueden ser ni verdaderos ni falsos, ni reales ni aparentes, ni originales ni derivados. No obstante, como portadores creíbles de esos atributos, los géneros también pueden volverse total y radicalmente increíbles. (Butler, 1990, p. 275).

El modo en que tomamos primeramente contacto con el universo del videojuego es a través de la inmersión, tal y como la definíamos al comienzo del capítulo, y la identificación con el avatar, el cual puede entenderse como nuestra representación en tanto que sujetos que juegan en la pantalla. No todos los videojuegos contienen un avatar con el que poder identificarse, pero sí en todos ellos se hace necesaria la inmersión y el pacto de ficción con su contexto, lo que lleva a quienes juegan a habitar otros mundos posibles. La investigadora Sherry Turkle ya señalaba la importancia que tiene en la construcción de la identidad contemporánea esta asunción de otros mundos y nuevas situaciones en ellos, arrojando luz sobre lo que supone para los individuos la interpretación de personajes electrónicos. En los universos simulados de los videojuegos los sujetos pueden experimentar ser otra cosa que ellos mismos. Pueden interpretar roles que, desde el anonimato que ofrece la pantalla, les permiten jugar a tener distintos sexos y orientaciones sexuales, a establecer una identificación con una multiplicidad de identidades de forma simultánea, a presentarse, en

definitiva, de cientos de maneras distintas ante sí mismos y ante el resto de personas.

Esta posibilidad que ofrecen los videojuegos resulta sumamente atractiva para quienes juegan y forma parte de las prácticas más comunes. Concretamente en nuestra sociedad contemporánea, donde las redes sociales se han convertido en una pantalla en la que mostrar nuestras vidas a las demás personas revelando nuestros datos personales y exhibiendo nuestra cotidianidad (aunque sea de forma edulcorada, deformada por el prisma de una felicidad siempre presente y obligatoria, plagada de filtros fotográficos), en el contexto de los videojuegos el anonimato continúa presente y se mantiene como algo que tiene valor por sí mismo, lo que permite desenvolverse en la red con mayor libertad, sin el peso de estar asumiendo un discurso que muestre lo que somos, sino con la levedad de quien sabe que el papel que desempeña es transitorio y efímero.

Así, la comunidad de videojuegos que se relaciona en el propio universo de los juegos constituye una comunidad heterogénea, cambiante e incierta, donde los individuos pueden estar revelando o no la identidad con la que se presentan fuera del videojuego, pueden estar interpretando un papel o pueden estar probando, experimentando, distintas formas de relacionarse con las demás personas buscando aquellas que les resulten más divertidas o satisfactorias. En cualquier caso, como ya adelantábamos al comienzo de este capítulo, esta interpretación de personajes en el contexto de los videojuegos los convierte en un medio excelente para la experimentación con la propia identidad, pudiéndose considerar así un laboratorio de

identidades que está contribuyendo a la formación de la subjetividad de las personas que juegan. Este hecho es especialmente interesante desde el punto de vista de la identidad de género, ya que las distintas personas que juegan pueden constatar, a través de las propias prácticas de juego y de los personajes que interpretan, que aquello que creían esencialmente ligado a su género no es más que un constructo y que puede ser modificado con la misma facilidad con la que puede ser modificado su rol en la pantalla.

Para explicar esto con mayor detenimiento, vamos a analizar las distintas formas de juego en relación a los modelos de identificación con el avatar que permiten distintos modelos de performatividad de género en los videojuegos. Podemos decir, *grosso modo*, que en los diferentes videojuegos existen seis tipos de identificación con el avatar las cuales van a marcar la forma en que se requiere de quienes juegan que se introduzcan en el propio universo del videojuego.

Veamos cuáles son estos seis⁸⁸ tipos o modelos de identificación con el avatar y en qué sentido resultan interesantes para nuestro análisis.

⁸⁸ Hemos establecido estos seis modelos a partir de la identificación de los diversos géneros de videojuegos y el modo en que se presentan los avatares en ellos. Sin embargo, dada la amplitud del medio, su constante evolución y la cantidad de títulos de videojuegos existentes en la actualidad, es posible que exista algún videojuego que no encaje exactamente en esta clasificación o que presente un modelo híbrido de identificación con el avatar. No obstante, lo importante en estos momentos para nuestro análisis no es que sean seis y precisamente estos seis, sino que estos que presentamos son los más comunes y pueden hacernos entender con mayor facilidad los procesos de identificación y sus particularidades, así como las posibilidades que presentan para la performatividad de género y la producción de la subjetividad en el contexto de los videojuegos.

PRIMER MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: AVATAR PREDEFINIDO, UN SOLO PERSONAJE SIMULTÁNEO.

Cuando pensamos en un modelo de identificación con el avatar, este es el primero que se nos viene a la mente con toda probabilidad. Es el modelo presente en videojuegos como *Super Mario*, *La leyenda de Zelda*, *Portal*, *Tomb Raider*, etc. El juego comienza y aparece un personaje en la pantalla, al presionar las teclas del mando de la videoconsola ese personaje se mueve, habla, salta o realiza cualquier acción. En ese momento comprendemos que *somos* ese personaje y que debemos aprender a controlarlo haciendo de nuestro mando una extensión de su cuerpo virtual. Como explica Balaguer:

Los videojuegos se manejan, en general, con personajes que deben ser encarnados por el jugador y para ello, la distancia jugador-personaje-máquina debe anularse casi por completo. “Yo soy ese personaje y ese personaje es yo” sería la forma de enunciarlo fenomenológicamente. (...) Cuando le matan al personaje, el jugador dice “me mataron”, nunca “lo mataron”. Hay una identificación total con el personaje en cuestión, cualquiera que sea éste. Se da un proceso de fusión donde para el jugador “él y yo” son casi uno solo. (Balaguer, 2007, p. 3).

Este es precisamente el modelo que estamos analizando aquí. En él, la identificación con ese personaje debe ser total o se perderá rápidamente el propio sentido del videojuego.

Los personajes que se nos presentan en este modelo ya vienen predefinidos desde la fase de diseño, permitiéndonos en algunas ocasiones modificar parte de su apariencia o algunas de sus habilidades: cambiando el color de su pelo o el tipo de ropa o modificando sus estadísticas en un videojuego de rol, por ejemplo, ya seleccionando una rama de especialización u otra, entrenando con diversas armas, etc. Lo más importante para saber que nos encontramos ante este modelo es que la historia, el trasfondo y la motivación de estos personajes ya están definidos de antemano y se requiere de quienes juegan que se identifiquen con lo que ya viene dado, haciéndolo suyo poco a poco con el transcurso del videojuego.

El recurso del “protagonista silencioso” del que ya hemos hablado con anterioridad es muy habitual en los videojuegos que se corresponden con este modelo, como es el caso de Link de *La leyenda de Zelda*, Mario de *Super Mario* o Chell de *Portal*. El protagonista se presenta como una carcasa vacía, únicamente con algunos rasgos de personalidad, una historia o una circunstancia determinada y quienes juegan deben rellenarla de alguna manera. Otro modelo de protagonista como carcasa vacía es el de los avatares de los videojuegos de disparos en línea (FPS o *First Person Shooter*, videojuego de disparos en primera persona) como los de la saga *Call of duty* o de los videojuegos tipo MOBA (*Multiuser Online Battleground Arena*, o videojuegos de estrategia en grupo en un campo de batalla en línea) como *League of Legends* o *Dota 2*. En cualquiera de los dos casos, tanto en FPS o MOBA, los avatares con los que se identifican quienes juegan vienen dados

de antemano y pueden tener una pequeña historia o contexto personal, generalmente muy estereotipado.

Pero no siempre el protagonista es una carcasa vacía, la mayor parte de estos personajes protagonistas ya se encuentra muy definida desde el comienzo del videojuego, con una personalidad clara (que puede evolucionar o no a lo largo de la historia), unos objetivos predefinidos y unas relaciones muy marcadas con su contexto. La identificación con Lara Croft, de *Tomb Raider*, constituye un ejemplo paradigmático de este tipo de videojuegos. Lara es un personaje predeterminado, con unas motivaciones muy concretas y una historia prefijada en la que podemos intervenir sólo tangencialmente. Incluso en los últimos videojuegos de la saga *Tomb Raider*, en los que se han intensificado el componente emocional y la identificación con Lara como personaje integral, con una vida interior y una personalidad desarrollada (no sólo como una carcasa), hay poco que se pueda hacer para modificar el destino del personaje o desarrollar su carácter. Lara se nos presenta como un personaje ya construido y nuestra identificación con el mismo debe llevarse a cabo en los términos planteados desde el principio.

Dos ejemplos muy interesantes que llevan un paso más allá la identificación con el avatar son *Silent Hill: Shattered memories* y *Life is Strange*. En ellos, el avatar y quienes lo manejan comienzan con una distancia importante entre sí y acaban estableciendo un vínculo muy fuerte a lo largo del videojuego.

En el primer caso, este vínculo viene dado por el propio diseño del videojuego. *Silent Hill: Shattered memories* es un videojuego de terror y uno de los primeros videojuegos adaptativos que van aprendiendo del modo en

que está siendo jugado para adaptarse a quien lo juega y suscitar mayor intensidad emocional. Mide las respuestas y los patrones de comportamiento de quienes juegan y adapta la dificultad del juego, el volumen de la música, la cantidad de enemigos, etc. para que se mantenga un equilibrio entre la tensión que se siente al jugar y las ganas de seguir jugando. Dentro del propio videojuego se han introducido diversas sesiones con un psicoterapeuta, el cual planteará distintas cuestiones a quienes juegan y el transcurso del videojuego se verá modificado por las respuestas ofrecidas. Este videojuego cuenta, además, con múltiples finales y muy distintos desarrollos en función de qué tipo de acciones se lleven a cabo (la cantidad de veces que quienes juegan miran las bebidas alcohólicas del juego, por ejemplo, puede influir en el desenlace del mismo, así como a quién mira, cuántas veces y a qué partes de su cuerpo). Así, al comenzar a jugar existe una distancia física, emocional y contextual con el protagonista del videojuego (un padre que busca a su hija por el pueblo de Silent Hill, la cual ha desaparecido tras un accidente de coche) y al terminar la personalidad del protagonista ha acabado por mezclarse indisolublemente con la de quien lo ha estado jugando, que ha vertido sobre el protagonista su propia personalidad, expectativas y deseos a la vez que se ha dejado sumergir en la historia y las circunstancias concretas del protagonista, sus motivaciones y sus miedos.

En el segundo caso encontramos una situación muy similar y, aunque no es un videojuego adaptativo en el mismo sentido que el anterior, ni se llevan a cabo pequeñas sesiones de terapia como en *Silent Hill: Shattered memories*,

en *Life is Strange* quienes juegan y el personaje protagonista acaban estableciendo un vínculo muy sólido. La protagonista del videojuego es una joven casi adolescente llamada Max que acaba de comenzar su primer año en la Universidad y para ello vuelve a la ciudad de su infancia, se reencuentra con su mejor amiga y se ve involucrada en una serie de acontecimientos terribles. La protagonista desarrolla el poder de volver atrás en el tiempo que le permite repetir determinadas acciones (como salvar a su mejor amiga de la muerte o convencer a una víctima de *bullying* de que merece la pena seguir viviendo utilizando las palabras correctas) pero esto tiene consecuencias tanto para su estado mental y físico como para la propia estructura de la realidad dentro del videojuego. La identificación con este avatar requiere de un pacto de ficción con este contexto, con su personalidad y con su poder, pero sobre todo requiere de una comprensión profunda de su situación en el mundo, ya que se vuelve absolutamente necesario el tomar decisiones concretas que van a afectar al propio personaje, pero también a la historia del juego y al mundo en que se desarrolla. Para tener éxito en *Life is Strange*, quienes juegan deben convertirse en Max y Max debe ser una extensión de quienes juegan. Es tal el nivel de identificación con el avatar presente en este videojuego que al final del mismo hay una invitación a llamar al Teléfono de la Esperanza, así como a participar en la comunidad en línea (foros, redes sociales, etc.) para compartir sentimientos, buscar apoyo y prevenir posibles suicidios.

Como podemos comprobar, este modelo de identificación con el avatar es muy similar al modelo de identificación con los personajes protagonistas de

una novela o una película. Sin embargo, existe una diferencia fundamental que viene dada por el componente interactivo, lo que lleva a quienes juegan a una puesta en marcha de mecanismos de identificación muy potentes, un esfuerzo de empatía muy superior y una inmersión más profunda. Al final del tercer modelo de identificación, con el que este guarda muchas similitudes, veremos cómo este componente interactivo y otras características propias de los videojuegos van a permitir una mayor experimentación con la identidad de género.

SEGUNDO MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: AVATAR PERSONALIZABLE, UN SOLO PERSONAJE SIMULTÁNEO.

En este modelo de identificación con el avatar encajan todos los videojuegos en los que se presenta un único avatar disponible que permite ser personalizado en aspecto, carácter, habilidades, historia, etc. Es el modelo clásico de los juegos de rol multijugador en línea (o MMORPG) en los que al comienzo del mismo seleccionamos un personaje y vamos eligiendo su aspecto, su sexo, su profesión, sus atributos, las misiones en las que va a participar, la facción a la que va a pertenecer, etc. La historia del personaje no está cerrada, se nos plantea un punto de partida para el mismo y a partir de él se construye su historia a partir de las acciones que realiza. Según el videojuego en línea y su nivel de desarrollo, las posibilidades de personalización del avatar serán más o menos amplias. En videojuegos como *World of Warcraft* la personalización inicial es muy limitada, por ejemplo, pero a medida que avanza el videojuego los personajes van adquiriendo

experiencia y cambiando junto con quienes juegan, de modo que es posible que dos personas creen dos personajes idénticos al principio del juego y acaben teniendo experiencias totalmente distintas después de varias semanas jugando.

Mientras que en el primer modelo se presenta un personaje carcasa o un personaje ya acabado con el que identificarse, en este segundo modelo encontramos personajes mucho más variados aunque, en algunos casos, puedan ser entendidos como personajes carcasa en los que quienes juegan van introduciendo su propia personalidad. A diferencia del primer tipo de personaje carcasa, estos segundos cuentan con una peculiaridad y es la mayor capacidad que presentan para la modificación y, por lo tanto, para adecuarlos a las distintas experiencias que se deseen tener en el juego. Este modelo nos ofrece un campo mucho más amplio para la experimentación, además de contar con particularidades que ninguno de los otros modelos nos ofrece y que lo hacen mucho más complejo. Por ello ha sido el que hemos seleccionado para desarrollar en mayor profundidad en el siguiente apartado como análisis de caso.

TERCER MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: AVATAR PREDEFINIDO, MÚLTIPLES PERSONAJES SIMULTÁNEOS.

La principal diferencia entre este modelo de identificación y el primero es el número de avatares con los que se lleva a cabo la identificación. Mientras en el primer modelo la identificación era personal, sujeto-avatar, en este modelo la identificación es múltiple, sujeto-avatares. Este fenómeno se da

principalmente en los videojuegos de rol donde se maneja un pequeño grupo de personajes (generalmente tres) con los que la identificación debe darse de manera simultánea. Un ejemplo muy claro es el caso de los videojuegos de la saga *Final Fantasy*, donde hay un protagonista principal y dos personajes secundarios que lo acompañan y lo complementan. Generalmente, la identificación con estos avatares es jerárquica ya que nuestro propio autoconcepto no nos permite *jugar a ser* una multiplicidad, sino que esta multiplicidad es experimentada de forma subsidiaria a la identificación con un avatar principal y dos secundarios. Es decir, *jugamos a ser* ese personaje principal mientras *jugamos con* los personajes secundarios. Sin embargo, a medida que avanza el videojuego y el pacto de ficción se vuelve más sólido, la identificación acaba siendo con el grupo de avatares y no solo con el personaje protagonista.

Existen videojuegos que requieren de una identificación simultánea con dos o más personajes, sin que se necesite establecer un orden jerárquico entre ellos para lograr dicha identificación inicial. Este es el caso de videojuegos como *Brothers: a tale of two sons*, en el que jugamos de forma simultánea con dos personajes que son hermanos entre sí, un adolescente y un niño pequeño. En este videojuego asumimos un pacto de ficción que nos obliga a dividir nuestra atención y empatía entre ambos, coordinando los movimientos de nuestras manos de forma que dediquemos cada una de ellas a sendos personajes. Con una mano manejamos al hermano mayor y con otra al hermano pequeño. Las acciones de ambos hermanos, y de ambas manos por tanto, deben estar perfectamente sincronizadas para

conseguir avanzar en el juego. A la vez, debemos comprender qué circunstancia está atravesando cada uno de los hermanos, cuáles son sus habilidades, cuál es su personalidad y cuáles son sus expectativas (si al hermano pequeño le da miedo el agua o al hermano mayor le cuesta entrar en algunos lugares, por ejemplo). Una vez se han comprendido las mecánicas del juego, algo que puede resultar difícil al principio pero que poco a poco va interiorizándose, la experiencia resultante no es la de manejar dos personajes, sino que es la de *convertirnos* en ambos hermanos *a la vez*. Este convertirnos en ambos a la vez no es un fenómeno casual que emerja espontáneamente del videojuego, sino que está planificado desde el propio diseño del mismo. El videojuego nos presenta una dualidad representada por dos hermanos que, a la vez, está refiriendo a una dualidad interna en el propio ser humano entre la infancia y la necesidad de convertirse en adulto, entre la parte vulnerable que desea ser protegida y la que se ve en la tesitura de tener que proteger. Además de manejar a ambos personajes a la vez, el convertirnos en ambos viene dado por el nivel de empatía que exige el videojuego dado que los personajes no hablan nuestro idioma, sino un idioma inventado. La comunicación entre ellos y con el resto de personajes del videojuego viene acompañada de gestos, expresiones faciales, entonaciones concretas, etc. que ponen en juego nuestra capacidad de comprensión y empatía.

Del mismo modo que sucede con el primer modelo, la identificación con los avatares de este modelo tiene que darse del modo en que se plantea en el contexto del propio videojuego. Por ello, en cuanto a las posibilidades de

experimentación con la identidad que pueden darse a la hora de asumir personajes digitales, estos dos modelos las limitan al propio universo simbólico en que están insertos. Como ya hemos tenido ocasión de comprobar, los avatares que ya vienen prediseñados suelen cargar con el peso de un substrato ideológico androcéntrico, apareciendo de forma estereotipada en su aspecto y sus roles y dando lugar a un número muy limitado de posibilidades de modificar estas circunstancias. Teniendo en cuenta que la mayor parte de los videojuegos donde aparece un avatar pertenecen al primer o al tercer modelo, parece que las posibilidades de experimentación con la identidad sexual y de género que nos ofrecen los videojuegos están limitadas a darse en los mismos términos, o muy similares, que en el contexto de más acá de la pantalla. Sin embargo, las características de los mismos van a ampliar este rango de posibilidades.

Tal y como adelantábamos al finalizar el primer modelo de identificación con el avatar, la interactividad y la inmersión más profunda contribuyen a que la experimentación con la identidad de género en los videojuegos sea más efectiva. En este tipo de videojuegos, donde los avatares ya vienen dados en contextos que reproducen el orden simbólico de nuestra cultura (la división de roles tradicional masculino/femenino, donde las mujeres aparecen como objetos sexuales, cuidadoras o damas en apuros y los varones son los protagonistas clásicos), las posibilidades de experimentación vienen dadas, principalmente, por la necesidad de asumir diversos roles jugando a ser esos personajes con los que tradicionalmente no nos identificamos. Así, las niñas pueden jugar a ser el héroe masculino que responde al estereotipo de *ready*

for violence (preparado para la violencia), desempeñando papeles que les han enseñado que no son propios de su sexo y percibiendo de este modo, de una forma muy sencilla e inmediata, el carácter de constructo de esos roles de género que culturalmente se asocian a las mujeres. «Yo soy este comandante, dirijo sus acciones y soy capaz de empatizar con él, al fin y al cabo me he convertido en él. Si yo puedo dirigir un ejército en el videojuego, puedo liderar un equipo en la vida de fuera del juego», podría pensar una niña mientras juega a cualquiera de los videojuegos bélicos que tiene disponibles. Lo mismo sucede al contrario, los varones pueden tener la experiencia de performar, interpretar, el género femenino, lo que, como ya hemos visto con anterioridad, no siempre es recibido con entusiasmo y puede, dada su efectividad, mover a la rabia y la violencia a quienes perciben que, efectivamente, pueden ser mujeres, comportarse como ellas y empatizar con ellas, poniendo así en tela de juicio su masculinidad, desvelando el modo en que está construida y lo inesencial de la misma⁸⁹. Decía Donna Haraway que «[n]o existe nada en el hecho de ser “mujer” que una de manera natural a las mujeres. No existe incluso el estado de “ser” mujer, que, en sí mismo, es una categoría enormemente compleja construida dentro de contestados discursos científico-sexuales y de otras prácticas sociales.» (Haraway, 1995, p. 264). Esta misma afirmación puede hacerse extensible a los varones, la diferencia estriba en que, en el caso de las mujeres, el descubrir esta inesencialidad del ser mujer conlleva, en la

⁸⁹ En el capítulo 4 ya abordamos esta cuestión en relación a los nuevos personajes femeninos y su recepción en la comunidad de videojuegos.

mayoría de los casos, desvelar las estrategias de represión y sumisión a las que son sometidas debido a esta construcción y esto las lleva, siguiendo de nuevo el pensamiento de Donna Haraway, a generar una conciencia de género: «La conciencia de género, raza o clase es un logro forzado en nosotras por la terrible experiencia histórica de las realidades sociales contradictorias del patriarcado, del colonialismo y del capitalismo.» (Haraway, 1995, p. 264).

Por sí mismos, estos videojuegos ya están contribuyendo a reforzar la idea de la performatividad de género, así como a la construcción de una identidad de género menos anquilosada en antiguas categorías y roles estereotipados, ayudando a reflejar la idea del género como algo que se interpreta, que se actúa y teatraliza y que, por lo tanto, puede cambiar en función de las circunstancias. Pero no debemos quedarnos meramente en un primer punto del análisis, al cual nos llevaría el pensar simplemente que en los videojuegos las chicas pueden jugar a ser chicos y viceversa, siempre dentro de los marcos interpretativos de lo que eso significa en nuestra cultura y con las condiciones sociales ya establecidas. Podemos ir más allá de eso, dada la capacidad que tienen los videojuegos de generar mundos ficticios y reflejar otras realidades, existentes o imaginarias, donde el ser varón o ser mujer pueden adquirir otros significados, algunos de ellos muy alejados de nuestra realidad cotidiana y otros muy cercanos, verosímiles y, a la vez, revolucionarios.

Esto sucede con videojuegos como *Life is Strange*, que ya mencionamos con anterioridad, donde debemos convertirnos en Max, la protagonista, que no

es más que una joven universitaria con problemas e inquietudes muy reales (el acoso escolar, la pérdida de una amiga, el abuso sexual, etc.) que se mezclan con circunstancias alegóricas y fantásticas (los viajes en el tiempo). En este videojuego, quienes juegan van a convertirse en una persona vejada, víctima potencial de abusos sexuales por parte de un profesor universitario. Max descubre demasiado tarde que el mundo puede ser un lugar muy hostil para las mujeres que se ven enfrentadas entre sí por cuestiones banales y ridículas como la popularidad o la moda mientras son, indistintamente, convertidas en objetos sexuales y juguetes eróticos de varones adultos. Al jugar a *Life is Strange* la experiencia de convertirte en Max a lo largo de cinco episodios⁹⁰ es tan intensa que cuando nos atan a la silla donde sabemos que vamos a morir el terror, ese terror que sentimos precisamente al descubrir que tenemos cinta americana cerrándonos los labios y que van a matarnos, nos conecta de forma inmediata con todas las mujeres que aparecen en las noticias de los medios de comunicación. Con Max *aprendemos a ser* una chica adolescente y entonces *comprendemos qué significa ser* una chica adolescente.

Resulta especialmente importante, dadas las posibilidades que nos ofrece la experimentación con la identificación con estos personajes, que a la gran cantidad de personajes estereotipados que encontramos en los videojuegos se le sume un buen número de personajes, historias y escenarios que pongan en tela de juicio este orden simbólico y que muestren realidades

⁹⁰ Este videojuego se distribuyó en cinco entregas o episodios desde el 30 de enero de 2015 al 20 de octubre del mismo año.

cotidianas y personajes, tanto femeninos como masculinos, descargados de representaciones sexistas. Ya vimos en el capítulo 4 que no está siendo sencillo incluir personajes femeninos no estereotipados o que no respondan a un ideal de belleza hipersexualizado, dado que una parte de la comunidad reacciona de forma violenta hacia ellos y la propia industria lo sigue considerando arriesgado, como fue el caso de Aloy en *Horizon Zero Dawn* o los personajes de *Mass Effect: Andromeda*. Sin embargo, como veremos al finalizar este capítulo, sí que existe una buena cantidad de videojuegos que presentan personajes no sumidos en un orden simbólico sexista, con historias que se alejan del canon de la dama en apuros o escenarios bélicos plagados de varones musculados. Contar con este otro modelo de personajes e historias va a contribuir enormemente a introducir en nuestro substrato cultural otras formas de representación posible, lo que influye de manera directa en la propia comunidad, sus miembros y su imaginario.

Podemos decir que si nuestros imaginarios de más acá de la pantalla están influyendo en las representaciones de los videojuegos, las representaciones en los videojuegos están influyendo, asimismo, en el más acá de la pantalla. En un estudio llevado a cabo en el MIT (Pam Royse, 2007) sobre la influencia de los videojuegos en la producción de la subjetividad y la identidad de género, llegaron a la conclusión de que las jugadoras que más tiempo dedicaban a jugar a videojuegos manifestaban una identidad de género menos arraigada en estereotipos, esencialismos y concepciones sexistas, a diferencia de aquellas que jugaban menos. Esta situación se daba en cualquier caso, independientemente de los videojuegos que estas mujeres

jugaran habitualmente. Por ello, a pesar de lo estereotipado de estos personajes, podemos comprobar que están teniendo un efecto positivo sobre la comunidad, lo que nos hace reforzar la idea de que un cambio en los imaginarios presentes en los videojuegos tendría un efecto positivo aún mayor.

CUARTO MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: AVATAR PERSONALIZABLE, MÚLTIPLES PERSONAJES SIMULTÁNEOS.

La saga de videojuegos de simulación de vida social, *Los Sims*, es el ejemplo paradigmático de este modelo de identificación. *Los Sims* son un videojuego tipo *sandbox* o de libre experimentación donde lo importante no son los objetivos impuestos desde el propio videojuego, sino que se ofrece a quienes juegan un escenario que pueden modificar y un contexto en el que intervenir, sin guiar un curso de acción concreta. En este videojuego se puede seleccionar uno o múltiples avatares, los cuales pueden ser modificados de la siguiente manera (tomamos las modificaciones permitidas en su tercera entrega como ejemplo):

- Elegir el nombre y apellidos del Avatar.
- Crear una familia y definir el tipo de lazos familiares que tienen entre sí (madre, padres, abuelos/as, hermanas/os, compañeros/as de piso, etc.).
- Determinar el sexo entre varón o mujer.
- Seleccionar la edad inicial del avatar entre bebé, infante, niña o niño, adolescente, joven, adulta o adulto y anciana o anciano. La duración

de los estadios de vida de los Sims se pueden determinar desde las opciones del videojuego, alargando o acortando las diversas etapas. Así, podemos tener una sociedad Sim donde la infancia es muy larga, por ejemplo, mientras la edad adulta se limita a un tiempo muy corto. Los personajes de *Los Sims* no viven un tiempo determinado, sino que su tiempo de vida dependerá de la voluntad de quien juega.

- Según las expansiones del videojuego con las que se juegue, se puede elegir también ser una criatura sobrenatural entre magos, genios, vampiros, hombres y mujeres lobo y hadas. Cualquiera de estas criaturas puede ser seleccionada desde el estadio de infante y asignada tanto a personajes masculinos como femeninos y cada una de ellas lleva su propia personalización (las alas de las hadas, el pelaje de los hombres y mujeres lobo, etc.).
- Ajustar el tamaño y forma de su cuerpo, incluso la definición de los músculos o el tamaño del pecho en las Sims.
- El color de su piel, que puede diseñarse en un espectro de tonalidades de verde, marrón, rosa o azul; también se puede elegir otro tipo de acabados para la piel (metalizada, con más o menos pelo, con apariencia de madera, etc.).
- Sus rasgos de personalidad (podemos elegir entre más de 65 rasgos diferentes).
- Sus gustos: comida, color y música favorita.
- Su tono de voz.

- Su deseo de toda la vida, o lo que el avatar que diseñemos perseguirá. Estos deseos están relacionados con el éxito profesional, social o económico. También puede estar relacionado con el dominio de ciertas habilidades, como la cocina, la pintura, la lógica o la música. Su deseo de toda la vida puede escogerse entre algunos que se presentan como idóneos atendiendo a sus rasgos de carácter, de forma aleatoria o a voluntad.

Este tipo de videojuegos permiten una mayor experimentación con la identidad de género, así como con la orientación sexual. Por un lado, no existen características exclusivas para varones y mujeres más allá de que las mujeres pueden dar a luz (aunque los varones también pueden quedarse embarazados y dar a luz si los abduce un extraterrestre en el videojuego), no existen profesiones vetadas para ninguna persona adulta y los rasgos de personalidad que se pueden seleccionar se pueden atribuir a cualquier Sim. La orientación sexual en *Los Sims* es algo fluido, no cerrado y que se va construyendo a través de las prácticas sexuales y las interacciones románticas. La única limitación a la vida amorosa y sexual de los personajes es la propia sociedad Sim y los cotilleos (algo contemplado en el videojuego) que pueden llevar a peleas entre Sims que están siendo infieles y sus parejas. Hay formas de escapar de los cotilleos de la ciudad, pero en general en *Los Sims* los modelos relacionales no monógamos no están contemplados.

En este videojuego la identificación del sujeto también se puede llevar a cabo con diversos avatares de forma simultánea, ya que puede jugarse con

toda una unidad doméstica de múltiples miembros. No obstante, sucede en este modelo de identificación algo similar a lo que sucedía en el tercer modelo y es que, al menos en un principio, la identificación es jerárquica: quienes juegan se identifican principalmente con un avatar y *juegan a ser* ese avatar, mientras *juegan con* el resto de avatares de su unidad doméstica.

Además de las grandes posibilidades de personalización de los avatares, este modelo se diferencia del anterior en la libertad a la hora de desarrollar sus historias, su personalidad y sus objetivos vitales. Otra diferencia clave entre este modelo y el anterior es que en este modelo la identificación con múltiples avatares puede ser cronológica y evolucionar de uno a otro. Por ejemplo, en *Los Sims* podemos comenzar con un solo avatar con el que nos identificamos y a la vez jugar con otros avatares jerárquicamente secundarios respecto al primero, pero, a medida que avanza la historia del juego, ir adquiriendo distintos grados de identificación con los distintos avatares con los que nos relacionamos hasta acabar por ascender en la jerarquía otro avatar a primer lugar. Esto es bastante habitual en este videojuego, en el que generalmente comenzamos jugando con un avatar principal, hacemos que tenga descendencia y, cuando el primero muere o deja de ser interesante (por su situación vital) comenzamos a identificarnos mayormente con su hijo o su hija.

Esta gran libertad para interactuar con el entorno, diseñar y crear personajes e historias dentro del videojuego resulta muy interesante desde el punto de vista de la performatividad de género y la experimentación con

la identidad, ya que permite a quienes juegan explorar múltiples representaciones, interpretar diversos roles, jugar con los estereotipos culturales y generar diversas narrativas en torno a ellos. En este videojuego es posible crear un avatar de un varón hada que tiene como rasgo principal el ser entregado a su familia y como deseo de toda la vida tener un jardín perfecto, lo que hace que podamos jugar a ser esta persona, pasando nuestra vida virtual flotando con nuestras alas de colores iridiscentes, criando a nuestros hijos e hijas, cambiándoles el pañal o enseñándoles a caminar, regando las plantas y preparando ricas tartas de frutas. Podemos comprender fácilmente lo que significa este tipo de representación en un videojuego orientado principalmente a niñas y niños de entre 7 y 15 años, como es el público de *Los Sims 3*. En el videojuego queda naturalizado que tanto varones como mujeres puedan cuidar de la familia, cocinar, limpiar, etc. a la vez que pueden conseguir el trabajo de sus sueños en la rama que quieran, conciliando así la vida familiar con la profesional.

Es precisamente en este sentido que la experimentación en videojuegos puede tener consecuencias positivas para la construcción de la identidad sexual y de género de quienes juegan. Al naturalizar dentro del contexto del juego acciones y formas de vida no convencionales está teniendo lugar una experiencia que afecta tanto al propio autoconcepto como al aprendizaje social.

QUINTO MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: NINGÚN AVATAR CONCRETO, IDENTIFICACIÓN CON UNA FACCIÓN, CLAN O GRUPO.

Para terminar el análisis de los modelos de identificación con el avatar vamos a centrarnos en los dos modelos correspondientes a aquellos videojuegos que no tienen un avatar concreto. El primero de estos modelos es el propio de videojuegos de estrategia donde se maneja una facción completa como en los videojuegos de estrategia bélica como *Age of the Empires*, o videojuegos deportivos donde se maneja todo un equipo como en los videojuegos de fútbol o baloncesto. Aunque este modelo no presenta ningún avatar concreto, sí que sumerge a quienes juegan en su mundo de ficción y su universo simbólico, situando el punto de identificación en el grupo más que en un sujeto concreto. Por ejemplo, en el videojuego *Rome total war* no se representa en la pantalla a quien juega a través de un avatar, pero sí que debe seleccionar una facción con la que va a jugar y va a recibir un trato por parte de los diversos personajes del juego como si fuera el líder de esa facción. Así, sin importar que haya una representación física en el juego (un avatar), en estos videojuegos sí que se interpreta un rol de coordinación de todo un colectivo.

Otro caso es el de los videojuegos deportivos, donde, en ocasiones, se identifica a quien juega con el entrenador del equipo que da órdenes, igual que el general de los videojuegos anteriores en el campo de batalla, mientras que en otras ocasiones simplemente es una mano invisible que coordina los movimientos de cada uno de los miembros del equipo.

Este modelo es interesante para nuestro análisis porque sitúa a quienes juegan en un rol que se da por hecho, en la mayoría de los casos, que corresponde con una persona de género masculino (un shogun japonés, un emperador romano, un entrenador del Real Madrid, etc.) y recibe el mismo trato que recibiría una persona de género masculino en esas circunstancias. El hecho de que así sea por un lado reproduce el estereotipo cultural del líder como masculino (o, en el mejor de los casos los diseñadores señalan que simplemente se toma el masculino como neutro) y, por otro lado, ayuda a las mujeres que juegan a darse cuenta de que ese rol tradicionalmente masculino puede ser desempeñado perfectamente por ellas.

SEXTO MODELO DE IDENTIFICACIÓN CON EL AVATAR: NINGÚN AVATAR CONCRETO, IDENTIFICACIÓN CON LAS PROPIAS HABILIDADES DE QUIEN JUEGA.

Finalmente, este modelo de identificación es el propio de los juegos de habilidad, los puzzles o los juegos de diseño y creatividad, entre otros. De todos los modelos que hemos visto, este último mueve a la producción de la subjetividad a través de la identificación con uno/a mismo/a, ya que son las propias habilidades las que se ponen en marcha. Aunque no se lleva a cabo la identificación concreta con un avatar o personaje, sí que se anima a quienes juegan a desarrollar sus habilidades en una línea determinada. Por ejemplo, en los videojuegos de lógica se desarrolla la inteligencia lógico-matemática o en los videojuegos de pintura se desarrolla la inteligencia visual-espacial.

Este tipo de videojuegos son especialmente relevantes para la alfabetización digital, así como para el desarrollo de competencias en las diversas materias escolares. Asimismo, una de las grandes ventajas de este tipo de videojuegos es el desarrollo de la autoconfianza y el aumento de la autoestima derivado del aprendizaje lúdico y la satisfacción de lograr progresar en el juego.

2.1.2. ANÁLISIS DE CASO. LA PERFORMATIVIDAD DE GÉNERO EN *WORLD OF WARCRAFT*

Hemos seleccionado el videojuego *World of Warcraft* para ejemplificar a través de un caso concreto el segundo modelo identificación con el avatar, en el que quienes juegan se identifican con un solo personaje que puede personalizarse.

En este videojuego las opciones de personalización física del personaje son escasas, pues todas las razas seleccionables con las que se puede jugar en el juego cuentan con un número limitado de opciones. Recordemos que las razas en este videojuego son razas de fantasía propias del universo de Tolkien, entre las que se incluyen los seres humanos como una más. Aunque hay buen un número de razas jugables (podemos elegir entre trece razas distintas), las opciones de personalización de cada una de ellas son limitadas. Por ejemplo, si decidimos jugar con la raza de los orcos podremos elegir ser macho o ser hembra, el tamaño y la forma de nuestros colmillos, el color de piel (en un número limitado de tonalidades de verde y marrón), de cabello y de ojos, el peinado, las marcas faciales y los piercings que

llevaremos en la nariz o en las orejas. En otros videojuegos de rol las opciones de personalización de la apariencia física de los personajes son muy superiores, dándose el caso de poder elegir la edad del personaje, la complexión física, el tamaño y la forma de los diferentes rasgos faciales, etc. En *World of Warcraft* la edad de los personajes y la complexión física de los mismos es homogénea, no es posible introducir marcas de edad más allá de teñir de blanco el pelo en algunos casos, igual que no es posible decidir que un personaje sea más gordo o más alto que otro de la misma raza. Esta opción de diseño del videojuego tiene dos consecuencias inmediatas: la primera de ellas es que se crea una sensación de homogeneidad entre la misma raza que hace muy difícil que los personajes destaquen por su aspecto físico de base, sino que para distinguirse y remarcar su individualidad deben recurrir a otros elementos del videojuego, entre los que encontramos como los más habituales la ropa (que permite también personalización), las mascotas que lo acompañan o las monturas (caballos de fuego, dragones voladores, motocicletas con sidecar, etc.) y, en muchos casos, la opción que más hace que un personaje destaque es su nombre y el nombre de la hermandad a la que pertenece, ya que en la pantalla del resto de personas que están jugando al juego estos dos nombres aparecen sobre la cabeza del personaje⁹¹. Por ello, muchas personas eligen un nombre original para su personaje que pueda definir de alguna manera el tipo de

⁹¹ En la interfaz del videojuego viene activada por defecto la opción de ver el nombre de los personajes de alrededor, así como el de sus hermandades. Aunque el nombre del personaje que manejamos y el de nuestra propia hermandad no aparece en nuestra pantalla, sí que aparece en la pantalla de las demás personas lo que sirve de ayuda para identificarnos.

personaje que han creado más allá de las mecánicas. Por ejemplo, dos personas pueden haber decidido crearse un personaje chamán de la raza de los Tauren. La primera de ellas ha seleccionado como nombre de su personaje “DarkChaman” y la segunda “Brisa”. Para comprender mejor cómo funciona la retórica de este videojuego, es preciso señalar que la raza de los Tauren es una raza de bovinos antropomorfos, con aspecto de toro o vaca con postura erguida que está muy conectada con la naturaleza y los espíritus ancestrales, buscando preservar un equilibrio natural y adorando a una diosa llamada Madre Tierra. Además, la clase chamán está especializada en invocar el poder de los elementos naturales para lanzar hechizos o mejorar sus armas. Como vemos, la mezcla de la raza Tauren con la clase chamán da lugar a un personaje místico y naturalista, pero no todos los chamanes Tauren son iguales. Las personas que han elegido los nombres de “DarkChaman” y “Brisa” han querido transmitir a través de sus nombres qué tipo de chamanismo practican sus personajes. Mientras DarkChaman parece hacer referencia a un tipo de chamán que utiliza los elementos para hacer daño, valiéndose de las fuerzas oscuras de la naturaleza (lo que indicaría un personaje de tipo *dps*, es decir, *daño por segundo*), Brisa parece hacer referencia a otro tipo de chamán más amable, probablemente de los que utilizan los elementos para sanar (lo que indicaría un personaje de tipo *healer*). Este es sólo un ejemplo de cómo, en los videojuegos en línea, el nombre que se elige para los personajes puede marcar y definir el tipo de personaje que se quiere interpretar independientemente de su apariencia física. Esta cuestión es relevante en cuanto que en videojuegos como *World*

of Warcraft donde las opciones de personalización son muy limitadas, los nombres van a marcar muchas veces las pautas de relación inicial entre personajes.

La raza, clase, estética y nombre del personaje son elementos muy importantes a la hora de situarse en el contexto del videojuego y contribuyen a marcar las pautas iniciales de relación, como decíamos, aunque no constituyen el aspecto central que nos interesa acerca de la performatividad de género en *World of Warcraft*. El aspecto central viene dado por las distintas prácticas de juego y el comportamiento social en el mismo.

Performar o interpretar un personaje parte de la elección de su aspecto y de la retórica del mismo, pero sobre todo se centra en cómo se presenta ante el resto de personajes a través de determinadas acciones y comportamientos dentro del juego. Para relacionarse con otras personas, como ya vimos en el capítulo 2 de la presente investigación, hay disponibles multitud de herramientas y mecánicas dentro de este videojuego: chat escrito y de voz, comandos de chat, hechizos, etc. El único elemento que puede revelar algo acerca de la identidad de más acá de la pantalla de la persona que juega podría ser el chat de voz (ya que muchas veces la voz de la persona podría desvelar su género y otros aspectos de su personalidad por la entonación, el acento, el timbre, etc.) pero en la actualidad se han desarrollado moduladores de voz que pueden cambiar la voz de una persona por una de la base de datos disponible. El modo en que se utilizan estos elementos va a ser determinante en la relación entre personajes (y,

por tanto, entre las personas que juegan) ya que constituyen el canal de comunicación principal a través del cual se representa el papel o rol que se está tratando de interpretar y a partir del cual se muestra también su eficacia.

En el videojuego podemos jugar a ser varones o mujeres, pero también animales antropomorfos con características que van más allá de las que atribuimos a varones o mujeres (una mezcla de ambos, en ocasiones, suele ser la forma habitual de presentarte ya que algunos de ellos muestran características andróginas o que nada tienen que ver con las que asignamos a varones y mujeres). En nuestra interpretación de los géneros a través de nuestro personaje se pone en juego la performatividad y se desvela, en el mismo acto, el carácter de constructo de la identidad de género. Esto es especialmente relevante cuando hemos conseguido “engañar” a otras personas haciéndoles creíble nuestra interpretación, pues en ese momento es cuando el éxito de la performatividad resulta más revelador. El sentimiento de autoeficacia que acompaña a este éxito anima a las personas a seguir haciéndolo, a experimentar con diversas identidades sexuales y de género hasta encontrar aquellas con las que se le resulta más fácil identificarse o con las que se siente más cómoda. Así, en el universo del videojuego *World of Warcraft* se pueden vivir cientos de vidas posibles, muchas veces de forma simultánea, a través de la interpretación de diversos personajes electrónicos y de su relación en el entorno de la comunidad con otros personajes. Al relacionarnos con el resto de personas de forma descorporeizada, es decir, sin que nuestro cuerpo físico se haga presente

ante la percepción del resto, encontramos una liberación respecto a los prejuicios y estereotipos que vienen ligados a los cuerpos físicos a partir de nuestro sustrato cultural e ideológico. Este hecho hace posible que niñas de dieciséis años dirijan equipos formados principalmente por varones mayores de edad o que personas a las que normalmente se las estigmatiza debido a su clase social, el color de su piel o la grasa acumulada de sus cinturas puedan relacionarse abierta y relajadamente con las demás personas de la comunidad, sin recibir los insultos o las miradas de desprecio que habitualmente reciben en sus vidas fuera del videojuego. La experiencia que esto conlleva para esas personas es una experiencia de liberación de esencialismos y de estereotipos que pesaban sobre sus cuerpos y, por lo tanto, sobre su autoconcepto. Como decía Sherry Turkle:

Quando la gente puede jugar a tener sexos diferentes y vidas diferentes, no es sorprendente que para algunos este juego se haya convertido en algo tan real como lo que pensamos convencionalmente que son sus vidas, aunque para ellos esta distinción ya no sea válida. (Turkle, 1997, p. 22).

El aprendizaje de otras formas de ser y relacionarse es un aprendizaje del yo, un aprendizaje constitutivo para el sujeto que aparece en estas prácticas de juego. No resulta sencillo dar el primer paso en esta aventura de experimentar ser otra cosa que yo, ser un nuevo yo, pero una vez se ha comenzado se desencadena un proceso que revela una nueva concepción de la identidad personal.

En este sentido podemos afirmar que los videojuegos pueden resultar emancipadores desde el punto de vista de la igualdad de género. A través de ellos, incluso de aquellos que no estaban diseñados con este propósito, las mujeres pueden practicar a ser otra cosa que lo que les han enseñado que significa ser mujer, al igual que los varones. Ellas pueden experimentar otras formas de poder y placer en la sociedad que estaban reservadas para ellos y ellos pueden descubrir qué significa ser tratado como una mujer en nuestra sociedad y dado nuestro contexto cultural.

2.3. OTRAS MIRADAS DESDE LOS VIDEOJUEGOS

Como ya mencionábamos en el capítulo 3, en febrero de 2017 lanzamos una encuesta digital a la comunidad de personas jugadoras de videojuegos en línea multijugador (disponible en el Anexo II) y pudimos constatar cómo la mayor parte de personas encontraba que había una desigualdad patente en el trato que reciben los personajes masculinos y femeninos en los videojuegos, así como las mujeres y los varones en el entorno de la comunidad. Actualmente existe muy poca diversidad en la representación de los personajes femeninos en videojuegos y la introducción de personajes femeninos fuera de los estándares de belleza occidentales y de los estereotipos de género imperantes no ha tenido una gran acogida, tal y como hemos mostrado a lo largo de la investigación. Sin embargo, esto no quiere decir que no existan otras miradas y otras formas de hacer videojuegos distintas, disidentes con estos estereotipos clásicos y que

buscan innovar y acoger a un público cada vez más diverso. En el presente apartado vamos a centrarnos en estas miradas disidentes, concretamente en las relacionadas con la representación de diversas identidades sexuales.

Para presentar estas miradas disidentes debemos establecer, en primer lugar, una distinción entre lo que se conoce como videojuegos “triple A”, que son aquellos videojuegos desarrollados por grandes empresas con grandes presupuestos (los equivalentes a las superproducciones cinematográficas), del resto de videojuegos. Una innovación en la representación o la jugabilidad en este tipo de videojuegos cuenta con una mayor repercusión en el ámbito de la comunidad dado que llega a un mayor número de jugadores/as. Para que un videojuego de este tipo llegue a contener y representar imaginarios fuera de lo convencional se requiere, de alguna manera, que ese tipo de imaginario que va a representar no suponga un gran riesgo económico para la compañía que desarrolla el juego. Como vimos en el caso del videojuego *Horizon Zero Dawn*, en la actualidad compañías tan grandes como Sony continúan considerando un riesgo el mero hecho de desarrollar un videojuego con un personaje femenino no estereotipado como protagonista, o en el caso de *Mass Effect: Andromeda*, en el que la compañía ha recibido amenazas de boicot y acoso en las redes sociales de parte de un buen número de miembros de la comunidad debido, entre otras cosas, a que el protagonista masculino tiene la posibilidad de mantener relaciones homosexuales, se representan sexualidades no normativas en el videojuego o las protagonistas femeninas no responden a los cánones de belleza que esperaban. El hecho de que este tipo de

representaciones hayan llegado a la industria de los videojuegos “triple A” es sintomático de que algo está cambiando en el mundo de los videojuegos, donde cada vez está resultando ser más habitual el encontrar otro tipo de historias más allá del sexo y la violencia gratuitos y las representaciones estereotipadas y sexistas de los personajes.

Actualmente, el desarrollo de la tecnología está dando lugar a mejores gráficos y pretensiones cada vez más altas de realismo, lo que ha llevado no sólo a un mayor realismo en el plano visual o gráfico, sino que ha llevado también a un mayor realismo y complejidad en las historias. Esta situación hace que se requiera de personajes cada vez más verosímiles que escapen de estereotipos clásicos para poder ofrecer productos a la comunidad que cumplan con las expectativas de realismo y calidad que se esperan de ellos. En la industria independiente (desarrolladoras *indies* y *amateurs*) o en las pequeñas producciones las innovaciones suelen ser más habituales, se tiende hacia la experimentación y se trata de buscar un impacto a través de lo que se cuenta o de las mecánicas de juego que se proponen, más que a través de los gráficos (cuyo desarrollo es mucho más caro y requiere de un equipo mayor). A continuación vamos a ver algunas de estas pequeñas producciones, así como producciones de la industria mayoritaria, y cómo han contribuido a que en el ámbito de los videojuegos aparezcan nuevas formas de representación, imaginarios y universos simbólicos alternativos a las convencionales.

2.3.1. VISIBILIZANDO OTRAS SEXUALIDADES

Sassybot es una pequeña desarrolladora de videojuegos compuesta únicamente por dos miembros, Tino van der Kraan y Elwin Verploegen. Estos dos desarrolladores crearon junto a otras personas un videojuego llamado *Queer* en el contexto de una *game jam*, por el cual recibieron el galardón *Games[4]Diversity EU Audience Award*, por la visibilización de la cotidianidad de las personas *queer* donde el único objetivo del videojuego es hacer pasar a los personajes protagonistas “un día feliz”, mientras las cosas que les pasan y que la gente les dice van cambiando su humor⁹². Este videojuego tiene un gran componente experimental en cuanto a la temática y la forma de abordarla y les sirvió como un punto de partida para continuar indagando en esta misma problemática. Así, un tiempo después crearon el prototipo del videojuego *Fragments of Him* que más tarde acabarían desarrollando por completo, donde la experimentación con las narrativas emergentes en el contexto del videojuego, creadas a partir de la interacción con el escenario, la creación de ambientes, la presentación de los espacios, etc., van a constituir el eje vertebrador de la historia. Este videojuego aborda una relación de amor y pérdida de un ser querido entre dos varones homosexuales, cuya historia es tratada desde la intimidad, el respeto y la emoción. En la misma línea de experimentación con las narrativas a través de los espacios y la cotidianidad, encontramos el

⁹² El videojuego *Queer* está disponible en <https://sassybot.com/project/queer> [Consulta: 05/17].

videojuego *Gone Home*, de la pequeña desarrolladora Fullbright, donde a partir de la exploración de una casa descubrimos la historia de una chica y cómo va experimentando la aceptación de su sexualidad lésbica y su historia de amor con otra mujer. Ambos videojuegos, *Fragments of Him* y *Gone Home* han sido considerados por la crítica especializada como claros ejemplos de por qué los videojuegos pueden considerarse arte.

Otras pequeñas desarrolladoras, así como personas individuales en contextos de *game jams* o desarrollo independiente o *amateur*, han producido videojuegos donde las sensibilidades estéticas y temáticas como las de Sassybot son comunes. Lo menos común es que estas sensibilidades permeen en la industria mayoritaria y en videojuegos “triple A”, por lo que vamos a hacer un pequeño repaso por algunos de los títulos de dos de las grandes desarrolladoras que han introducido personajes con sexualidades no normativas (los personajes heterosexuales son la norma también en el universo de los videojuegos) y que han tenido un gran impacto en la comunidad. El hecho de que estas desarrolladoras hayan dado este paso ha tenido consecuencias muy importantes para toda la comunidad de videojuegos y las personas que juegan, ya que ha servido para normalizar y naturalizar estas representaciones y, por tanto, estas sexualidades, desestigmatizándolas y abriendo camino para que cada vez sean más los videojuegos que se unan a incorporarlas en sus historias.

Mientras que grandes desarrolladoras como Nintendo se han negado a introducir personajes homosexuales en sus videojuegos (como la famosa polémica con el videojuego en línea *Tomodachi Life* que no permitía casarse

dentro del juego a personas del mismo sexo a pesar de las insistencias del público del mismo), otras han apoyado explícitamente la creación de personajes homosexuales, tanto en los medios de comunicación como en el contexto de los títulos que lanzan al mercado, como es el caso del videojuego *Los Sims* del que ya hablamos con anterioridad y en el que vimos que la sexualidad de los personajes se iba construyendo en función de sus decisiones, no estaba programada “biológicamente”, ni tenía ningún tipo de estigma social dentro del propio juego. Pero vamos a hablar de otras dos compañías, dejando el caso de *Los Sims* al margen, que presentan la diversidad sexual como algo normalizado y sin tintes de estigmatización⁹³, sin caer tampoco en estereotipos esperpénticos o maniqueos de los personajes homosexuales.

En primer lugar, debemos recordar el videojuego *Mass Effect: Andromeda*, de la compañía BioWare, del que ya hemos hecho mención con anterioridad por la controversia que han despertado sus personajes en la comunidad. Este videojuego no es el único de la compañía BioWare, una de las mayores desarrolladoras de videojuegos en la actualidad, que ha presentado personajes homosexuales, bisexuales o transexuales sin caer en estereotipos, manteniendo la coherencia narrativa y presentándolos con una personalidad y una estética verosímiles, lo que les llevó a recibir el galardón de la GLAAD (Alianza Gay y Lésbica contra la Difamación,

⁹³ Aunque este juego no contempla que puedan ser aceptadas socialmente relaciones no monógamas ya que las penaliza e impide, por ejemplo, los matrimonios entre más de dos personas.

organización estadounidense sin ánimo de lucro dedicada a defender los derechos de la comunidad LGTB⁹⁴) por su videojuego *Dragon Age: Inquisition*. Este es un videojuego de rol, perteneciente a la saga *Dragon Age*, donde se presenta un universo de fantasía medieval en el que algunos de los personajes principales son homosexuales, como el poderoso hechicero nigromante Dorian Pavus y la elfa Jenny “la Roja”. Además de estos dos personajes, también encontramos otros personajes que son abiertamente bisexuales, como el *qunari* (una raza de brutales gigantes con cuernos) Toro de hierro, que tiene interés sexual por personajes masculinos o femeninos sin distinguir su raza, o Josephine, una embajadora de la Inquisición con grandes dotes para la diplomacia y con las mismas preferencias sexuales que Toro de hierro. Además, en este videojuego presentan un personaje transexual, algo muy poco habitual en videojuegos en general y mucho menos en videojuegos con temática medieval fantástica. Este personaje, Cremisius Aclassi o Krem, es un mercenario que fue criado como una niña pero que no se identificaba como tal y acabó trabajando entre los Batalladores del Toro. Lo más importante de este personaje no es que sea transexual, sino el modo en que muestra la transexualidad ofreciendo una visión muy normalizada, respetuosa y realista. El guionista de la saga *Dragon Age*, David Gaider, tuvo que defender en su blog las decisiones de la compañía a la hora de introducir este tipo de

⁹⁴ Más información sobre GLAAD en <http://www.glaad.org/> [Consulta: 05/17].

personajes en los distintos títulos de la saga debido a la mala acogida por parte de un sector de la comunidad intolerante que considera que la



Imagen 15: Ellie

Ellie, del videojuego *The Last of Us*. Imagen libre, extraída de la Wikipedia.

aparición de personajes homosexuales, bisexuales o transexuales resulta ofensiva. La compañía, por su parte, se ha mantenido firme en su decisión de introducir una mayor diversidad sexual en los videojuegos y ha recibido apoyos por parte de organizaciones pro-derechos LGTB. El caso de BioWare puede servirnos como ejemplo para comprender cómo estas decisiones creativas acerca de la introducción

de distintos personajes no estereotipados en los videojuegos, más allá de la lógica androcéntrica y heteronormativa, pueden tener un gran impacto en la comunidad. Además de por la normalización que supone su representación, podemos destacar que este impacto se centra también en las posibilidades de experimentación con la propia identidad sexual de quienes juegan, quienes tienen la posibilidad de poner en práctica la performatividad de género en el contexto de los videojuegos con todas las consecuencias que ello tiene.

La otra gran compañía desarrolladora de videojuegos que nos gustaría destacar es Naughty Dog, concretamente por su videojuego *The Last of Us*. Lo que nos resulta más relevante de este videojuego, además de la presencia de personajes homosexuales adultos no estereotipados y cuya sexualidad no es el eje vertebrador de sus historias y trasfondos, es el diseño del personaje interpretado por la actriz de doblaje y movimiento Ashley Johnson, Ellie, una adolescente de catorce años que tiene una importancia fundamental en la trama del videojuego y que constituye el segundo personaje jugable del mismo (aunque sólo puede controlarse un breve periodo de tiempo). La complejidad del desarrollo de este personaje, así como el interés que suscitó dentro de la comunidad de videojuegos, llevó a la empresa Naughty Dog a desarrollar *Left Behind*, un DLC⁹⁵ que complementa el videojuego original y en el que se muestra la historia de amistad entre esta adolescente y su mejor amiga, Riley, de quien poco a poco Ellie va enamorándose y con la que termina por tener un romance.

En un videojuego como *The Last of Us*, cuya atmósfera postapocalíptica y su temática de supervivencia llevan a quienes juegan a un sentimiento constante de desesperación, lucha por la vida y desesperanza, la aparición de un personaje como Ellie resulta especialmente significativa. Ellie es un

⁹⁵ Consultar Anexo I: Glosario sobre videojuegos. DLC o inglés Downloadable Content, Contenido de Descarga, en castellano. Este tipo de formato hace referencia a material descargable sobre un videojuego que amplía el contenido del videojuego original a través de nuevos materiales adicionales y que se publica por separado, en ocasiones puede tratarse de una misión dentro de un juego más amplio, de objetos que ayudan a mejorar el juego principal o, como es el caso del que estamos hablando, de un pequeño videojuego que amplía la historia del videojuego principal.

personaje valioso por sí mismo en la historia que perfectamente podría ser representado bajo alguno de los estereotipos que vimos que eran comunes para los personajes femeninos en videojuegos, sin embargo, a partir de su historia y de la posibilidad que se ofrece de jugar con ella, Ellie se convierte en un personaje empoderado, con capacidad de acción y cuya personalidad resulta compleja, creíble y verosímil respecto a su situación dentro de un mundo en declive. Introducir este tipo de personajes como personajes jugables, no sólo como acompañantes o personajes con los que interactuar a través del personaje protagonista, también tiene consecuencias muy interesantes desde el punto de vista de la performatividad de género en los videojuegos pues nos permiten ponernos en su piel y convertirnos en ellos.



Imagen 16: Riley y Ellie en el DLC Left Behind de The Last of Us.⁹⁶

⁹⁶ Imagen extraída de IGN, disponible en <http://www.ign.com/articles/2014/02/19/the-significance-of-the-last-of-us-left-behind>

En este caso, Ellie es una adolescente rebelde, divertida y sensible, con una gran capacidad de resistencia a situaciones difíciles, valiente y obstinada, que se enamora de otra adolescente. En esta representación de dos personajes femeninos adolescentes, lesbianas y que mantienen un romance interracial, Naughty Dog ha mostrado haber llevado a cabo un gran esfuerzo por introducir una mayor diversidad en la industria del videojuego, a pesar del riesgo que todavía en la actualidad supone esto.

Durante los años 80 y 90 del siglo XX, las máquinas *arcade*, también conocidas como máquinas recreativas, suponían también un medio de juego muy habitual, pero actualmente resulta muy difícil encontrarlas.

Es posible que el gran aumento del mercado de videojuegos para dispositivos móviles haya sido la causa del aumento del número de videojugadoras mayores de 45 años que destacábamos anteriormente. Estos videojuegos tienen mecánicas muy accesibles y la interacción con el propio dispositivo resulta mucho menos complicada que la interacción con mandos, teclados o ratones propios de las videoconsolas o los ordenadores, lo que permite una puerta de entrada a las tecnologías mucho más accesible para estas mujeres que han experimentado una brecha digital tan importante a lo largo de las décadas anteriores. Otro actante posiblemente



Imagen 17: mando de la videoconsola Wii

implicado en este aumento de mujeres mayores de 45 años en la comunidad es el mando de la videoconsola Wii de Nintendo.

Nintendo lanzó toda una línea de videojuegos orientados a jugar en familia y a mejorar la forma física de una forma sencilla haciendo ejercicio en casa y acompañó su apuesta con el diseño de una videoconsola y unos periféricos muy sencillos de manejar para personas que no habían tenido relación anteriormente con los videojuegos. Además de su sencillo diseño, el modo en que se utiliza esta videoconsola es muy intuitivo ya que el mando

acompaña los movimientos de la mano que lo sostiene y un receptor que se sitúa generalmente sobre el televisor los recoge. El primer anuncio⁹⁷ del videojuego estrella durante el lanzamiento de esta videoconsola, *Wii Sports*, ya mostraba que Nintendo estaba tratando de ampliar su mercado al ámbito familiar, introduciendo a las personas mayores como potenciales consumidoras. En este anuncio podemos ver a un niño de unos diez años fallando una y otra vez mientras juega al golf virtual en el salón de su casa. Detrás de él están su madre y su abuelo, mirándole con ternura. La madre, al ver los continuos fallos del niño le susurra al abuelo “¡Venga, papá, ayúdale!” y el abuelo comienza a enseñar al nieto a jugar correctamente a *Wii Sports*.

El micrófono es otro de los periféricos que debemos tomar en cuenta en nuestro análisis porque representa un medio de relación directa con otros/as jugadores/as dentro del juego. Mientras las conversaciones por chat de texto dentro del juego no revelan necesariamente la identidad sexual de una persona, la utilización del micrófono en los chat de voz favorece la identificación del sexo y edad de los/as interlocutores/as a partir de su voz. Muchas mujeres han manifestado su incomodidad a la hora de utilizar este canal de comunicación por el alto nivel de acoso que sufren dentro de la comunidad de videojugadores/as.

⁹⁷ El anuncio está publicado en YouTube en <https://www.youtube.com/watch?v=NOM2dmclnNU> [Consulta: 05-2017]

Una investigación desarrollada en la Universidad de Ohio (Kuznekoff and Rose, 2013) muestra cómo las mujeres que juegan a videojuegos multijugador en los que se utiliza chat de voz son tres veces más acosadas que los hombres en las mismas condiciones. Para llevar a cabo su estudio, este equipo de investigación se centró en uno de los videojuegos más conocidos, *Halo 3*, y creó tres nombres de usuario similares, asignándolos respectivamente a una voz masculina, una voz femenina y a otro usuario que no se comunicaría por el chat de voz. Grabaron mensajes idénticos con las dos voces, la femenina y la masculina, y los reprodujeron antes del comienzo de cada partida, durante la partida y al finalizar la partida. Después de más de 80 partidas, donde se relacionaron con 1660 jugadores/as, pudieron hallar que la cuenta a la que habían asignado voz de mujer había sufrido un gran número de abusos, a pesar de contar con las mismas destrezas para el juego y reproducir las mismas frases que la cuenta asociada a la voz masculina. La cuenta que sufrió menos abusos fue la que no se relacionó a través del chat de voz.

Poder utilizar el micrófono en los videojuegos en línea es una ventaja nada despreciable a la hora de ganar o perder, relacionarse con otras personas y disfrutar del tiempo de juego. En juegos donde la colaboración con el resto del equipo para obtener un objetivo común forma parte de la diversión, no poder utilizar este periférico o utilizarlo sabiendo que las posibilidades de abuso aumentan drásticamente, desanima a muchas mujeres a utilizarlos. Pero además de perderse gran parte de la diversión, las mujeres están perdiendo la oportunidad de liderar grupos o trazar estrategias conjuntas,

de modo que pierden también la oportunidad de desarrollar todas las habilidades relacionadas con estas acciones.

La invisibilización que conlleva el permanecer en silencio es otro de los factores que favorecen el círculo de la exclusión de las mujeres en estos ámbitos:

- Se considera que los videojuegos son un ámbito para varones y que las mujeres no tienen interés en ellos, ni cuentan con las destrezas suficientes para jugar bien.
- Las mujeres comienzan a jugar en igual número que los varones, lo que genera rechazo de buena parte de la comunidad quienes comienzan a acosarlas.
- Las mujeres se hacen invisibles para protegerse a sí mismas de estos ataques, por lo que dejan de tener una presencia igualitaria en la comunidad.
- Se naturaliza que los videojuegos sean un ámbito de varones y que a las mujeres no les interesa.

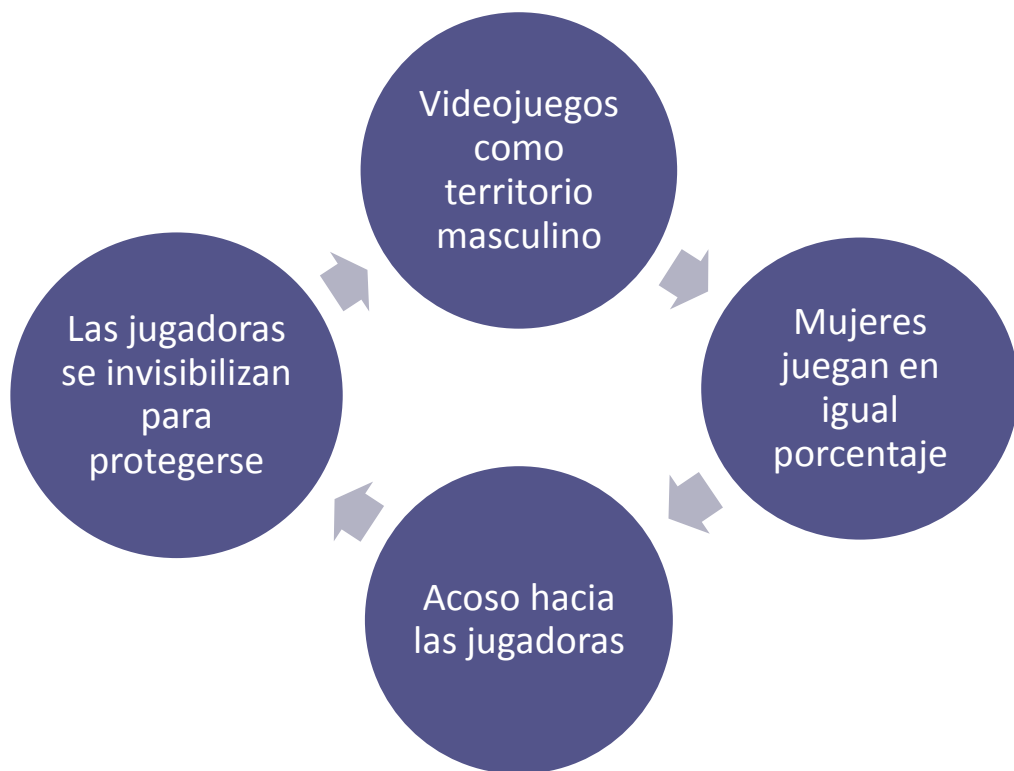


Gráfico 3: círculo de la exclusión

2. ¿CÓMO SE ADQUIERE?

Hasta hace pocos años, las tiendas físicas de videojuegos eran un espacio donde se podían adquirir videojuegos, videoconsolas, periféricos, *merchandising* y otros productos relacionados con los videojuegos a la vez que constituían un espacio de relación e intercambio de conocimiento de la comunidad de videojugadores/as. Los/as usuarios/as acudían a las tiendas en busca de videojuegos, información y consejos, allí se relacionaban con otros miembros de la comunidad y los/as vendedores/as constituían una figura de referencia. En la actualidad estas tiendas han perdido gran parte de su

importancia como actantes de la comunidad debido al auge del mercado en línea de videojuegos. Plataformas como Steam o las propias tiendas en línea de las distintas empresas (XBOX Live o PlayStation Store, por ejemplo) se han convertido en el principal medio de adquisición de videojuegos y de intercambio con la comunidad, tanto de videojuegos como de otros productos. Si queremos analizar los flujos de poder en estos espacios debemos prestar atención especialmente a la plataforma Steam. No vamos a profundizar en los aspectos económicos de esta plataforma, ni cómo se está relacionando con el resto de la industria del videojuego. En este apartado nos centraremos en analizar el papel que desempeña Steam en el contexto de la comunidad de videojuegos a nivel no profesional.

Steam es una plataforma de distribución digital, gestión digital de derechos, comunicaciones y servicios multijugador de la empresa Valve Corporation que lleva funcionando desde el año 2003 y que en la actualidad cuenta con 75 millones de cuentas activas. Hay tres factores fundamentales que pueden ayudarnos a explicar el éxito de esta plataforma: la venta de títulos a precios muy baratos comparados con el resto de plataformas y tiendas físicas (factor que se incrementa por las continuas rebajas y ofertas que lanzan periódicamente), la presencia de títulos tanto de grandes desarrolladoras como de desarrolladoras independientes y las múltiples opciones que ofrece para las relaciones dentro de su comunidad. Steam se ha planteado desde su desarrollo como una red social de videojugadores/as. Sus usuarios/as tienen un perfil personal (muy similar al de otras redes sociales como Facebook) donde pueden incluir una imagen de perfil, una frase o cita

personal y actualizaciones de estado. Pueden unirse a comunidades de usuarios/as a través de grupos de Steam, invitando a otros/as usuarios/as a unirse a su grupo de amigos/as y a jugar en modo multijugador o participando en distintos foros. Además de estas redes de intercambio de información y juego conjunto, Steam ofrece la posibilidad a sus usuarios/as de modificar y crear sus propios videojuegos. *Steamworks*, *Workshop de Steam* y *Steam Greenlight* son herramientas que permiten y animan a los/as usuarios/as y a pequeñas desarrolladoras a crear, publicitar y distribuir sus propios videojuegos. Cada una de estas tres herramientas ofrece posibilidades diferentes pero tienen en común que amplían la experiencia de jugar a un videojuego. Pongamos un ejemplo a partir de un videojuego del que ya hemos tratado en la presente investigación, de modo que nos resulte sencillo comprender cómo funciona:

Portal 2 es un videojuego de Valve Corporation que plantea dos modos de juego distintos: un modo de juego en solitario o “modo historia” y un modo de juego multijugador. En el “modo historia” el personaje protagonista es Chell, una joven sujeta de experimentos de una compañía llamada Aperture Science. La mujer tratará de escapar de las instalaciones postapocalípticas de esta compañía, para ello deberá ir resolviendo “cámaras” o puzles valiéndose de su inteligencia lógica y espacial y de una pistola de portales que es capaz de realizar orificios conectados entre sí en determinadas superficies. Estas cámaras han sido creadas por la antagonista, Glad0s, una inteligencia artificial con un sentido del humor muy peculiar y que se ha hecho muy famosa. En el modo multijugador Glad0s continúa retándote a

resolver sus “cámaras” pero esta vez podrás hacerlo con alguien de tu lista de amigos de Steam. En el modo multijugador los personajes protagonistas, en lugar de Chell, serán dos robots que tendrán que colaborar entre sí para resolver las cámaras: Atlas y P-body.

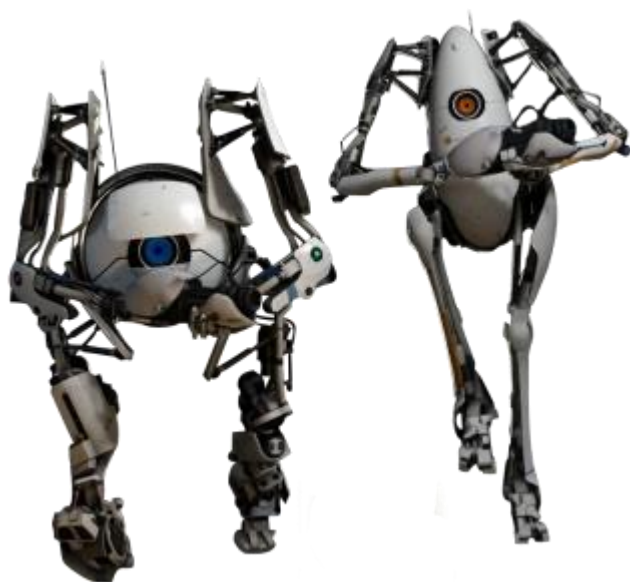


Imagen 18: Atlas y P-body

Una distribución tradicional de este tipo de videojuego habría proporcionado a sus usuarios/as un número determinado de horas de juego y una relación unilateral con el mismo, es decir, no habrían podido, al menos no por medios previstos e incentivados por la

propia compañía desarrolladora, modificar el juego ni adaptarlo a sus necesidades. Sin embargo, la herramienta *Workshop de Steam* permite a sus usuarios/as crear nuevas cámaras y compartirlas con la comunidad. En diciembre de 2014 había más de 400.000 cámaras creadas por los/as usuarios/as de este videojuego. Además, son los/as propios/as usuarios quienes regulan las creaciones, pudiendo votarlas, clasificarlas, marcarlas como favoritas y compartirlas con amigos/as. Además del *Workshop*, la comunidad generada alrededor de este videojuego tiene disponible una

serie de foros especializados, un espacio para subir sus propias capturas de pantalla o creaciones artísticas relacionadas con el juego, un espacio para retransmitir y ver retransmisiones del juego de otras personas, un canal de vídeos donde pueden compartir los suyos propios o ver los del resto, un muro de noticias sobre el juego, una sección con guías y trucos y otra con análisis.

Esta nueva forma de jugar que incluye además del propio videojuego a toda una comunidad resulta de gran interés para nuestro análisis. Son dos los aspectos fundamentales que podemos destacar:

- Al acoger a una comunidad de 75 millones de usuarios/as, está contribuyendo a visibilizar a colectivos que no se tenían en cuenta como parte de la comunidad de videojugadores/as, como es el caso de las mujeres.
- Está contribuyendo a un mayor empoderamiento de los/as usuarios/as dentro de la comunidad.
 - o En primer lugar, les ofrece la posibilidad de pasar de un rol de consumidores/as pasivos a creadores/as que pueden llegar incluso a vender sus propias creaciones en la plataforma.
 - o En segundo lugar, está generando comunidades alrededor de los distintos videojuegos que influyen de forma directa en los mismos, generando un espacio de diálogo entre estas comunidades y las desarrolladoras.

- En tercer lugar, Steam Greenlight -la herramienta que permite a las desarrolladoras independientes anunciar su videojuego a la comunidad y que sea ésta quien valore si debe o no lanzarse en Steam- está permitiendo que muchos/as desarrolladores/as amateur den el paso a la profesionalización. En diciembre de 2014 ya se habían lanzado cerca de 5000 videojuegos a través de este medio. Esto tiene una especial repercusión entre las mujeres, pues pueden pasar a formar parte de la comunidad de desarrolladores/as sin tener que atravesar los duros filtros que la industria impone. Por otro lado, está contribuyendo a que la comunidad de videojugadores/as sea quien regule parte los videojuegos producidos, ofreciéndoles un espacio de expresión y valoración del que antes carecían.
- La figura de “curator” o “mentor/a” que ha introducido recientemente Steam en su comunidad, aumenta notablemente este empoderamiento. Esta figura es clave en la regulación de contenidos de la plataforma, en la valoración de sus productos y en la generación de una comunidad activa y más abierta. En el propio concepto de *mentor/a* Steam incluye explícitamente la relación multidireccional de la industria del videojuego con otras personas afines. Según la propia plataforma, “Jugadores, fans, críticos, periodistas, desarrolladores, artistas, profesionales, administradores,

ecologistas, diseñadores y, realmente cualquiera que quiera ayudar a otros jugadores a descubrir nuevos favoritos” pueden constituirse en mentores/as. La relevancia y posición de los/as mentores/as en la comunidad depende directamente del impacto en la misma de sus críticas, comentarios y valoraciones que se traduce en número de visitas, comentarios a sus publicaciones y seguidores/as.

Este tipo de plataformas han contribuido a una mayor visibilización y empoderamiento de las mujeres dentro de la comunidad de videojugadores/as. Encontramos a un gran número de mujeres participando de forma activa en estas comunidades, no sólo como usuarias sino como artistas que muestran sus trabajos, creadoras de contenidos (modificaciones del juego, guías, análisis, vídeos) y retransmisoras de sus partidas. También las encontramos expresando su opinión en foros, comentarios y diferentes grupos. La visibilización y empoderamiento de las mujeres en el seno de la comunidad, como veremos más adelante, no ha tenido una acogida positiva por parte de muchos miembros de esta comunidad. Sin embargo, a pesar de las muchas reacciones negativas y casos de acoso a videojugadoras, su visibilización ha contribuido a que la industria tome mayor conciencia del androcentrismo imperante en el mundo de los videojuegos. Más adelante, en el capítulo 7, nos detendremos a analizar cómo ha sucedido esto y todos los actantes implicados, por el momento sólo queremos señalar cómo una plataforma dedicada a la venta de videojuegos como es Steam está funcionando como reguladora de la comunidad de videojugadores/as.

3. ¿DÓNDE SE JUEGA?

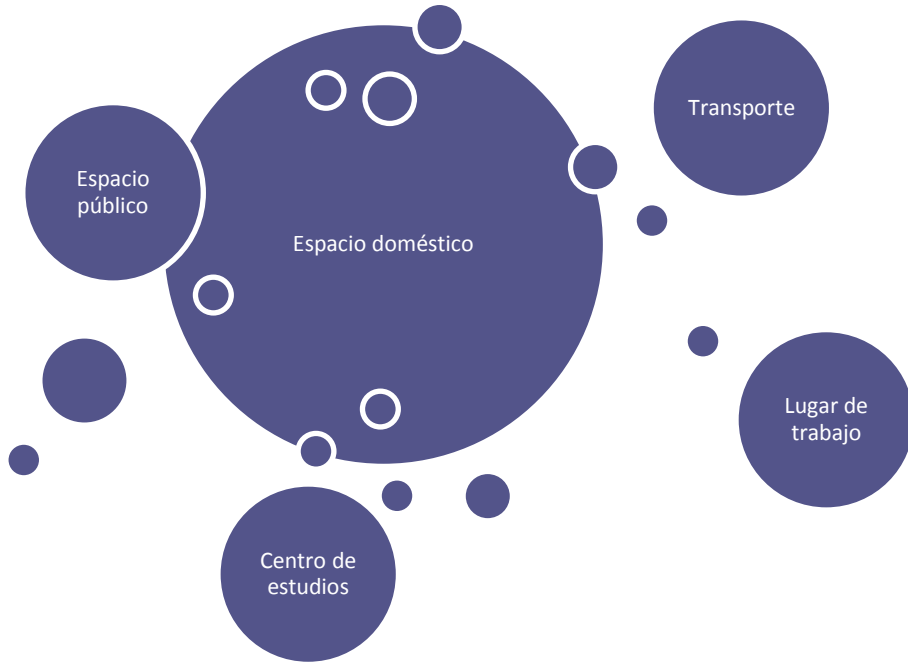


Gráfico 4: ¿Dónde se juega?

La introducción de los dispositivos portátiles en el mercado de los videojuegos y el aumento de las conexiones inalámbricas a través de redes wifi, 3G o 4G ha posibilitado que la práctica de jugar a los videojuegos haya salido del espacio doméstico para convertirse en algo habitual en el espacio público. Cada vez son más las personas que juegan a videojuegos en línea desde su lugar de trabajo o su centro de estudios, en sus trayectos en distintos medios de transporte, conectándose en bibliotecas o incluso en la calle, en las cafeterías o en restaurantes. La primera consecuencia de esto ha sido la visibilización y la consiguiente normalización que ésta conlleva de

este tipo de prácticas. La segunda consecuencia, derivada de la primera, ha sido la ampliación del número de usuarios/as.

Es importante destacar que en los últimos años hemos asistido a un considerable incremento de la introducción de videojuegos en las aulas. Como ya hemos señalado, cada vez es más frecuente que se utilicen como herramienta educativa en entornos formales de aprendizaje debido a las múltiples ventajas que presenta este medio para la motivación, el aprendizaje activo y la alfabetización digital. Un estudio de la Universidad de Málaga⁹⁸ realizó para el Ministerio de Educación y Ciencia del gobierno de España sobre videojuegos y educación aborda desde una perspectiva general esta cuestión. Las diversas investigaciones de Félix Etxeberría también son muy relevantes para constatar el estado de la educación con videojuegos en nuestro país.

El juego en el espacio doméstico suele tener lugar tanto en el salón de la casa como en la habitación. Las videoconsolas, que necesitan estar conectadas al televisor, suelen ubicarse en el salón, mientras que los ordenadores sobremesa se ubican por lo general en las habitaciones.

En el salón de las casas es donde habitualmente se da el juego social entre los miembros de una unidad doméstica (ya sean familia o simplemente compartan casa) que juegan entre sí, con sus amistades o sus parejas. En el

⁹⁸ Disponible para su consulta online en <http://ares.cnice.mec.es/informes/02/documentos/indice.htm> [Consulta: 05-2017].

diseño y la usabilidad de las videoconsolas ya está integrada esta idea del juego social en el salón de la casa o en una de las zonas comunes. Éstas permiten que dos o más personas participen al mismo tiempo a través de diversos mandos o periféricos. Entre los títulos lanzados para videoconsolas encontramos una cantidad de videojuegos “domésticos” o “familiares” para jugar en grupo. El grupo que se plantean desde el desarrollo de estos juegos como los potenciales consumidores son unidades domésticas que se corresponden con el modelo de familia occidental tradicional, heterosexual y de clase media. Estos videojuegos están pensados para una mejor experiencia cuando se juegan entre cuatro personas y contemplan generalmente que las relaciones se dan entre padre, madre y dos hijos/as. A veces también se incluye la figura del abuelo o la abuela. Los anuncios de la videoconsola Wii de Nintendo, la videoconsola que se lanzó con un diseño y una retórica explícitamente orientados al juego familiar, tienen específicamente esta orientación a un núcleo familiar tradicional. Más recientemente la compañía Nintendo ha lanzado una nueva videoconsola, la Nintendo Switch, donde el juego en grupo está planteado, desde la retórica de su publicidad y su estética, para unidades domésticas compuestas por personas de alrededor de treinta años que comparten casa y se incentiva un juego más deslocalizado del salón (se presenta la videoconsola como un dispositivo que puede trasladarse del salón de casa al baño, a la calle, al transporte público o a la Facultad, por ejemplo).



Imagen 19: Publicidad de un videojuego de la videoconsola Wii presentando un modelo de familia tradicional. Año 2008.



Imagen 20: Publicidad de la videoconsola Nintendo Switch. Año 2017.

También las videoconsolas ofrecen la posibilidad de jugar en línea con otras personas así como de juego de un/a solo/a jugador/a. Este último tipo de

juego no tiene por qué darse a solas, la figura del observador o la observadora que acompaña a quien juega es también bastante común cuando el juego se da en el salón de las casas o, en el caso de los nuevos dispositivos portátiles, en otros espacios públicos, tal y como podemos ver en el anuncio de la videoconsola Nintendo Switch en el que aparecen dos mujeres jugando en primer plano y cuatro personas observando el juego de fondo.

4. ¿CON QUIÉN SE JUEGA?

Como ya hemos tenido ocasión de analizar en profundidad, los videojuegos multijugador en línea, tanto colaborativos como competitivos, incluyen mecánicas diseñadas para que la comunidad se relacione dentro del juego. Chat escrito, chat de voz y comandos de interacción son los medios más habituales para hacerlo en este tipo de videojuegos. De este modo, los/as jugadores/as establecen relaciones entre sí, colaboran, compiten o simplemente pasan el rato juntos/as. En el capítulo 3 llevamos a cabo un análisis pormenorizado de la influencia de las mecánicas de juego en las posibilidades de relación con la comunidad donde incluíamos un análisis de cómo se dan este tipo de relaciones a partir de un análisis de caso. Nos remitimos a este capítulo para profundizar en la cuestión de las relaciones entre jugadores/as en línea.

El juego en línea no es el único que permite el juego colaborativo o competitivo entre varias personas, ya que estas modalidades de juego preexistían a la modalidad en línea. La diferencia entre ambos tipos de juego

(en línea y local) en cuanto a con quien se juega no es tan significativa como podría parecer ya que, aunque el juego en línea permite jugar con personas desconocidas, la mayoría de personas prefieren jugar con personas conocidas, amistades o familiares, aunque en ocasiones jueguen con personas desconocidas. En la encuesta que realizamos y cuyos resultados pueden encontrarse en el Anexo II, el 27,4% de personas encuestadas sólo jugaban en línea con personas conocidas frente al 0,8% que sólo jugaban con desconocidas y el 53,8% jugaba tanto con personas conocidas como desconocidas. Estas personas juegan mayoritariamente con varones (un 67,5% juega con mayoría de varones y un 12,6% juega por igual con varones y mujeres, mientras únicamente un 2,6% juega con mayoría de mujeres).

Así, el perfil mayoritario de usuarios/as en el juego en línea es el de jugadores/as que se relacionan tanto con personas conocidas como desconocidas, en su mayoría varones, y que utilizan principalmente el chat de voz o escrito para relacionarse entre sí.

5. ¿QUIÉN CREA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE LO QUE SE JUEGA?

En el presente apartado vamos a centrarnos en nueve de los grandes actantes que hemos identificado como los principales responsables de generar opinión pública sobre videojuegos. Si bien es cierto que la opinión pública sobre ellos se encuentra en gran parte condicionada por la imagen que se transmite de este medio desde la escuela, los discursos médicos o la prensa no especializada, entre otros, para nuestro propósito de análisis de la

comunidad resulta más relevante estudiar los medios propios de esta comunidad para generar opinión pública sobre su propio contenido.

Los nueve actantes que hemos identificado y que analizaremos a continuación son los siguientes: la publicidad especializada, los blogs, las revistas digitales, las redes sociales, las páginas de *streaming*⁹⁹, los grandes eventos de la industria, las figuras públicas, los foros y las webs de reseñas.

La publicidad especializada en videojuegos tiene las mismas funciones que la publicidad en otros ámbitos y de otros productos. Lo que más nos interesa de cara al análisis de la comunidad es cómo la publicidad de videojuegos ha ido evolucionando a lo largo de los años, adaptándose a las modificaciones que se han ido dando del público objetivo. En un primer momento la publicidad de videojuegos estaba orientada a un público masculino e infantil y, con los años, hemos visto cómo se han comenzado a incluir otros perfiles como las mujeres, la población adulta y la tercera edad. La mayor representación de la diversidad presente entre el público de videojuegos ha contribuido a normalizarlos como un producto de ocio cotidiano, no orientado exclusivamente a varones niños o adolescentes expertos en informática.

Actualmente está teniendo lugar un debate en el seno de la comunidad, especialmente entre las personas aficionadas a los videojuegos y la propia industria, acerca de la conveniencia de introducir publicidad dentro de los

⁹⁹ Páginas donde personas aficionadas retransmiten sus partidas de videojuegos, como la página Twitch.

videojuegos como una técnica de financiación. Ya existen algunos videojuegos de descarga gratuita que utilizan la publicidad de forma agresiva y otros, con mayor presupuesto, que utilizan lo que en marketing se denomina *product placement*, o colocación de producto, una técnica que consiste en introducir la publicidad de un producto integrada en el videojuego (carteles de publicidad de refrescos en las calles de una gran ciudad en el videojuego o camisetas con publicidad en los personajes). Esta última técnica resulta menos agresiva y preferible a la primera, la cual suele inundar con pantallas de publicidad los juegos e impide muchas veces disfrutar de ellos.

En relación a la publicidad y los videojuegos cabe destacar, para terminar, que cada vez está teniendo mayor presencia un tipo de publicidad que se denomina *advergaming*. El *advergaming* es un modelo publicitario que utiliza un videojuego para promocionar un producto.

Los blogs, las revistas digitales, los foros y las webs de reseñas y críticas son los principales responsables de la creación de opinión pública sobre los videojuegos. Muchos de estos espacios digitales están constituidos profesionalmente y administrados por empresas dedicadas al periodismo de videojuegos. Otros simplemente son espacios creados por personas aficionadas, muchas veces anónimas, que comparten sus opiniones con otras personas aficionadas. En cuanto a las revistas digitales concretamente, muchas de ellas proceden de revistas que antes se editaban solamente en papel y que poco a poco se han ido adaptando al formato en línea.

Actualmente, las páginas dedicadas a videojuegos cuentan con una gran presencia en redes sociales como Twitter o Facebook, donde comparten sus contenidos para llegar a un público más numeroso. En las redes sociales la influencia de estas páginas se mide por el número de personas que las siguen, comparten y comentan sus publicaciones. La presencia en este tipo de medios tiene como consecuencia un mayor impacto en la comunidad por varios motivos. Por un lado, las publicaciones de estas páginas llegan a más personas, por otro lado, la posibilidad de compartir publicaciones que tienen las personas aficionadas contribuye a que se “viralice” la información (que se comparta masivamente) y, en tercer lugar, los espacios dedicados a dejar comentarios en las redes sociales aglutinan a una gran cantidad de personas que intercambian opiniones.

Las figuras públicas que aparecen en los espacios digitales, redes sociales, eventos de la industria o competiciones de *e-sports* también contribuyen de una forma muy directa a crear opinión pública sobre lo que se juega y cuentan con un gran impacto en la comunidad. Algunas de estas figuras públicas son periodistas o críticas de videojuegos, otras son desarrolladoras o miembros muy reconocidos de la industria y otras, las más numerosas y con una comunidad de fans muy importante, son personas aficionadas que cuelgan su opinión en las redes sociales y que han terminado por dedicarse profesionalmente a ello. Estas personas aficionadas con gran influencia suelen contar con un canal de YouTube donde comparten sus opiniones, realizan críticas de videojuegos o se graban a sí mismas jugando y son conocidas como *youtubers*. Este es el caso de PewDiePie, un *youtuber* y

comediante sueco que se dedica a jugar a videojuegos mientras se graba y cuenta con más de 55 millones de suscripciones (personas que lo siguen) en su canal de YouTube. En España, el *youtuber* más popular dedicado a videojuegos es ElRubius y cuenta con cerca de 25 millones de suscripciones en su canal.

Finalmente, los grandes eventos de la industria como el *E3 (Electronic Entertainment Expo)*, la convención de videojuegos más grande de la industria que se celebra anualmente en California, EEUU y donde se presentan las novedades de cada año tanto en *software* como en *hardware*) contribuyen a la creación de la opinión pública sobre los videojuegos y reúnen a gran parte de la comunidad en sus localizaciones.



Mapa de actantes 5: opinión pública sobre videojuegos

6. ¿DÓNDE SE RELACIONA LA COMUNIDAD?

Como señalábamos al comienzo de la presente investigación, en el capítulo 1, la virtualidad es una de las características fundamentales de la comunidad de videojuegos por lo que no es de extrañar que las relaciones entre las personas pertenecientes a esta comunidad se den principalmente en los propios videojuegos en línea y otros espacios digitales tales como foros o redes sociales. Estos espacios están caracterizados por el anonimato y el distanciamiento en las relaciones que confiere el comunicarse a través de la barrera de la pantalla, lo que no quiere decir que no puedan establecerse relaciones cercanas.

Las características de estos espacios digitales ya han sido comentadas a lo largo de nuestra investigación (y lo seguirán siendo en el capítulo 7, como veremos más adelante), por lo que vamos a detenernos en este momento en los espacios no digitales en los que se relaciona la comunidad.

Los espacios no digitales a los que hacemos referencia son: los encuentros nacionales e internacionales dedicados al mundo del videojuego, los grandes eventos organizados por la industria entre los que contamos los eventos de *e-sports* (deportes electrónicos), las tiendas especializadas y no especializadas donde se pueden adquirir productos de *merchadising* de videojuegos, las asociaciones de videojugadores/as (que pueden estar dedicadas a un videojuego concreto o ser más generales) y otros eventos no relacionados directamente con los videojuegos en los que la presencia de

personas videojugadoras es multitudinaria, como pueden ser las convenciones de cómics o los festivales de ciencia ficción, por ejemplo.

Las características de este tipo de espacios son las siguientes:

- Constituyen un **lugar de encuentro** de la comunidad donde se reúnen grupos de amistades, personas aficionadas que se conocen a través de Internet, personas reconocidas del mundo de los videojuegos, comunidades de *fans*, etc.
- Están relacionados con la **promoción de productos**. Ferias como la *Madrid Games Week* o la *Barcelona Games World* celebradas en España y organizadas por AEVI (la Asociación Española de Videojuegos) tienen como objetivo la exposición de novedades de videojuegos y nuevas tecnologías. A este tipo de eventos acude una gran cantidad de público (en la última edición de la *Barcelona Games World* se reunieron más de 100.000 personas).
- Son espacios **orientados principalmente al consumo**. Los espacios no digitales cumplen la función, además de promocionar productos nuevos, de incitar al consumo generalizado y muchas veces impulsivo de videojuegos, *merchandising* y otros productos relacionados con ellos.
- Estos espacios cuentan también con una **función de auto-exhibición** por parte de algunas personas de la comunidad, especialmente aquellas aficionadas al *cosplay* (a disfrazarse de sus personajes de videojuegos favoritos). Cada vez son más las personas de la

comunidad que mantienen esta afición por el disfraz y cada vez cuentan con un perfil más heterogéneo, incluyendo personas de todas las edades, familias disfrazadas en grupo, etc.



Imagen 21: Familia disfrazada de los personajes de su videojuego favorito durante la Madrid Games Week 2014¹⁰⁰

- En algunos de estos espacios también predomina el factor de **compartir conocimientos y productos** de forma horizontal. El

¹⁰⁰ Imagen perteneciente a AlfaBetaJuega: <http://www.alfabetajuega.com/noticia/los-mejores-cosplays-de-la-madrid-games-week-2014-n-44248> [Consulta: 05-2017].

intercambio de videojuegos es bastante común durante las *LAN parties*, que son encuentros multitudinarios donde se reúnen personas aficionadas a la tecnología, los videojuegos y el arte digital durante varios días. La *DreamHack Winter* es la *LAN party* más grande del mundo con más de 20 años de antigüedad que se celebra dos veces al año en Suecia y reúne a cerca de 25.000 personas en cada edición. Este tipo de eventos sirve para promocionar competiciones de *e-sports* y cada año se realizan más de 10 competiciones distintas. Además, estos espacios constituyen muchas veces un lugar de encuentro de la comunidad de videojuegos con la comunidad *hacker*.

- Algunos de estos espacios no digitales se orientan a la **producción de contenidos** por parte de la propia comunidad. Eventos como las *game jams*, los *hackathon* o los laboratorios de creación están diseñados para que personas que no necesariamente se conocían previamente entre sí puedan crear juntas un videojuego. Estos espacios también se encuentran en la intersección entre la cultura del videojuego y la cultura *hacker*.

7. ¿QUIÉN CREA LO QUE SE JUEGA?

Cada vez son más las empresas desarrolladoras de videojuegos: sólo en España, según los datos de AEVI (la Asociación Española de Videojuegos), en el año 2016 había 480 empresas censadas dedicadas al desarrollo de videojuegos (AEVI, 2016).

Existen tres tipos, categorías o modelos de desarrolladoras de videojuegos. Por un lado, encontramos los de *tercera persona o terceros*, que son personas o equipos de trabajo contratados por una distribuidora para desarrollar un videojuego concreto. Por otro lado, el segundo modelo es el de *desarrolladores internos o estudios*, constituidos por grupos de trabajo más o menos grandes en función del proyecto que estén desarrollando y que pertenecen a las propias distribuidoras. Finalmente, el tercer modelo es el de *independientes o indie*, que son personas o pequeños equipos de personas que desarrollan videojuegos de forma independiente a las distribuidoras (distribuyéndolos por su propia cuenta, utilizando diversas plataformas web y redes sociales principalmente como medios publicitarios y confiando en el efecto “boca a boca”). Estas desarrolladoras llegan a un menor público y sus juegos cuentan con un menor presupuesto.

Para abordar este actante de la comunidad de videojuegos hemos elaborado tres mapas con las figuras clave en torno a las desarrolladoras.

El primer mapa es el de las empresas de videojuegos mejor valoradas en la actualidad, según la página de crítica Metacritic¹⁰¹. Estas empresas copan la mayor parte del mercado de videojuegos actualmente y están presentes en los grandes eventos de la industria.

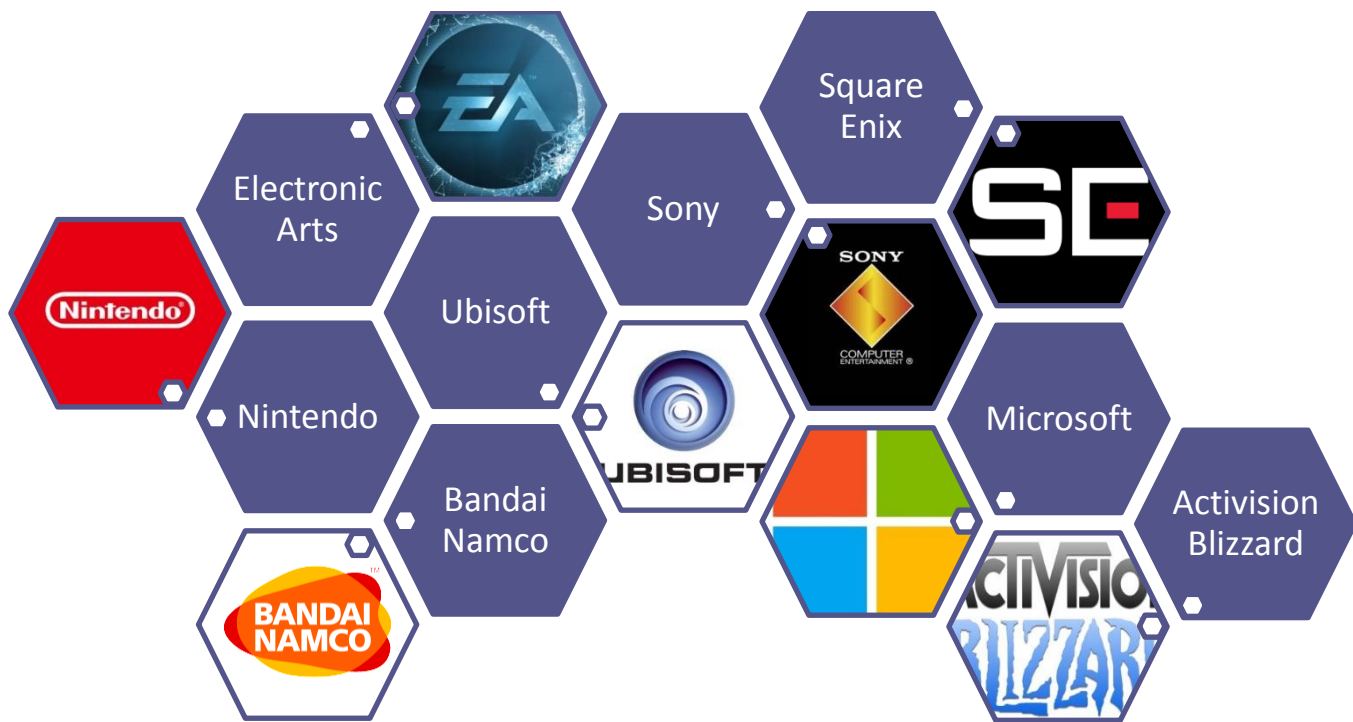
¹⁰¹ Estas empresas han sido seleccionadas por Metacritic teniendo en cuenta la calidad de los videojuegos que han producido y las notas que han recibido por parte de los medios especializados. Puede consultarse la lista en <http://www.hobbyconsolas.com/noticias/las-mejores-companias-videojuegos-2015-segun-metacritic-109846> [Consulta: 05-2017].

El segundo mapa es el de los desarrolladores de videojuegos más conocidos y con mayor impacto en la comunidad, según diversos medios digitales. Estas personas han participado en la creación de los videojuegos de mayor éxito de la historia y son internacionalmente conocidas en el seno de la comunidad. Entre ellas no se cuenta ninguna mujer. Este dato es especialmente relevante para nuestra investigación, dado que las mujeres constituyen un pequeño porcentaje de las personas que trabajan en la industria del videojuego. Se considera que constituyen únicamente un 22%, aunque no existen grandes investigaciones la asociación *Women in Games International*¹⁰² trabaja para promocionarlas y conseguir trazar una panorámica fidedigna del papel de las mujeres en la industria. En el año 2014, en España, la empresa Statista llevó a cabo un estudio donde se representaba la distribución porcentual de la personas dedicadas a la industria del videojuego español según su género no llegando las mujeres a representar el 20% de las mismas. Sin embargo, la propia AEVI no considera que este sea un problema relevante ni uno de los retos que debe asumir la industria del videojuego español por lo que ni siquiera aparece reflejado en el *Libro blanco del videojuego español* (DEV, 2016). Esta situación nos lleva a elaborar el tercer mapa.

El tercer mapa está dedicado a visibilizar a diez de las mujeres más relevantes en el panorama internacional de videojuegos, todas ellas muy

¹⁰² La web de esta asociación y sus investigaciones puede visitarse en <http://www.getwigi.com> [Consulta: 05-2017]. Esta asociación cuenta con una sede en España llamada *Women in Games ES*.

conocidas en la industria del videojuego y con un papel importante dentro de la misma, entre las que hemos incluido a dos desarrolladoras de videojuegos españolas. Con esta pequeña alusión a las desarrolladoras queremos aportar un granito de arena al reconocimiento de las mujeres de la industria, algo que resulta fundamental en la actualidad ya que si queremos comenzar a revertir el androcentrismo presente en la misma se requiere de una mayor participación de mujeres en los ámbitos de creación y desarrollo, así como en los puestos de poder y autoridad.



Mapa de actantes 6: Empresas desarrolladoras de videojuegos mejor valoradas por Metacritic en 2015.



Mapa de actantes 7: Diez de los desarrolladores de videojuegos más reconocidos de la historia.



Mapa de actantes 8: Diez desarrolladoras de videojuegos de gran influencia en la comunidad.

JADE RAYMOND

Es posible que sea una de las mujeres más conocidas mundialmente dentro de la industria del videojuego. Es productora de videojuegos y dirigió la gran compañía Ubisoft Toronto. Ha participado como productora en la creación de videojuegos de la altura de la saga de *Assassin's Creed* (2008, 2009 y 2010) y *Los Sims Online*.

RHIANNA PRATCHETT

Guionista que ha marcado un cambio en la industria de los videojuegos tanto en la calidad de las historias como en el desarrollo de los personajes femeninos. Es la responsable de dotar de personalidad a la nueva Lara Croft y de escribir guiones aclamados por la crítica como el de *Bioshock Infinite*, *Overlode* o *Mirror's Edge*.

CORRINNE YU

Programadora creadora del motor gráfico de 343 Industries para Halo 4, el estilo *cel shading* del motor del videojuego *Borderlands* y gran parte de las físicas del Unreal Engine 3.

GISELA VAQUERO

Diseñadora de videojuegos y guionista. Co-fundadora de Jellyworld Interactive, estudio de videojuegos de Barcelona centrado en el desarrollo de juegos que promuevan la igualdad y con una conciencia ética explícita.

LUZ SANCHO

Administradora única en la desarrolladora española Tequilaworks.

AMY HENNIG

Directora y guionista de videojuegos con proyectos de alto impacto como Uncharted. Ha sido nominada a los premios *Writers Guild of America Video Game Writing Award*.

YAMANE

Compositora muy conocida por sus bandas sonoras de videojuegos, especialmente por la de la serie Castlevania.

KIKI WOLFKILL

Productora ejecutiva de 343 Industries, subsidiaria de Microsoft. Es muy reconocida en la comunidad de videojuegos y una de las mayores responsables del gran éxito de la serie Halo.

PAULINA BOZEK

Productora en Sony que abrió el modelo de negocio de la compañía hacia un nuevo tipo de público, incluyendo un público más ocasional, imitando el modelo de público que perseguía Nintendo Wii.

KELLEE SANTIAGO

Co-fundadora del estudio Thatgamecompany que ha desarrollado videojuegos muy apreciados por aportar algo nuevo a la industria, haciendo gala de una gran sensibilidad y un tratamiento estético novedoso y muy cuidado, como son Flow, Flower y Journey.

CAPÍTULO 7. GAMERGATE Y EL FEMINISMO EN LOS VIDEOJUEGOS

Ya hemos podido establecer cuáles son los actantes fundamentales de esta comunidad y hemos trazado un mapa de sus flujos relacionales, lo que nos ha permitido vislumbrar con mayor claridad cómo está constituida. Sin embargo, la lectura desde el punto de vista de las relaciones de género que se dan en ella no está del todo concluida. Para finalizar la presente investigación, debemos prestar atención a la situación actual de las relaciones de género en la comunidad de videojuegos, deteniéndonos en uno de los fenómenos recientes que han resultado de mayor relevancia para la comunidad y que han generado una mayor polémica en ella. Este fenómeno del que hablamos es conocido como *GamerGate*, nombre que recibe del *hashtag* o etiqueta de la red social Twitter #GamerGate.

Este movimiento fue iniciado en agosto de 2014 y, supuestamente, su propósito era salvaguardar la ética periodística en los videojuegos y evitar casos de corrupción, pero muy rápidamente se convirtió en un movimiento de acoso y violencia contra las mujeres en el mundo de los videojuegos, especialmente intenso contra aquellas que públicamente llevaban a cabo críticas feministas sobre videojuegos, destacando el sexismo inherente a los mismos. Actualmente, este movimiento continúa vigente y resulta de especial relevancia para terminar de comprender cómo está constituida la comunidad de videojuegos y cuáles son las complejas relaciones de poder que se establecen en su seno entre los distintos actantes, entre los que incluimos tanto a las grandes empresas como a las personas que juegan y

opinan en redes sociales, entre otros muchos actantes más que trataremos de exponer en nuestro análisis.

Vamos a examinar este fenómeno del *GamerGate* a partir de su historia, para más adelante tratar de ofrecer una perspectiva clarificadora sobre el estado actual de la cuestión. Para narrar la crónica del *GamerGate* hemos tenido que llevar a cabo un rastreo en la red de los artículos más relevantes sobre la cuestión, así como de los lugares donde este fenómeno ha nacido y se ha expandido. Por ello esta crónica cuenta con una perspectiva un tanto peculiar que nos lleva a relatar ciertos acontecimientos en relación no sólo a quiénes son sus protagonistas, sino a los espacios digitales donde se dan y cuáles son las características concretas de estos espacios. La crónica del *GamerGate* es una crónica de un fenómeno enteramente digital que ha salpicado al más acá de la pantalla, pero que principalmente tiene lugar en las autopistas de *Telépolis*. En nuestro relato vamos a seguir principalmente tres artículos y sitios webs que recogen los grandes acontecimientos que han marcado este movimiento misógino: el primero de ellos es un sitio web¹⁰³ donde se recoge una línea temporal de los acontecimientos principales a través de una webgrafía elaborada desde el punto de vista de un partidario del *GamerGate*. El segundo sitio que hemos utilizado para establecer nuestra crónica particular es la web del periódico digital *The*

¹⁰³ Más información en: [http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/336432/The-GamerGate-Chronicles/#vars!date=2014-10-14 21:21:30!](http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/336432/The-GamerGate-Chronicles/#vars!date=2014-10-14%2021:21:30!)

*Washington Post*¹⁰⁴ donde elaboraron una guía del *GamerGate* en octubre de 2014 sobre los acontecimientos más relevantes hasta esa fecha. Finalmente, hemos revisado la web del periódico digital *Business Insider*¹⁰⁵ donde en febrero de 2017 publicaron los archivos del FBI en relación a las amenazas de muerte que han recibido las víctimas del *GamerGate*.

Las características de este movimiento o fenómeno social nos han llevado a adoptar una metodología de trabajo e investigación adaptada a ellas. Como decíamos, la virtualidad del fenómeno nos ha hecho rastrear lugares digitales, más que personajes relevantes. En este rastreo hemos conseguido trazar un mapa o, dicho de otra manera, una topografía digital del *GamerGate*, que expondremos a continuación. En la búsqueda de protagonistas de este movimiento, hemos encontrado que las figuras destacadas con nombres y apellidos son las víctimas del acoso, ya que las personas que acosan o han acosado a estas mujeres permanecen en el más absoluto anonimato. No hay nombres propios en esta historia de violencia contra las mujeres, a pesar de las denuncias e investigaciones policiales abiertas. Este dato resulta absolutamente relevante para comprender también la naturaleza del fenómeno del *GamerGate*, la composición de la comunidad de videojuegos y la impunidad con la que cuentan quienes se

¹⁰⁴ Más información en: https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/10/14/the-only-guide-to-gamergate-you-will-ever-need-to-read/?utm_term=.2d4f642fca37

¹⁰⁵ Más información en: <http://www.businessinsider.com/gamergate-fbi-file-2017-2?r=UK&IR=T/#october-11-2014-a-victim-in-arlington-massachusetts-probably-brianna-wu-was-doxxed-after-her-address-was-made-public-several-death-threats-followed-the-fbi-agent-writes-2>

adhieren a estas prácticas de acoso en la red, así como la desprotección y vulnerabilidad de las víctimas, quienes no encuentran un apoyo real, ni una protección, ni por parte de las autoridades policiales o jurídicas de sus países, ni de la propia comunidad de videojuegos.

1. TOPOGRAFÍA DIGITAL DEL *GAMERGATE*

Ciertamente, si consideramos el *GamerGate* como un movimiento de acoso hacia las mujeres en la comunidad de los videojuegos, sería lógico pensar que es en los propios videojuegos donde este acoso tiene lugar principalmente. Pero esto no es así. Aunque en los videojuegos puede existir acoso hacia las mujeres, no podemos hablar de que este acoso forme parte del *GamerGate*, sino que es preexistente al mismo y que, en todo caso, se puede ver reforzado por él. Una de las características fundamentales que pueden ayudarnos a comprender el *GamerGate* es que tiene lugar en el espacio público de la comunidad, que está constituido principalmente por los foros digitales, las webs especializadas, las redes sociales y las plataformas de distribución en línea. Antes de pasar al análisis del *GamerGate*, como adelantábamos, se hace necesario conocer cuáles son estos espacios digitales donde ha tenido y continúa teniendo lugar este movimiento. A continuación, vamos a repasar cuáles son estos espacios y sus características de modo que nos permita comprender en mayor profundidad su naturaleza.

Twitter – www.twitter.com

Es una red social en Internet fundada en 2006 en California (EEUU) que en la actualidad cuenta con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo. En esta red social las personas se comunican a través de *tweets*, o mensajes breves de texto de máximo 140 caracteres. Los usuarios pueden “seguirse” entre sí suscribiéndose al perfil de otros, lo que hace que reciban en su página de inicio sus *tweets*. Las cuentas que tienen muchos seguidores (se pueden acumular millones de seguidores) se consideran *influencers*, es decir, usuarios con capacidad para generar opinión sobre una temática determinada. Entre los usuarios de esta red social se encuentra un buen número de estrellas de Hollywood, periodistas, escritores y escritoras, cantantes, etc. Pero no todas las cuentas de usuario o perfiles pertenecen a seres humanos. Las grandes empresas también tienen una gran presencia en esta red social, así como los periódicos, revistas o canales de televisión.

Existen cientos de perfiles relacionados con los videojuegos, ya sea de usuarios que elaboran críticas, revistas digitales, desarrolladoras, personas aficionadas o videojuegos en sí (muchos videojuegos tienen perfiles en esta red social donde publican noticias, trucos, ofertas, etc.). En los comentarios de los *tweets* de estas cuentas se desarrollan debates entre otros usuarios o seguidores de dichas cuentas.

El *hashtag* #GamerGate pertenece a esta red social y fue lanzado por primera vez por el actor Adam Baldwin en su perfil.

YouTube – www.youtube.com

Es un sitio web dedicado a compartir vídeos que fue fundado en el año 2005. En esta web los usuarios pueden subir vídeos o reproducir los de otros

usuarios, comentarlos y valorarlos con un sistema muy sencillo (pulgar arriba o pulgar abajo para indicar si un vídeo le ha gustado o no).

Los usuarios de YouTube tienen un canal propio donde suben sus vídeos, los pueden clasificar por temáticas y listas de reproducción. Al igual que sucede con Twitter, en YouTube no todos los usuarios son seres humanos, sino que muchas empresas y otros profesionales tienen un canal que utilizan para promocionarse.

En cuanto a la comunidad de videojuegos, YouTube es una plataforma muy popular donde las personas comparten información, tutoriales, trucos, etc. Existen dos tipos de vídeos que son los más populares entre esta comunidad, a saber, los *walkthrough* y los *gameplays*.

Los *walkthrough* son vídeo-tutoriales grabados por los propios usuarios que comparten trucos del videojuego y sirven como guía para usuarios novatos o que se han atascado en algún punto del juego.

Los *gameplays* son vídeos creados por usuarios que se graban jugando a videojuegos, a veces en grupo, mientras los comentan. Generalmente estos vídeos se graban para mostrar a otras personas cómo es un videojuego, qué características tiene, cómo se juega, etc. Existe una tipología de *gameplays* conocida popularmente como *Let's play* que está creada como una retransmisión en muchas ocasiones con un tono de humor, mientras que en otras se graban con la intención de elaborar una crítica sobre el videojuego. Actualmente existen cientos de usuarios que graban y comparten *gameplays* del tipo *Let's play* y algunos de ellos han cobrado una gran notoriedad en la comunidad de videojuegos gracias a sus vídeos de

YouTube, llegando incluso a convertir esta actividad en su profesión principal. Un fenómeno bastante común que se ha generado a partir de esta plataforma es el de personas que no tienen capacidad adquisitiva para comprar videojuegos y que satisfacen su afición a los mismos a partir de este tipo de vídeos de YouTube.

Los mayores debates en esta plataforma tienen lugar en los comentarios de los vídeos que se comparten, pero también es bastante habitual que las personas se respondan entre sí o participen en determinadas controversias a través de vídeos grabados específicamente para ello. En el caso del *GamerGate* podemos encontrar más de 100.000 vídeos en castellano clasificados con esta etiqueta.

4Chan - <http://www.4chan.org/>

Es un tablón de imágenes en inglés creado por un adolescente de quince años llamado Christopher Poole en el año 2003. Este sitio web funciona como un foro donde subir imágenes y comentarios de forma anónima. El anonimato, unido a la libertad que ofrece la moderación del sitio, ha provocado que las publicaciones que se encuentran en 4chan muchas veces rocen la ilegalidad, cuando no son ya ilegales en muchos países. Se ha vinculado la comunidad de 4chan con *Anonymous*, el movimiento hacker y la defensa de la libertad de expresión, entre otros movimientos activistas de Internet.

Fue en esta comunidad donde comenzaron a gestarse los primeros ataques a mujeres del *GamerGate*. Cuando los posts de este tablón relacionados con ataques a mujeres en relación al *GamerGate* fueron borrados por los

administradores, por incumplir las normas de la comunidad, los usuarios se trasladaron multitudinariamente a 8Chan acusando de censura a la administración de este tablón.

Reddit - <https://www.reddit.com/>

Es un sitio web de marcadores sociales donde los usuarios comparten enlaces a diversos contenidos web. La propia comunidad modera su contenido a través de un sistema de valoraciones positivas y negativas. La organización de la web cuenta con una serie de subsecciones de diferente temática a las que se denomina *subreddit*. En estas subsecciones ha tenido lugar gran parte de los debates acerca del *GamerGate* desde sus inicios hasta la actualidad. En determinado momento, algunos de estos *subreddit* fueron eliminados por lo que ciertos usuarios abandonaron la plataforma y se mudaron a 8Chan.

8Chan o InfiniteChan - <https://8ch.net/>

Es un tablón de imágenes en inglés que funciona de manera muy similar a 4Chan. En él se continuaron gestando los ataques en relación al *GamerGate* después de que los usuarios abandonaran 4Chan y Reddit.

IRC (Internet Relay Chat)

Es un chat basado en un protocolo de comunicación a tiempo real al que los usuarios se conectan a través de una aplicación cliente (paquete de *software* que funciona sobre el propio sistema operativo). Se organiza a través de chats privados entre dos usuarios y a través de los denominados “canales de IRC” donde participan múltiples usuarios. Este sistema de comunicación

lleva activo en Internet desde finales de los años 80 y ha sido utilizado ampliamente en el *GamerGate* para organizar ataques y acciones de acoso en línea a mujeres en el mundo de los videojuegos.

Webs especializadas

Las webs especializadas en crítica de videojuegos forman parte de los lugares clave donde ha tenido lugar la mayoría de debates entre personas partidarias y detractoras del *GamerGate*. Algunas de ellas, como Kotaku¹⁰⁶, Gamasutra¹⁰⁷ o IGN¹⁰⁸, han protagonizado acontecimientos importantes en el desarrollo de este movimiento.

Steam - <http://store.steampowered.com/>

Steam es una plataforma de venta de videojuegos en línea que, además, acoge una comunidad de usuarios que elaboran críticas, puntúan videojuegos y comparten información. En el capítulo 6 de la presente investigación hemos desarrollado en profundidad la influencia de Steam en la comunidad.

Feminist Frequency - <https://feministfrequency.com/>

Página web creada por Anita Sarkeesian para dar difusión a su proyecto de crítica cultural desde una perspectiva feminista centrada principalmente en los videojuegos. Además de la página web, *Feminist Frequency* cuenta con

¹⁰⁶ <http://kotaku.com/>

¹⁰⁷ <http://www.gamasutra.com/>

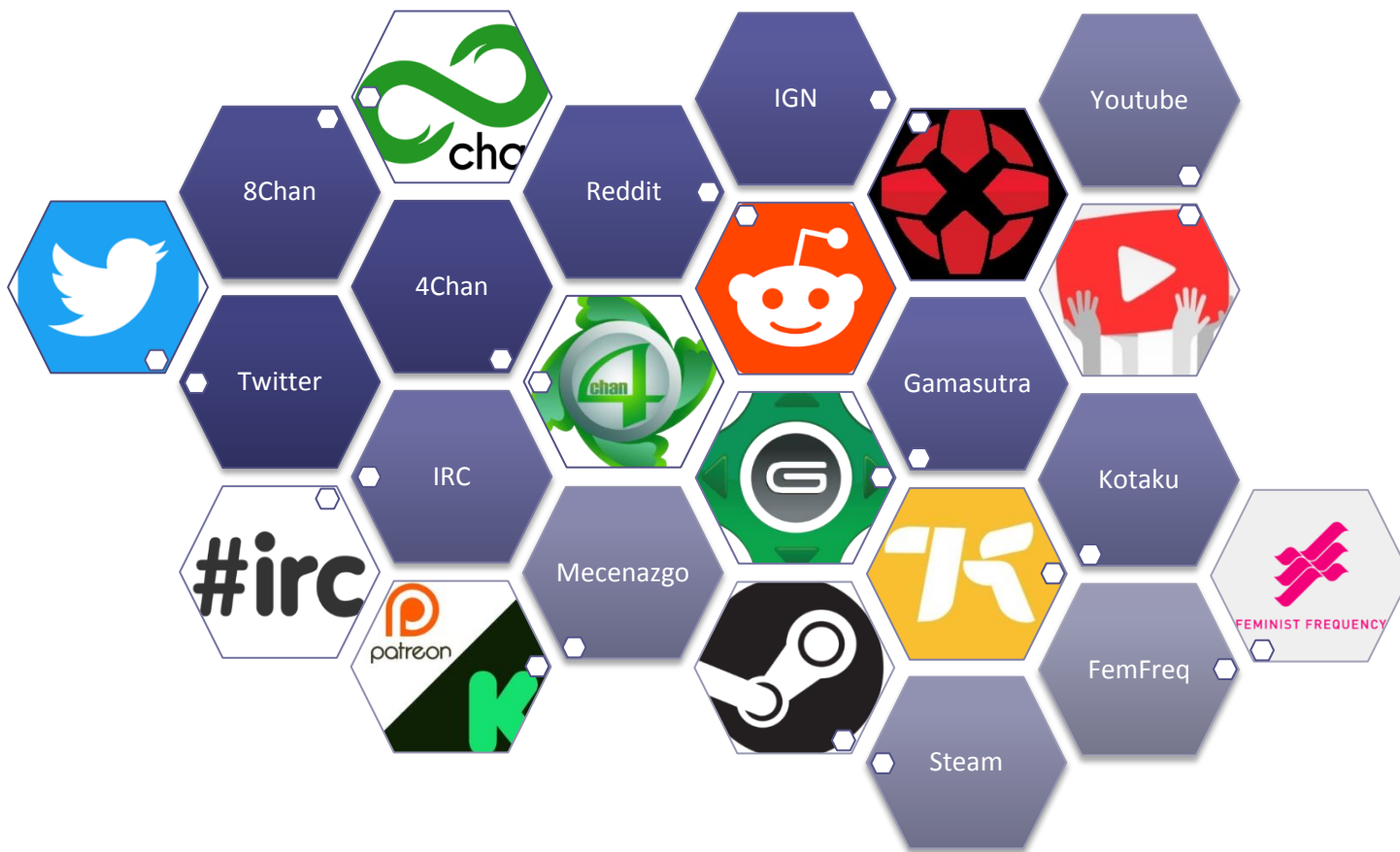
¹⁰⁸ www.ign.com

un perfil en Twitter y en la red social Facebook, así como con un canal de YouTube.

Plataformas de mecenazgo colectivo: Patreon y Kickstarter -

<https://www.patreon.com/> y <https://www.kickstarter.com/>

Las plataformas en línea de mecenazgo colectivo pertenecen a la historia más reciente de Internet, pues alcanzaron su máxima popularidad alrededor del año 2013. Fue en ese año cuando lanzaron la plataforma web Patreon en la que personas dedicadas a la creación artística y la producción cultural (música, webcomics, novelas gráficas, retransmisiones en línea a través de YouTube, videojuegos, etc.) pueden compartir sus creaciones con sus mecenas personales, otras personas que deciden realizar pequeñas aportaciones económicas a artistas a través de la web para que continúen con su producción. Kickstarter es otra plataforma en línea dedicada al mecenazgo colectivo de artistas (música, cine, comic, videojuegos, etc.) que funciona a partir del apoyo a proyectos concretos. Ambas plataformas han estado involucradas en el *GamerGate*.



Mapa de actantes 9: Topografía digital del GamerGate

2. ORIGEN E HISTORIA DEL GAMERGATE

2.1. ÉTICA PERIODÍSTICA Y EL CASO DE ZOË QUINN

En 2013 la desarrolladora de videojuegos Zoë Quinn lanzó el videojuego *Depression Quest* junto a sus compañeros Patrick Lindsey e Isaac Schankler. Este videojuego consiguió introducirse en la plataforma *Greenlight* de Steam, llegando así a un público más amplio. En el videojuego se narra la historia de una persona que sufre depresión y está orientado a ayudar a las personas que lo juegan a comprender mejor los procesos depresivos. Es importante destacar que el modelo de negocio de este videojuego se basa en el “paga lo que quieras”, pudiéndose descargar también de manera gratuita, y que parte de los beneficios del mismo van a una organización estatal estadounidense dedicada a la prevención del suicidio (la National Suicide Prevention Lifeline).

Tras la publicación del videojuego en Steam, Zoë Quinn comenzó a recibir mensajes de acoso por parte de usuarios de 4chan, Steam y Reddit. Estos usuarios, acosaban a Quinn alegando que *Depression Quest* no era verdaderamente un videojuego y que una mujer no podía saber lo que era realmente la depresión. A la vez que esto sucedía, la ex pareja de Quinn, Eron Gjoni, publicó en un blog contenidos sobre la vida sentimental de Quinn acusándola de mantener relaciones con miembros de la prensa de videojuegos con el fin de obtener buenas críticas para su propio videojuego, concretamente con Nathan Grayson de la web especializada Kotaku. A partir de ese momento, el acoso hacia Quinn se intensificó y las amenazas de

muerte y violación fueron cada vez más numerosas y alarmantes. Utilizando técnicas de *doxing*¹⁰⁹, colgaron los datos personales de Quinn en diversos lugares públicos, principalmente en los ya mencionados, obligando a Quinn a mudarse a casa de familiares y amistades cada cierto tiempo por miedo a que se hicieran efectivas las amenazas.

A partir de la controversia y el acoso a Quinn, el actor Alan Baldwin publicó ciertos vídeos en Twitter y en su proceso creó el *hashtag* o etiqueta #GamerGate, que ha sido y sigue siendo utilizada tanto para hablar de ética periodística en videojuegos como para acosar a mujeres que aparecen en el espacio público de los videojuegos como figuras relevantes. El caso de Quinn ha ido interpretado en ambos sentidos. Por un lado, se le ha dado credibilidad a Eron Gjoni sobre las prácticas sexuales de Quinn y su interés en publicitar su videojuego, lo que ha abierto un debate mucho más amplio sobre la ética de la prensa de videojuegos que incluye los pagos a periodistas por obtener buenas críticas por parte de las grandes empresas y las relaciones personales entre periodistas y personas dedicadas al desarrollo de videojuegos, entre otras.

Con el tiempo, desde el año 2014 hasta el 2017 se ha ido difuminando esta crítica a la prensa de videojuegos y ha ido quedando patente el carácter misógino de este movimiento, algo que, aunque estaba bastante claro en 2014 dado el carácter de las críticas y el acoso exacerbado hacia Quinn, no

¹⁰⁹ Es un neologismo que refiere a una práctica en Internet de investigar y colgar información privada de otras personas en páginas webs públicas.

ha quedado manifiesto hasta constatarlo con los acontecimientos ulteriores. Cabe destacar, en relación a la ética en el periodismo de videojuegos, que aunque sí ha habido intensos debates en torno a ella en la comunidad, las grandes compañías que lanzan videojuegos “triple A” y que copan las listas de ventas, así como las mejores críticas (muchas veces injustificadas), no han sido el principal objeto de ataque y acoso, sino más bien las desarrolladoras independientes y mujeres dedicadas a la crítica cultural de videojuegos como Anita Sarkeesian, cuyo caso veremos a continuación.

2.2. COMIENZA EL ACOSO HACIA LAS MUJERES: ANITA SARKEESIAN, BRIANNA WU Y FELICIA DAY

Anita Sarkeesian se dedica a la crítica cultural en torno a la cultura contemporánea. En el año 2012 lanzó una campaña de Kickstarter con un proyecto sobre feminismo y videojuegos. En su campaña pretendía recaudar 3000\$ para desarrollar una serie de vídeos sobre el sexismo en los videojuegos a partir del análisis del tropo “damisela en apuros” y que publicaría en su web *Feminist Frequency* así como en su canal de YouTube¹¹⁰. La campaña fue tan exitosa que acabó por recaudar 158.922\$ lo que hizo que cobrara una gran notoriedad entre la comunidad de videojuegos. En aquel momento Sarkeesian recibió fuertes críticas por parte de personas que se declaraban antifeministas y que consideraban que la industria del videojuego no debía cambiar. Las críticas se fueron

¹¹⁰ El canal de YouTube de Feminist Frequency se puede visitar aquí: <https://www.youtube.com/user/feministfrequency> [Consulta: 05/17].

incrementando a lo largo del año 2013, llegando a recibir cada vez más amenazas y acoso, hasta que en el año 2014, junto a la polémica sobre Quinn y el nacimiento del *GamerGate*, las amenazas se intensificaron obligándola a abandonar su casa en varias ocasiones. En estos momentos fue cuando se abrió la investigación del caso por parte del FBI. En ese mismo año Sarkeesian recibió el premio *Ambassador* de los *Game Developers Choice Awards*, un premio que reconoce el mérito de un individuo que ha ayudado a mejorar la industria del videojuego. En la ceremonia de entrega del premio hubo una amenaza de bomba si Anita Sarkeesian salía a recogerlo, lo que obligó a desalojar parte de las instalaciones y poner en alerta a la policía de San Francisco, quienes investigaron el origen de la amenaza. También en 2014, un acontecimiento similar tuvo lugar cuando Sarkeesian fue a impartir una conferencia a la Universidad de Utah, donde recibieron una amenaza terrorista con organizar “el tiroteo escolar más mortífero de la historia americana”¹¹¹, añadiendo que “si no se cancela la charla, va a llevarse a cabo un ataque al estilo de la *Masacre de Montreal* contra las personas que asistan, los estudiantes y el personal del Centro de las Mujeres”¹¹². La charla tuvo que ser cancelada porque la policía se negó, de acuerdo a la ley de Utah, a impedir que se accediera con armas al edificio.

¹¹¹ Fuente: <https://www.polygon.com/2014/10/14/6979071/utah-state-university-anita-sarkeesian-threats> [Consulta: 05/17].

¹¹² Fuente: <https://www.polygon.com/2014/10/14/6979071/utah-state-university-anita-sarkeesian-threats> [Consulta: 05/17]. La Masacre de Montreal se llevó a cabo contra feministas en una escuela politécnica en Canadá en 1989, donde Marc Lépine asesinó a 14 mujeres y 4 hombres antes de cometer suicidio en nombre de la lucha contra el feminismo.

Zoë Quinn y Anita Sarkeesian no han sido las únicas mujeres relacionadas con la industria del videojuego que han sido acosadas en Internet por personas partidarias del *GamerGate*. Otros dos casos destacables son los de Brianna Wu, desarrolladora de videojuegos, y Felicia Day, actriz relacionada con el mundo de los videojuegos por su colaboración con EA/Bioware y su videojuego *Dragon Age* (del que Felicia Day produce una webserie). Ambas fueron sometidas a prácticas de *doxing* y acoso en la red. En el caso de Brianna Wu, usuarios de 8-chan partidarios del *GamerGate* publicaron su información personal, incluyendo la dirección de su vivienda, lo que ocasionó que comenzara a recibir amenazas multitudinarias de asesinato y violación, por lo que la desarrolladora se vio obligada a abandonar su casa e irse a vivir con familiares y amigos. En Twitter crearon un perfil llamado “Death to Brianna” (Muerte a Brianna, cuenta de Twitter que actualmente ha desaparecido) donde constantemente la amenazaban de muerte a ella y a sus hijos. Estas amenazas cada vez se fueron haciendo más explícitas y concretas (hablando de mutilaciones, violaciones, etc.). Después de los ataques, comenzó junto a su familia una campaña para financiar los gastos judiciales de mujeres afectadas por el *GamerGate*.

Jennifer Helen Allaway, diseñadora de videojuegos e investigadora en Sociología, ha sido otra de las víctimas de acoso del *GamerGate*. Allaway llevaba a cabo una investigación sobre feminismo y videojuegos cuando un grupo de 8Chan descubrió a qué se dedicaba y decidió boicotear su investigación, a través de amenazas, insultos y vejaciones que dejaban en un formulario en línea que ella utilizaba para recopilar datos sobre

desarrolladores/as de videojuegos¹¹³. La propia investigadora ha escrito sobre este movimiento, analizándolo como un grupo de odio que ha camuflado su antifeminismo y su rechazo a los cambios en la representación del universo simbólico de los videojuegos con un interés en defender la ética periodística. Según el análisis de Allaway, las redes sociales y especialmente las webs de 4Chan y 8Chan han cumplido un papel sumamente importante en la formación y consolidación de las personas partidarias del *GamerGate* como un grupo de odio, tal y como vamos a mostrar a continuación.

2.3. EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES, 4CHAN Y 8CHAN EN EL GAMERGATE

El papel principal que podemos atribuir a estos espacios digitales es el de organización del movimiento. Como decíamos, Allaway señala que han desempeñado un papel de suma importancia en esta organización y lo analiza siguiendo el modelo de Linda Woolf y Michale Hulsizer sobre la construcción de grupos de odio (Woolf y Hulsizer, 2004). En el proceso de construcción de grupos de odio, la investigación de Woolf y Hulsizer señala cuatro aspectos fundamentales: el liderazgo, el reclutamiento, las técnicas socio-psicológicas y la deshumanización. Allaway encuentra estas cuatro técnicas presentes en el movimiento *GamerGate* y señala las webs de 4Chan y 8Chan como los enclaves donde se gestan.

¹¹³ Más información en: <http://jezebel.com/gamergate-trolls-arent-ethics-crusaders-theyre-a-hate-1644984010> [Consulta: 05/2017].

Por un lado, el liderazgo en este movimiento resulta difuso y se distribuye de forma horizontal entre los participantes de los paneles de 4Chan y 8Chan, a pesar de que en un principio parecía estar liderado por Eron Gjoni (la ex pareja de Quinn) y más adelante por Baldwin. Estos paneles sirven, además de para organizar el movimiento, para reclutar nuevos miembros a partir de la difusión ideológica, la retórica de guerra entre amigos-enemigos y la defensa de una identidad construida en oposición a quienes consideran la alteridad (“las feministas” o “los guerreros de la justicia social”, aquellas personas que quieren arrebatarnos su afición tal y como la conocen o que están desmereciéndola).

Por otro lado, el anonimato que confiere Internet a sus usuarios ha contribuido a una percepción del movimiento como mucho mayor de lo que realmente es, ya que la multiplicación de cuentas fantasma (cuentas creadas por un mismo usuario) resulta muy sencilla y se utiliza de forma muy habitual para movilizar a las masas en la red. Una misma persona puede estar produciendo la sensación de que decenas de participantes coinciden con su opinión y apoyan determinada acción del movimiento, lo que genera una presión social mayor y anima a otras personas a unirse a esta acción. Existe una técnica, que se ha utilizado en múltiples ocasiones en relación a las acciones de acoso del *GamerGate*, que consiste en enviar masivamente emails desde cuentas falsas para conseguir llamar la atención de un medio de comunicación, una empresa o del propio gobierno. Esta técnica está

relacionada con el *Astrourfing*¹¹⁴, un término que hace referencia a campañas de propaganda que tratan de disfrazar las acciones de un colectivo, marca comercial, entidad política, etc. como una acción espontánea nacida del público general. En estas campañas un número reducido de individuos emprende acciones en la red a través de la creación de cuentas falsas, dando la impresión de ser una multitud de individuos procedentes de diversos estratos sociales, lo que da más credibilidad a sus acciones y provoca que más personas se unan a ellas. En torno al *GamerGate* las acciones de *Astrourfing* han afectado directamente a la industria del videojuego, así como a la prensa y otras entidades relacionadas con esta cuestión. Estas acciones se han organizado tanto en 4Chan como en 8Chan, Reddit o en IRC, siendo este último el canal de comunicación directa entre los organizadores. Uno de los casos más representativos fue la retirada de toda la publicidad de la empresa Intel en la web Gamasutra, una web de difusión de noticias y artículos en torno a los videojuegos, originalmente orientada a desarrolladores/as pero que actualmente llega al gran público. Esta web publicó varios artículos con contenido feminista, lo que llamó la atención de partidarios del *GamerGate* quienes comenzaron a invadir los comentarios de las noticias y los artículos con insultos y vejaciones. A finales de agosto de 2014 Leigh Alexander, periodista de videojuegos y escritora sobre la cultura del videojuego, publicó un artículo¹¹⁵

¹¹⁴ El término anglosajón proviene de Astrourf, una marca de césped sintético que puede pasar por césped natural.

¹¹⁵ El artículo puede leerse aquí: <https://goo.gl/QtXDj1> [Consulta: 05/2017].

pesimista sobre la situación de la comunidad de videojuegos lo que sirvió como pretexto para comenzar las acciones de *Astrourfing* contra Gamasutra, con centenares de emails enviados a Intel para que retirara la publicidad de esta web. La periodista sufrió también acoso en la red debido a este y otros artículos, al igual que otras de sus compañeras escritoras y críticas de videojuegos como Jenn Frank, Emily Gera o Cara Ellison. Intel volvió a contratar la publicidad en Gamasutra pasado un mes, después de que hubiera una respuesta masiva en las redes sociales ante su retirada y, para mostrar su rechazo a las acciones misóginas del *GamerGate* anunció poco después en la feria CES (siglas para *Consumer Electronics Show*) un nuevo programa de inversión de 250 millones de euros para promocionar la mayor presencia de mujeres en el sector tecnológico.

Finalmente, cabe destacar que las técnicas de deshumanización han sido centrales en este movimiento. Se han encontrado registros de chat de IRC de usuarios de 4Chan donde se debate sobre la conveniencia o no de hacer que alguna mujer perteneciente a la industria del videojuego se suicide. El caso de Zoë Quinn fue especialmente llamativo y puede leerse todavía el registro del chat¹¹⁶ donde se discute sobre cómo van a actuar para acosarla. Los usuarios de este chat se plantean la conveniencia de presionarla hasta que se suicide utilizando una retórica de guerra y de deshumanización de Quinn. La cuestión de la ética en el periodismo de videojuegos aparece

¹¹⁶ Registro del chat donde se debate sobre las técnicas de acoso a Zoë Quinn <http://puu.sh/boAEC/f072f259b6.txt> [Consulta: 05/2017].

señalada anecdóticamente en esta conversación, lo que muestra una vez más que esta cuestión no es más que la base que sirve de apoyo a un conjunto de conductas de acoso a mujeres por el hecho de ser mujeres en la industria del videojuego.

2.4. LA GUERRA DE WIKIPEDIA

Wikipedia¹¹⁷ es una enciclopedia en línea de contenido libre que se edita por personas voluntarias de forma colaborativa y que cuenta con revisiones por parte de toda la comunidad. Es administrada por la Fundación Wikimedia.

Esta enciclopedia constituye actualmente una de las principales fuentes de información libre y gratuita en Internet. El control de los contenidos de Wikipedia, por tanto, resulta de especial relevancia para la comunidad dado que contribuye a regular la opinión pública y el conocimiento popular sobre los diversos temas que en ella se tratan. Esto ha llevado a que las entradas de Wikipedia sobre el *GamerGate* y las mujeres involucradas principalmente en el mismo hayan sido objeto de ataques y guerras de edición. Desde el comienzo del *GamerGate* en 2014 las páginas de Anita Sarkeesian y Zoë Quinn fueron editadas por partidarios del *GamerGate*, introduciendo información sesgada y ofensiva hacia ellas. En aquél momento comenzó una guerra de edición de Wikipedia entre personas que pretendían devolver la neutralidad a las páginas de estas mujeres y aquellas que continuaban

¹¹⁷ Wikipedia puede consultarse en <https://es.wikipedia.org/> [Consulta: 05/2017].

utilizándolas como una forma de acoso hacia ellas, revelando información personal que habían extraído a través de técnicas de *doxing* o utilizando información manipulada para dar una mala imagen de ellas (se llegaron a falsificar documentos con contenido misógino, como ciertos documentos diseñados para hacer creer a la comunidad que Anita Sarkeesian había gastado el dinero de la campaña de Kickstarter en zapatos, por ejemplo). Este enfrentamiento en la edición de Wikipedia llevó a la intervención del Comité de Arbitraje de la web, quienes se encargan de asegurar la neutralidad del sitio y pueden disponer sobre los contenidos y quienes los editan. El Comité de Arbitraje decidió banear, es decir, expulsar del sitio y de la edición de estas páginas, tanto a los acosadores como a las personas que estaban intentando borrar los contenidos misóginos y las referencias falsas, lo que ha complicado encontrar contenido veraz sobre estas cuestiones en Wikipedia.

La guerra por el control de Wikipedia ha resultado, al fin y al cabo, una guerra por el control de la información y de la opinión pública en Internet cuyo resultado no ha sido en absoluto satisfactorio. Actualmente se ha conseguido eliminar el contenido explícitamente misógino de estas páginas, así como gran parte de la información falsa, pero continúan apareciendo nuevas ediciones de estos artículos que hacen necesaria su revisión constante. El caso de Wikipedia es un ejemplo más de cómo las víctimas de acoso se encuentran desprotegidas en la red y de cómo los acosadores gozan de impunidad. La solución que encontró el Comité de Arbitraje (expulsamos a ambos bandos, acosadores y defensores) sólo ha servido para

favorecer la presencia de acosadores en los foros de discusión y reforzar su postura, a través de técnicas de creación de cuentas falsas, *Astrourfín* y boicoteo de debates. Quienes ejecutan estas técnicas de control a través de mecanismos socio-psicológicos saben que si presionan adecuadamente a sus adversarios, amparándose en la libertad de expresión para hostigar, insultar y vejar a quienes se oponen a sus ideas, al final estos terminarán por defenderse, lo que conseguirá que la percepción pública sea la de un enfrentamiento entre partes y no la de personas defendiéndose de un ataque. Así consiguen que sus adversarios sean expulsados y su posición de acosadores sea normalizada como una postura más, una cuestión de opiniones personales y de libertad de expresión. La falta de regulación legal, así como la escasa supervisión profesional de estos espacios, favorece que sitios como Wikipedia, los foros en línea, los comentarios en redes sociales o webs especializadas constituyan un lugar de enfrentamiento y expansión muy común para este tipo de estrategias de control¹¹⁸.

3. SITUACIÓN ACTUAL

El auge del movimiento *GamerGate* tuvo lugar en el año 2014 y actualmente, en el año 2017, el debate en torno a la ética periodística ha pasado a un segundo plano en relación al mismo y los discursos anti-

¹¹⁸ Sobre el discurso del odio en las redes sociales encontramos el estudio de Cabo Isasi y García Juanatey (2016) muy útil para la comprensión de cómo se llevan a cabo estas estrategias de control y qué posibilidades jurídicas y no jurídicas existen para combatirlas.

feministas y misóginos han pasado a ocupar el centro de la cuestión. Las mujeres en la comunidad de videojuegos continúan constituyendo un objetivo de acoso cotidiano y su desprotección ante los acosadores no ha mejorado. Sin embargo, sí que se ha dado un cambio en la percepción social del feminismo en los videojuegos que ha servido para que se desarrolle un gran número de investigaciones sobre la materia y para que la propia comunidad se haya hecho cargo de la situación, comenzando a buscar soluciones a la misma.

Recientemente se ha publicado una de las primeras investigaciones sobre las experiencias de acoso de las mujeres en la comunidad de videojuegos en línea que ha revelado cuáles son las estrategias que están siguiendo para protegerse a sí mismas ante esta situación (Fox y Tang, 2016). Este estudio se ha podido llevar a cabo dada la gran trascendencia mediática del *GamerGate* y refuerza la idea de la desprotección de las víctimas presente en la comunidad, que tienen que hacerse invisibles para no ser acosadas. Una de las principales estrategias que adoptan, según esta investigación, es la de enmascarar su género incluso antes de que el juego comience, utilizando nombres o personajes que no puedan asociarse a mujeres. Esta estrategia, junto con la de evitar el contacto social con personas desconocidas, es la más común entre las jugadoras. Junto a ellas, las otras tres estrategias habituales parecen ser el buscar ayuda, la negación del acoso (se niegan a sí mismas el estar siendo acosadas) y, finalmente, el atribuirse a sí mismas la culpa de la situación de acoso que están sufriendo.

Estas estrategias de autoprotección revelan, principalmente, que la situación de desprotección por parte de la comunidad y de las empresas desarrolladoras de videojuegos es percibida como algo dado que no va a cambiar y de lo que las propias mujeres deben hacerse cargo. Camuflarse, hacerse invisibles, no hablar con desconocidos, etc. son técnicas que se utilizan en espacios públicos que resultan hostiles. Además, el sentimiento de culpa procedente de resultar víctima de acoso viene dado por la idea de que si se ha tenido un problema, la responsabilidad es de la víctima y no de la persona acosadora, lo que refuerza una percepción por parte de la víctima del espacio en el que se mueve como un entorno que no le pertenece de pleno derecho y donde su presencia puede ser razón suficiente para recibir un trato vejatorio.

Actualmente el espacio público de la comunidad de videojuegos continua siendo un espacio eminentemente androcéntrico. En él, las mujeres deben moverse con cautela dado que no existe una intervención homogénea ni clara por parte de la industria o de la propia comunidad que procure un entorno seguro para ellas. A pesar de que el *GamerGate* ha tenido como consecuencia una mayor toma de conciencia de esta situación, la falta de actuación legal o de apoyo institucional continúa siendo uno de los grandes problemas a resolver y no parece estar avanzándose en esa dirección. Recientemente han sido publicados los archivos del FBI en relación a los casos de acoso del *GamerGate* donde algunos de los acosadores confesaban sus actos en vídeo (principalmente amenazas de muerte a mujeres) y ni siquiera eso ha servido para que se tomen medidas institucionales o se les

lleve a juicio¹¹⁹. La propia industria tampoco está tomando medidas claras y los avances en materia de seguridad en línea para las mujeres siguen sin estar en el centro del debate en la actualidad de los videojuegos.

Para terminar de perfilar cuál es la situación actual de las mujeres en la comunidad de videojuegos, debemos remitirnos a uno de los espacios públicos de esta comunidad más reconocidos y con mayor prestigio que es el ámbito de los *e-sports*, donde las mujeres continúan siendo minoría y donde los actos de misoginia y sexismo alcanzan a las propias empresas que los organizan.

3.1. MUJERES EN *E-SPORTS*

Los *e-sports* o deportes electrónicos son competiciones profesionales de videojuegos, principalmente multijugador, como los *shooter*, los juegos de estrategia a tiempo real o los MOBA. Estas competiciones mueven grandes cantidades de dinero actualmente y tienen una importante repercusión mediática, por lo que los equipos que compiten en ellas gozan de gran popularidad al igual que los jugadores y jugadoras que forman parte de esos equipos¹²⁰.

¹¹⁹ Se puede encontrar más información sobre este caso aquí:

<http://www.businessinsider.com/gamergate-fbi-file-2017-2?r=UK&IR=T> [Consulta: 05/2017].

¹²⁰ El campeonato del videojuego *Dota 2* en 2016 en uno de los torneos anuales más importantes del mundo, llamado *The International*, contó con un premio a repartir de 20,7 millones de dólares. Se calcula que las ganancias de los *e-sports* en 2016 ascendieron a más de 500 millones de dólares y que la audiencia global de los torneos alcanzó a 150 millones

En febrero de 2016 la BBC Three publicó un documental titulado *The dark side of gaming: the females fighting back*¹²¹ donde exponían la situación de las mujeres en *e-sports*. Uno de los mayores problemas que encontramos es la infrarrepresentación de las mujeres en *e-sports* formando parte de los grandes equipos y participando en los torneos más importantes, a pesar de que las mujeres parecen tener más interés en *e-sports* que los varones: según un estudio de la consultora PwC (2016) el 22% de las jugadoras están interesadas en *e-sports*, frente al 18% de los jugadores. Este mismo estudio señala que el aspecto en que más interesadas están las jugadoras es el social, frente al aspecto competitivo que destacan los jugadores. Es posible que precisamente esto sea lo que permita explicar por qué hay tan pocas. Veamos por qué.

A finales del 2016, la BBC amplió la información¹²² de dicho documental con un reportaje sobre las mujeres videojugadoras más reconocidas y los problemas que estaban experimentando en su vida pública, entre los que se destacan los casos de acoso, las amenazas de muerte y el maltrato por parte de la industria (llegándose a prohibir explícitamente la participación de mujeres en algunos torneos de *e-sports*, como fue el caso del torneo

de personas. Fuente: <http://www.bbc.com/news/technology-37992322> [Consulta: 05/2017].

¹²¹ Disponible en http://www.bbc.co.uk/bbcthree/item/52d6d12b-9293-4838-839f-3bbb8d577d42?ns_campaign=bbc-three&ns_mchannel=social&ns_source=bbc-link-shortener&ns_linkname=52d6d12b-9293-4838-839f-3bbb8d577d42 [Consulta: 05/2017].

¹²² Esta información puede encontrarse en <http://www.bbc.com/news/technology-37992322> [Consulta: 05/2017].

finlandés donde se prohibía la participación de mujeres para evitar posibles conflictos como que “una jugadora eliminara a un jugador durante la competición”¹²³). Si, como mostraba la investigación anteriormente mencionada, las mujeres tienen interés en el aspecto social de los *e-sports*, el hecho de que se les prive del placer de lo social debido al acoso que sufren, puede resultar motivo suficiente para que abandonen su afición o se dediquen a mantenerla como espectadoras y no como protagonistas.

Además del acoso y la infrarrepresentación, las mujeres en *e-sports* tienen que afrontar otro tipo de discriminación que es la brecha salarial. Una jugadora profesional puede ganar hasta 12 veces menos por un mismo torneo que un jugador masculino. Las mujeres, los equipos femeninos y los equipos mixtos reciben menor financiación en general y tienen una mayor dificultad para encontrar patrocinio y cobertura mediática. Las propias jugadoras de *e-sports* señalan que puede llegar a tener más éxito una jugadora mediocre que lleve a cabo retransmisiones en directo de juegos ligeros de ropa, que una jugadora profesional de alto nivel¹²⁴.

¹²³ Esta fue la explicación que dio el administrador de la liga, Markus Koskivirta, cuando le preguntaron por qué no podían participar mujeres. Fuente:

<http://www.pcgamer.com/hearthstone-tournament/> [Consulta: 05/2017].

¹²⁴ Este es el caso de jugadoras en línea muy conocidas como Zoie Burgher, que retransmite sus partidas jugando en bikini, con gran escote o semidesnuda. Esta jugadora recibe peticiones de sus espectadores que le pagan por grabarse jugando con distintas indumentarias hipersexualizadas. Actualmente cuenta con más de un millón de suscripciones a su canal de YouTube. Windy Girk, una retransmisora de videojuegos panameña con más de un millón de suscriptores, se dedica profesionalmente a grabarse jugando disfrazada de versiones eróticas de personajes de videojuegos a cambio de donaciones. Además de en YouTube, en la plataforma web Twitch <https://www.twitch.tv/> en la que se retransmiten partidas de videojuegos, este tipo de videojugadoras que juegan

Actualmente la industria de los *e-sports* parece estar poniendo en marcha programas¹²⁵ para atraer a más mujeres hacia el mundo de la competición deportiva electrónica, pero todavía no se ha podido apreciar ningún cambio significativo al respecto. Algunos de los esfuerzos que se están llevando a cabo para incluir a más mujeres en este ámbito es el de crear ligas exclusivamente femeninas, sin embargo esta medida no está siendo recibida con agrado por gran parte de la comunidad, especialmente mujeres, que consideran que refuerza la idea de que las mujeres no pueden competir con varones por no estar a la altura de sus capacidades, algo que ya ha sido de sobra desmentido (Shen et al, 2016). Las diferencias en el desempeño en la práctica de videojuegos según el género está más ligada, como se ha mostrado (Brown et al, 1997), a factores como el estrés, la presión externa o las expectativas que a las habilidades.

Para concluir, podemos señalar que los *e-sports* constituyen en la actualidad un entorno competitivo hostil y androcéntrico, donde a las mujeres se las considera menos aptas por el hecho de ser mujeres (recordemos el caso de Geguri, del que ya hablamos, la jugadora de *Overwatch* que fue sometida a un juicio público por considerar que hacía trampas porque no podían creer

semidesnudas cuenta con una gran popularidad y muchas de ellas lo hacen a cambio de dinero.

¹²⁵ Fuente: <https://www.nytimes.com/2016/12/21/technology/personaltech/video-game-makers-try-to-get-better-at-luring-women-to-e-sports.html> [Consulta: 05/2017].

que, siendo mujer, jugara tan bien¹²⁶), cobran menos, se las acosa (como podemos ver en los testimonios de mujeres en *e-sports* tanto del documental de la BBC como en otros reportajes¹²⁷) o se las reduce a objetos sexuales (el caso de las retransmisoras que cobran por jugar semidesnudas).

Este caso es otro caso más de discriminación de las mujeres de los ámbitos de ciencia y tecnología, con el añadido de que la discriminación que sufren es pública, generalizada, consentida y normalizada. Las mujeres están siendo expulsadas de los *e-sports* de forma sistemática, a través de técnicas de acoso en línea, sin respaldo institucional e incluso con vejaciones y discriminación por parte de la industria, quienes por un lado dicen estar tomando medidas para apoyarlas y, por otro, están generando un contexto de desigualdad con brecha salarial, de representación y de patrocinio.

Ante esta situación de discriminación que están viviendo las mujeres en los *e-sports*, se hace necesario tomar medidas tanto institucionales como desde la industria, que vayan en una misma línea y que no perjudiquen cuando tratan de ayudar, como sería el caso de crear ligas exclusivas femeninas para el deporte electrónico (en el que el sexo de quienes compiten no influye en absoluto en su desempeño) que genera más discriminación que integración. La falta de regulación institucional y jurídica sobre el acoso en línea está suponiendo una de las principales barreras para las mujeres a la hora de

¹²⁶ Más información sobre Geguri: <https://www.vox.com/2016/6/23/12002454/how-a-teen-girl-s-mad-overwatch-skills-struck-a-major-blow-to-sexism-in-gaming> [Consulta: 05/2017].

¹²⁷ Pueden encontrarse aquí más testimonios de mujeres en *e-sports*: <http://www.bloglenovo.es/donde-estan-mujeres-e-sports/> [Consulta: 05/2017].

acceder a estas ligas, dado que se exponen públicamente a amenazas de muerte, violación y técnicas de *doxing* a las que no se enfrentan los varones en su misma situación, lo que dificulta tanto su participación como su desempeño, generando una situación de mayor estrés y ansiedad a la hora de participar en el espacio público.

Al igual que en otras áreas del ámbito tecnológico y científico las mujeres sienten que están siendo juzgadas en su desempeño por el hecho de ser mujeres y no por sus propias habilidades. Sus fallos son atribuidos a que son mujeres, remitiendo a una esencia de lo femenino que está desligada de estas áreas. Se las considera “intrusas” que están ocupando un puesto que, por derecho o por apelación a un supuesto orden natural de las cosas, pertenece a un varón y arrebatándole su protagonismo. Las pocas que consiguen aguantar en la alta competición junto a varones, atestiguan que son sometidas a una exigencia muy superior que a la que someten a sus compañeros. Muchas de ellas, además, también sufren el denominado “síndrome del impostor”, considerando que su éxito no es merecido. Otras incluso niegan que las mujeres sufran discriminación, como veíamos en el estudio sobre estrategias de afrontamiento del acoso en línea (Fox y Tang, 2016).

Cambiar esta situación de esencialización, es decir, de considerar perteneciente a la esencia de las mujeres el hecho de no destacar en ámbitos científico-tecnológicos, no es algo sencillo, pero se pueden poner en marcha medidas que ayuden a paliarla:

La visibilización de mujeres que destacan en este ámbito que resulta tan hostil es una buena forma de animar a más mujeres a dar el paso a participar activamente del mismo, pero hay que tener en cuenta que visibilizar a las grandes mujeres que triunfan en estos ámbitos puede generar el denominado “efecto Curie” (González García y Pérez Sedeño, 2002) si no se hace con cuidado.

Además de la visibilización, se hace necesaria, como decíamos, una intervención institucional jurídica que ponga remedio a los casos de acoso generalizado y que se tengan en cuenta como una problemática social grave.

Finalmente, una regulación por parte de la industria de *e-sports* que integre a más mujeres eliminando normas que las excluyan explícitamente e introduciendo modalidades de participación no sexistas podría terminar de ayudar a que más mujeres participaran de esta afición y se introdujeran en el ámbito profesional de las grandes ligas de videojuegos.

8. CONCLUSIONES: FEMINISMO Y VIDEOJUEGOS

El análisis de la comunidad de videojuegos que hemos llevado a cabo ha servido para arrojar luz sobre algunas cuestiones fundamentales tales como la propia estructura interna de la comunidad, las relaciones de poder que se dan en ella y los diversos modos de relación que tienen los miembros de esta comunidad. Comenzamos la investigación en el **capítulo 1** planteando la cuestión de los videojuegos como subcultura, estableciendo las características de esta comunidad entendida como tal. Esto ha resultado especialmente importante a la hora de llevar a cabo el mapa de la propia comunidad y sus actantes, deteniéndonos en primer lugar, en el **capítulo 2**, en analizar qué individuos forman parte de la misma.

Una vez establecido el mapa, el recorrido que hemos desarrollado acerca de sus principales actantes y nodos de relación nos ha llevado a indagar en gran profundidad en qué es un videojuego en el **capítulo 3** y qué aspectos del mismo resultaba necesario destacar para comprender las relaciones de la propia comunidad, planteando como los más relevantes el propio universo simbólico del videojuego, el cual abordamos en el **capítulo 4**, y el componente de experimentación presente en las prácticas de juego, que abordamos en el **capítulo 5**. Estas dos cuestiones nos han ocupado buena parte de la investigación y han servido para aclarar tanto los modos en que los videojuegos están reproduciendo determinados estereotipos androcéntricos como aquellos aspectos de estos artefactos que pueden resultar interesantes desde el punto de vista de una reapropiación desde la perspectiva de género.

Una vez establecidas estas cuestiones, hemos dado el último paso de análisis de la comunidad atendiendo al *locus* del videojuego, en el **capítulo 6**, donde algunos de los actantes relevantes han sido analizados y comentados. Estos actantes, si bien son importantes dentro de la comunidad, no han ocupado el eje central de nuestro análisis y su investigación en mayor profundidad puede ser una de las líneas que la presente investigación abre.

Finalmente hemos llegado al **capítulo 7** donde la cuestión del feminismo y los videojuegos ha sido tratada de forma directa a partir de una de las mayores problemáticas que acucian en la actualidad a la propia comunidad, a saber, el sexismo presente en la misma de forma generalizada y el movimiento *GamerGate*.

Como ya hemos señalado, cambiar la situación de las mujeres en la comunidad de videojuegos representa un reto que requiere de una intervención conjunta y un esfuerzo compartido entre las personas pertenecientes a la comunidad, la industria y las instituciones gubernamentales. Lograr una mayor protección para las víctimas de acoso es uno de los objetivos fundamentales del feminismo en este ámbito, pero no puede conseguirse sin un apoyo por parte de los gobiernos de los distintos países y de las propias entidades que mantienen las plataformas en línea donde el acoso tiene lugar (principalmente las redes sociales, donde la desprotección es mayor por la falta de un sistema de moderación efectivo). Para que esto suceda, es necesaria una toma de conciencia social de la

problemática que ayude a impulsar investigaciones en torno a esta materia y a aportar soluciones eficaces.

El activismo feminista en videojuegos está contribuyendo, en gran medida, a que esta toma de conciencia tenga lugar. Desde el año 2014, de forma simultánea a la aparición del *GamerGate*, las páginas de contenido feminista y videojuegos han ido cobrando una mayor importancia en el espacio público de la comunidad. La coincidencia temporal entre *GamerGate* y la aparición de estas páginas no es anecdótica, ya que en gran medida el *GamerGate* se ha alimentado del odio hacia las mujeres que producían contenido feminista, como Anita Sarkeesian, y las páginas feministas han ido apareciendo en respuesta a las acciones de los partidarios del *GamerGate*. El salto de esta problemática a la prensa no especializada ha servido para visibilizar el problema y para dar voz a colectivos que trabajan por la igualdad en el ámbito de los videojuegos.

En España concretamente, la presencia profesional de las mujeres en la industria del videojuego es especialmente escasa, tanto como creadoras como jugadoras en ligas profesionales, a pesar de que como aficionadas las mujeres representan la mitad del público. A lo largo de los últimos años se han llevado a cabo determinadas acciones para tratar de dar respuesta a esta situación, muchas de ellas organizadas y orientadas por la propia industria, otras de ellas pertenecientes a instituciones académicas y otras por parte del público en general.

A finales de 2016 se llevó a cabo en Valencia el evento “Challenge play for women” organizado por la Asociación Valenciana de Deportes Electrónicos

sobre la participación activa de las mujeres en videojuegos, donde se llevaron a cabo ponencias y mesas redondas entre las cuales podemos destacar concretamente aquellas dedicadas a buscar soluciones a la escasa presencia de mujeres en el sector. Además de este tipo de eventos institucionales, que resultan muy importantes para la visibilización de la problemática, se han puesto en marcha iniciativas *amateur* por parte de aficionadas que han emprendido proyectos de crítica de videojuegos por parte de mujeres, como el sitio web de Todas Gamers¹²⁸ o la revista True Gamer Girls¹²⁹.

También podemos encontrar en España una sede de la asociación *Women in Games Internation* llamada *Women in Games ES*¹³⁰ y un nuevo colectivo que se ha llamado FemDevs¹³¹ y que ha aparecido a principios de 2017.

Marina Amores ha publicado digitalmente un documental sobre la situación de las mujeres en la industria española de videojuegos titulado *Mujeres+Videojuegos (2015)* donde diversas personas del sector relatan sus experiencias personales y sus puntos de vista acerca de esta cuestión¹³².

¹²⁸ La web de Todas Gamers se puede visitar en <https://todasgamers.com> y cuenta con diversos perfiles en redes sociales como Twitter o Facebook. Esta web ha ganado en 2017 el premio *blogs 20 minutos* en la categoría de videojuegos en reconocimiento a su labor en el análisis y divulgación de videojuegos.

¹²⁹ Disponible en <https://issuu.com/truegamergirls/docs/tgg1> [Consulta: 05/2017].

¹³⁰ Más información en su web <https://womeningameses.com/> [Consulta: 05/2017].

¹³¹ Más información en su web <https://femdevs.org/> [Consulta: 05/2017].

¹³² El documental está disponible en línea en <https://www.youtube.com/watch?v=bGOvepwEsEI> [Consulta: 05/2017].

Estas son sólo algunas de las acciones que se han llevado a cabo y que, por sí mismas, ya están contribuyendo a crear una mayor conciencia de la problemática que va más allá de la propia comunidad de videojuegos y alcanza a la sociedad en general, lo que resulta imprescindible para que se comiencen a tomar medidas institucionales efectivas que den una solución a la situación de vulnerabilidad y discriminación de las mujeres en este ámbito.

Para finalizar, nos gustaría destacar la importancia de que se promuevan más investigaciones que analicen la cuestión de las mujeres en relación a los videojuegos. En primer lugar, resulta importante esta cuestión en cuanto que responde a una realidad muy hostil para las mujeres en la actualidad, que son constantemente acosadas, amenazadas y vejadas impunemente en un ámbito de ocio.

En segundo lugar, el incluir a más mujeres en los ámbitos de ciencia y tecnología resulta otra cuestión fundamental, dado que a pesar de los esfuerzos que han tenido lugar desde los movimientos feministas y las investigaciones en torno a los estudios de Ciencia, Tecnología y Género las mujeres continúan representando un porcentaje muy escaso de este sector, algo que deberíamos continuar luchando por cambiar. Los videojuegos pueden desempeñar un papel muy importante a la hora de atraer a más mujeres hacia estas áreas dado su carácter lúdico y sus posibilidades para la disolución de la brecha digital de género.

En tercer lugar, y para concluir, los estudios feministas sobre videojuegos están contribuyendo a mejorar la industria del videojuego en varias

direcciones: por un lado, contribuyen a la participación de un número cada vez mayor de mujeres usuarias, lo que representa un mayor consumo. Por otro lado, contribuyen a un cambio en la representación de los personajes femeninos que tiene como consecuencia directa un enriquecimiento de las historias y de los propios juegos, tal y como hemos podido comprobar con los casos de videojuegos con protagonistas femeninos como la saga de *Tomb Raider* o el videojuego *Life is strange*, por citar dos de los nombrados en la presente investigación.

Promover este tipo de investigaciones, por tanto, puede tener grandes beneficios tanto para las mujeres como para la propia comunidad y la industria de los videojuegos.

ANEXO I: GLOSARIO SOBRE VIDEOJUEGOS

Término	Definición	Fuente
Addon o Add-on	Contenido añadido al juego, como una expansión o un DLC.	http://www.gamerdic.es/termino/add-on
Arcade	<p>1. Término genérico para referirse a las máquinas recreativas.</p> <p>2. Género de videojuegos que por su estética y/o sencillez de uso recuerda a los de las máquinas recreativas.</p>	http://www.gamerdic.es/termino/arcade
Avatar	Representación gráfica que se asocia al jugador para su identificación en una plataforma online, red social, foro, etc. A menudo son simples fotografías o dibujos pero ciertas plataformas, como Xbox Live de Microsoft cuentan con su propia representación tridimensional del jugador.	http://www.gamerdic.es/termino/avatar
Buff	Efecto positivo que mejora alguna de las características de un personaje o enemigo, generalmente de manera temporal, como	http://www.gamerdic.es/termino/buff

	aumentar la velocidad, la salud, la fuerza de ataque, etc.	
Campear o Camping	<p>Del inglés, camping (acampar).</p> <p>En juegos multijugador, es una táctica que consiste en permanecer inmóvil en un punto estratégico del mapa de difícil acceso o escasa visibilidad esperando a que otros jugadores aparezcan en línea de tiro para dispararles.</p> <p>Es una estrategia muy mal vista y que incluso en algunos servidores está penalizada.</p> <p>También hace referencia, en juegos multijugador, a quienes permanecen al lado del cadáver del personaje de un jugador esperando a que resucite para volver a matarlo. Esta estrategia está igualmente muy mal vista.</p>	<p>http://www.gamerdic.es/termino/camping</p>
Campero/a	Jugador/a que practica la técnica de campear.	
Cosplay	Arte representativo que consiste en imitar lo más fielmente posible a personajes	<p>http://www.gamerdic.es/termino/cosplay</p>

	ficticios, sobre todo de comic, anime, manga o videojuegos, mediante disfraces, accesorios y estética.	rmino/cosplay
Dieselpunk	Subcultura y movimiento artístico y literario que combina las diferentes estéticas comprendidas entre 1920 y 1950, con aquellas encontradas en nuestro presente.	https://es.wikipedia.org/wiki/Dieselpunk
DLC	Acrónimo del término inglés Downloadable Content (Contenido Descargable) Contenido extra para un videojuego que es distribuido a través de Internet por la editora del juego y por tanto descargable. Puede tratarse de cualquier tipo de contenido añadido, desde un simple traje u objeto para el juego hasta una expansión completa con su propia historia, nuevos escenarios, modos de juego, etc.	http://www.gamerdic.es/termino/dlc
DPS	Acrónimo del término inglés <i>Damage per Second</i> (Daño por Segundo). Daño medio que un personaje puede causar por segundo. Es especialmente importante en juegos RPG multijugador (MMORPG) o en juegos de rol en general para medir la	http://www.gamerdic.es/termino/dps

	capacidad ofensiva de un personaje.	
E-Sports	Deportes electrónicos.	
First Person Shooter (FPS)	Acrónimo del término inglés <i>First Person Shooter</i> (Juego de disparos en 1ª persona)	
Game jam	Encuentro de desarrolladores/as de videojuegos cuyo propósito es la creación de uno o más juegos en corto periodo de tiempo (entre 24 y 48h).	
Gameplay (YouTube)	Vídeo donde se reproduce una partida grabada por un jugador.	http://www.gamerdic.es/termino/gameplay
Gameplay (jugabilidad)	Modo específico en que se interactúa con el juego que viene definido por las reglas del juego y las conecta con la experiencia del jugador/a.	
Hackathon	Encuentro de programadores/as cuyo objetivo es el desarrollo colaborativo de <i>software</i> o <i>hardware</i> siguiendo un propósito específico. Existen <i>hackathones</i>	

	específicas para la creación de videojuegos.	
Healer	Clase de personaje cuya mayor habilidad o principal función es curar a otros miembros del equipo o revivirlos cuando han caído, así como aportar todo tipo de habilidades defensivas y de protección a sus compañeros, munición, objetos, etc.	http://www.gamerdic.es/termino/healer
Jugabilidad	Característica de un videojuego que mide la calidad de la experiencia de un jugador al interactuar con él. Suele tomar en cuenta parámetros como la facilidad de manejo o aprendizaje de los controles, la variedad de acciones, la precisión o efectividad, la inmersión o la satisfacción del control	http://www.gamerdic.es/termino/jugabilidad
LAN party	Del inglés <i>Local Area Network Party</i> (reunión en red de área local). Reunión de jugadores de videojuegos, generalmente de ordenador, conectados entre sí en una red local para jugar y competir entre ellos.	http://www.gamerdic.es/termino/lan-party
Let's play	Documentar (vídeos) el desarrollo de un videojuego, añadiendo comentarios normalmente subjetivos, basándose en la	

	propia experiencia.	
Merchandising	Conjunto de productos publicitarios para promocionar un artista, un grupo, una marca, etc.	https://es.wikipedia.org/wiki/Merchandising
MMORPG	Acrónimo del término inglés <i>Massive Multiplayer Online Role Playing Game</i> (Juego de Rol Multijugador Masivo en Línea). Subgénero de los juegos de rol, o RPG, que se juega exclusivamente en línea y donde una gran cantidad de jugadores (entre cientos y miles) concurren en un mismo mundo virtual, donde pueden interactuar para competir entre ellos o cooperar para realizar misiones.	http://www.gamerdic.es/termino/mmorpg
MOBA	Acrónimo del término inglés <i>Multiplayer Online Battle Arena</i> (Arena de Combate Multijugador Online). Género multijugador online, derivado de los juegos de estrategia en tiempo real (RTS), donde el jugador, que controla sólo un personaje, forma equipo con otros jugadores con el único objetivo de enfrentarse al equipo contrario y destruir su	

	base, a menudo en mapas simétricos.	
Mod	Añadido opcional a un juego, generalmente creado por usuarios aficionados, que modifica aspectos del juego original. Su grado de modificación puede variar desde simples ajustes de las características de los personajes o mejoras de las texturas gráficas a completas recreaciones de entornos o juegos completamente ajenos al diseño original.	http://www.gamerdic.es/termino/mod
Nintendo Wii	Videoconsola producida por Nintendo.	
PEGI	Pan European Game Information. Sistema de autorregulación diseñado por la propia industria del videojuego para clasificar los productos y dotar a los consumidores de información orientativa sobre la edad adecuada para su consumo.	
PlayStation	Serie de videoconsolas producidas por Sony, en la actualidad existen cuatro generaciones (PSX, PS1, PS2, PS3, PS4).	
PlayStation	Tienda on-line de PlayStation donde	

Store	distribuye juegos digitales, DLC's, etc.
Powerleveling	En un videojuego, consiste en subir de nivel muy rápido un personaje para alcanzar el máximo nivel y la mejor equipación en el menor espacio de tiempo posible.
PvE o JvE	Acrónimo del término inglés Player versus Environment (Jugador contra Entorno). En juegos multijugador en línea, generalmente en MMOs, donde es posible competir contra otros jugadores o contra la propia máquina, se denominan misiones PvE a aquellas en las que el jugador interactúa únicamente con el entorno controlado por la IA (inteligencia artificial) de la máquina, en contraposición a las misiones PvP donde se compite contra otros jugadores humanos. http://www.gamerdic.es/termino/pve
PvP o JvJ	Acrónimo del término inglés Player versus Player (Jugador contra Jugador). En juegos multijugador en línea, generalmente en MMOs, donde es posible competir contra otros jugadores o contra la propia máquina, se denomina PvP al modo de juego en el http://www.gamerdic.es/termino/pvp

que nos enfrentamos a otros jugadores humanos, en contraposición al PvE donde el jugador interactúa únicamente con el entorno controlado por la IA (inteligencia artificial) de la máquina.

Rush

Rush es una estrategia dentro del juego que consiste en derrotar rápidamente a todos los oponentes de una estancia de juego con el fin de que otro personaje de nivel inferior pueda beneficiarse (ya sea porque al destruirlos se consigue equipo, dinero, materiales, logros, objetivos de misiones, etc.). Esta estrategia está muy ligada al *powerleveling*.

Steam

Plataforma de distribución digital de videojuegos desarrollada por Valve, que permite, además de la compra de videojuegos online en formato digital, la interacción entre los usuarios mediante distintas herramientas sociales de comunidad.

<http://www.gamerdic.es/termino/steam>

Steam

Sistema de publicación amparado en la comunidad que decidía qué videojuegos se

Greenlight	lanzarían en la plataforma Steam. Después de cinco años funcionando será sustituido por otro sistema llamado <i>Steam Direct</i> .	
Steampunk	El steampunk se desenvuelve en una ambientación donde la tecnología a vapor sigue siendo la predominante y por lo general localizada en Inglaterra durante la época victoriana, donde no es extraño encontrar elementos comunes de la ciencia ficción o la fantasía.	https://es.wikipedia.org/wiki/Steampunk
Steamworks	Interfaz de programación libre de la plataforma Steam.	
Tanque	Clase de personaje en los videojuegos de rol cuya principal habilidad consiste en defender zonas de un mapa, a otros personajes, etc., normalmente tienen mucha fuerza y salud	
Triple A	De forma similar a las denominadas superproducciones del cine, los videojuegos triple A son aquellos desarrollados por grandes empresas de videojuegos y que cuentan con grandes presupuestos para su	http://www.gamerdic.es/termino/triple-a

	producción y promoción, por lo que generan gran demanda entre la masa de usuarios.	
Walkthrough	Guía, en formato de texto, de audio o audiovisual, que nos indica paso por paso las acciones que debemos llevar a cabo para avanzar en un juego hasta completarlo, incluyendo cómo resolver los puzles, estrategias para acabar con los enemigos, etc.	http://www.gamerdic.es/termino/walkthrough
Workshop de Steam	Servicio de la plataforma Steam que permite descargar contenido creado por otros usuarios.	
XBOX	Serie de videoconsolas producidas por Microsoft	
XBOX Live	Plataforma de Xbox que permite jugar online, descargas de juegos etc. Su suscripción es de pago.	

ANEXO II: ENCUESTA VIDEOJUEGOS EN LÍNEA

Para la elaboración de esta investigación hemos llevado a cabo una encuesta en línea en la que han participado 1310 personas videojugadoras.

Para difundir la encuesta hemos utilizado un Formulario de Google¹³³ que se ha distribuido por diversas páginas españolas especializadas en videojuegos en la red social Facebook, así como en Twitter. Ha sido compartido en ambas redes sociales por decenas de personas jugadoras, así como por blogs y páginas de difusión cultural orientadas a los videojuegos.

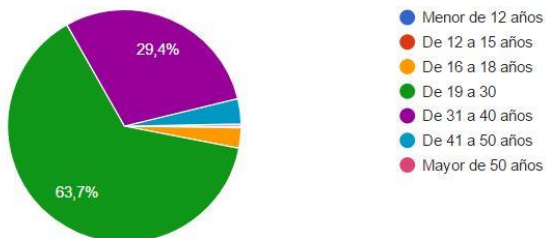
En el diseño del cuestionario hemos tenido especial cuidado en plantear preguntas redactadas con claridad y precisión, abarcando el mayor rango de respuestas posible, así como el ofrecer espacios de libre expresión a sus participantes. La encuesta está dividida en dos grandes secciones, una de ellas está orientada específicamente a cuestiones propias de los videojuegos en línea y la otra a cuestiones propias de la comunidad de videojuegos en redes sociales y comunidades en línea al margen de los propios videojuegos. Los resultados completos de esta encuesta pueden solicitarse a la autora de la misma ya que son de libre consulta. Aquí exponemos, por cuestiones de extensión de la presente investigación, un resumen de los resultados.

¹³³ Este formulario se encuentra disponible de forma abierta para su consulta en Google Drive. Dirección:
<https://docs.google.com/forms/d/1VzgzjIM2W1ADNDHRe2CKKFwQjAM7kgBXcl7SjuWFqdo/edit#responses>.

Resumen de los datos obtenidos en la encuesta sobre videojuegos en línea realizada en 2017. N° de participantes: 1310 respuestas.

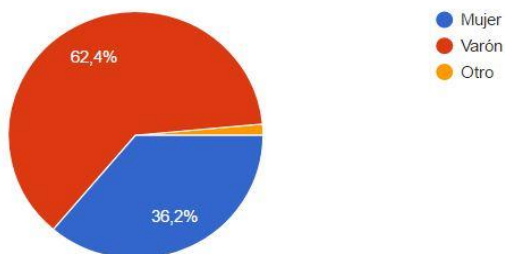
Edad

1310 respuestas



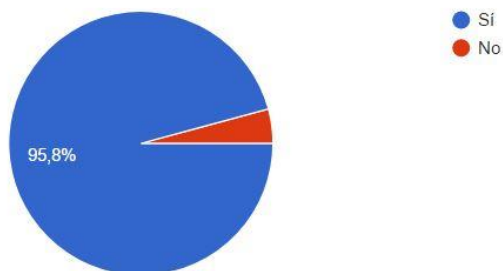
Sexo con el que te identificas

1310 respuestas



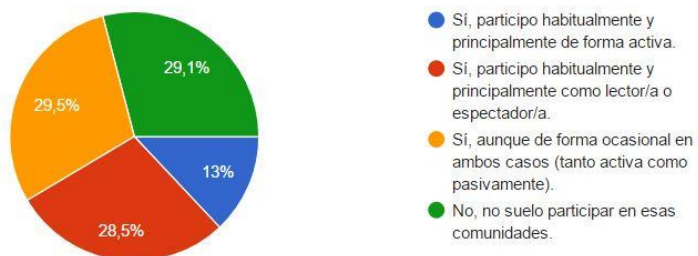
¿Juegas o has jugado a videojuegos multijugador online?

1310 respuestas



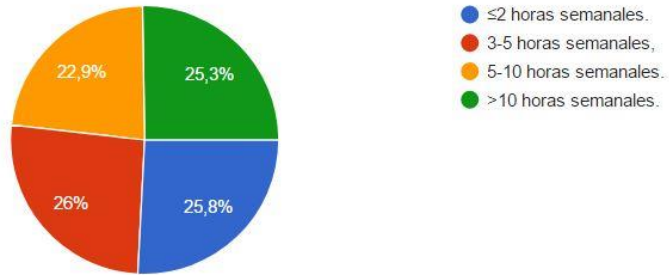
¿Participas en comunidades online sobre videojuegos (redes sociales, foros especializados, foros de videojuegos específicos, etc.)?

1310 respuestas



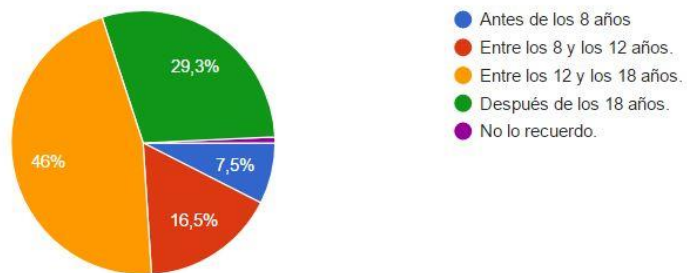
¿Cuánto tiempo empleas en juegos multijugador online semanalmente?

1255 respuestas



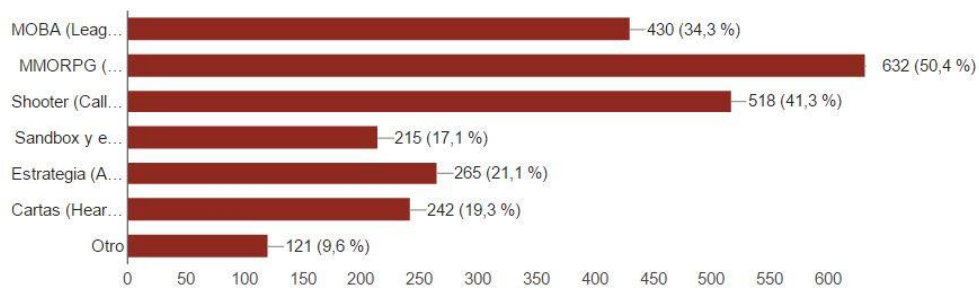
¿A qué edad comenzaste a jugar a videojuegos multijugador online?

1255 respuestas



¿En qué tipo o tipos de videojuego multijugador online pasas más horas semanales?

1255 respuestas



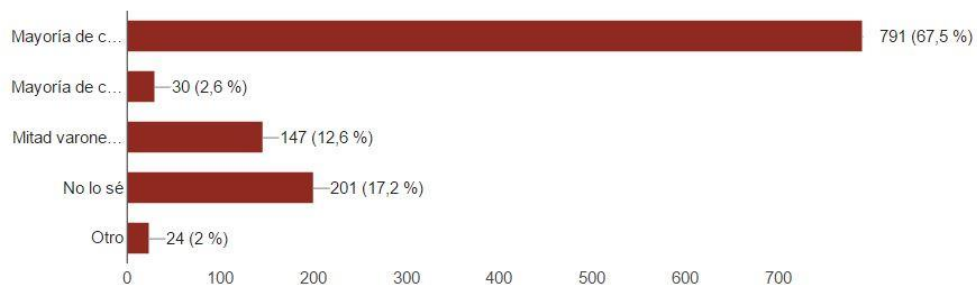
¿Sueles relacionarte con otras personas mientras juegas a videojuegos multijugador online?

1255 respuestas



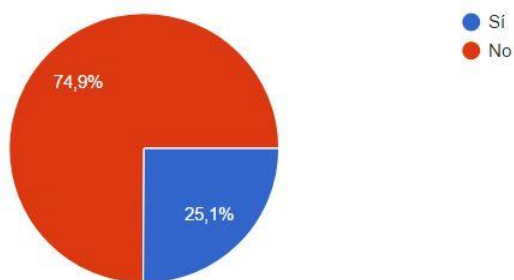
En caso de haber respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿con quién sueles jugar más a menudo a estos juegos multijugador online?

1171 respuestas



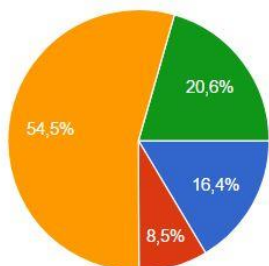
¿Participarías en una hermandad / grupo de juego / equipo, etc. que sólo admitiera jugadores/as de tu mismo sexo?

1255 respuestas



¿Utilizas habitualmente el chat o el chat de voz mientras juegas a videojuegos multijugador online?

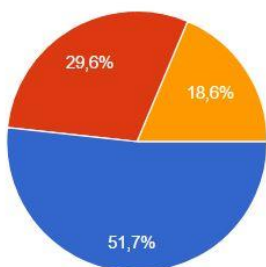
1255 respuestas



- Si, sólo el chat escrito.
- Si, sólo el chat de voz (Raidcall, TeamSpeak o los propios del juego).
- Si, ambos tipos de chat.
- No, nunca o casi nunca los utilizo.

¿Utilizas habitualmente nicks o personajes online que puedan identificarse con tu sexo (nombres/personajes femeninos en el caso de mujeres y masculinos en el caso de varones)?

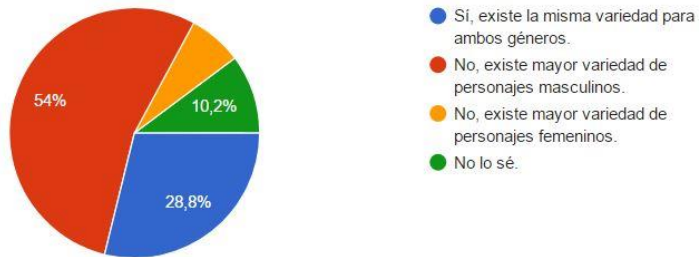
1255 respuestas



- Si, siempre o casi siempre utilizo nicks o personajes de mi mismo género.
- Si, utilizo nicks o personajes de mi mismo género pero no muy a menudo.
- No, nunca o casi nunca utilizo nicks o personajes de mi mismo género.

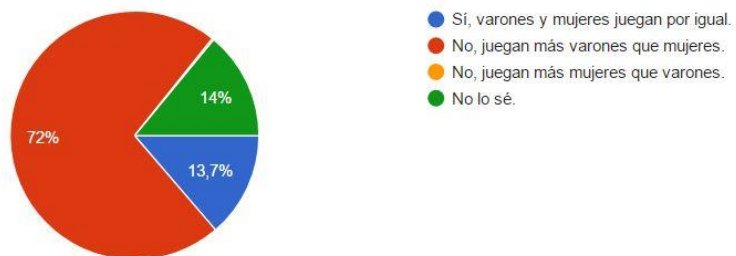
¿Crees que existe, en general, la misma variedad de personajes masculinos y femeninos en videojuegos multijugador online (tipos de personajes, rasgos físicos y faciales, características personalizables, presencia de personajes no jugadores de ambos géneros, etc.)?

1255 respuestas



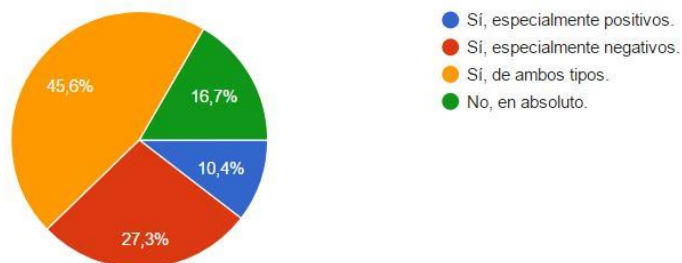
¿Crees que existe el mismo número de jugadores que de jugadoras en los videojuegos multijugador online?

1255 respuestas



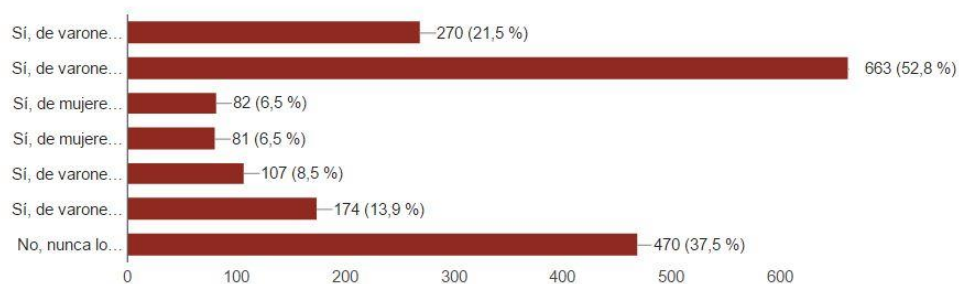
¿Consideras que las mujeres reciben tratos especiales (ya sean positivos o negativos) simplemente por ser mujeres en los juegos online?

1255 respuestas



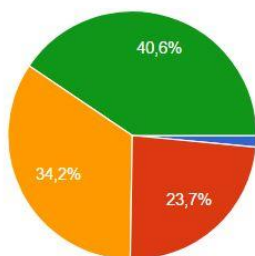
¿Alguna vez has presenciado un caso de discriminación por motivos de sexo mientras jugabas a un videojuego online?

1255 respuestas



¿Alguna vez te han ayudado o hecho regalos personas desconocidas sin que tú lo pidieras en un juego online?

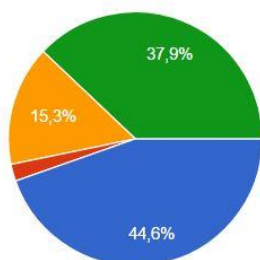
1255 respuestas



- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks masculinos.
- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks femeninos.
- Sí, me ha pasado lleve el personaje o el nick que lleve (masculino o femenino).
- No, nunca me han ayudado desconocidos sin que lo pidiera antes.

¿Alguna vez personas conocidas o desconocidas te han explicado cómo funciona el juego o algún aspecto del mismo sin que tú lo pidieras en un juego online?

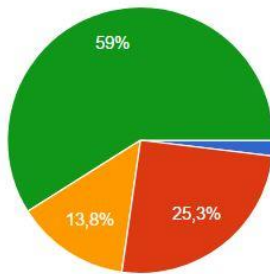
1255 respuestas



- Sí, me ha pasado llevando personajes y nicks tanto femeninos como masculinos.
- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks masculinos.
- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks femeninos.
- No, nunca me ha pasado.

¿Alguna vez te han preguntado por tus datos personales (nombre y edad reales, teléfono, email, etc.) o han intentado establecer relaciones íntimas contigo, sexuales o amorosas, en un videojuego online?

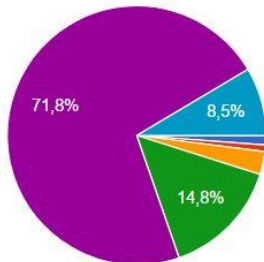
1255 respuestas



- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks masculinos.
- Sí, pero sólo cuando llevo personajes o nicks femeninos.
- Sí, me ha pasado lleve el personaje o el nick que lleve (masculino o femenino).
- No, nunca me ha pasado.

¿En alguna ocasión te han expulsado de un grupo de juego por llevar un personaje femenino o por ser mujer?

1255 respuestas



- Sí, ambas cosas.
- Sí, sólo por llevar un personaje femenino (desconocían mi sexo).
- Sí, al descubrir que era mujer.
- Nunca me ha pasado personalmente, pero lo he visto.
- Nunca me ha pasado personalmente ni lo he visto.
- Nunca he llevado personajes femeninos ni soy mujer.

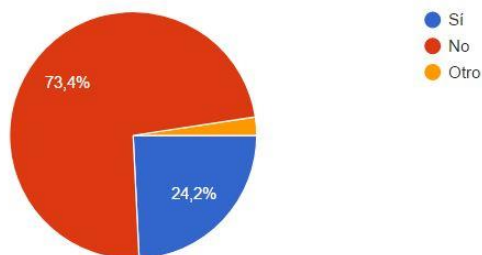
¿Alguna vez has recibido un insulto machista o trato vejatorio dentro de un videojuego?

1248 respuestas



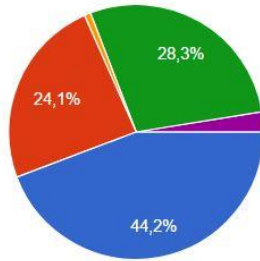
¿Alguna vez han utilizado las mecánicas de juego para expulsarte indebidamente de una partida, burlarse de ti, acosarte o insultarte? (Por ejemplo: en un FPS como Counter Strike un miembro de tu equipo salta voluntariamente delante de ti para que te expulsen de la partida por matarlo 3 veces seguidas con fuego amigo).

1255 respuestas



¿En alguna ocasión te han insultado, amenazado o acosado por el chat de juego por haber jugado bien una partida?

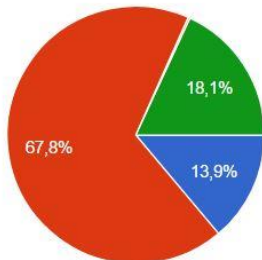
1255 respuestas



- Sí, me han insultado personalmente
- No, pero he visto hacerlo
- No, pero yo se lo he hecho a otras personas
- No, nunca me ha pasao ni he visto hacerlo
- Nunca he utilizado un chat de juego o similar

¿Consideras que varones y mujeres participan por igual en las comunidades online sobre videojuegos (foros, redes sociales, etc.)?

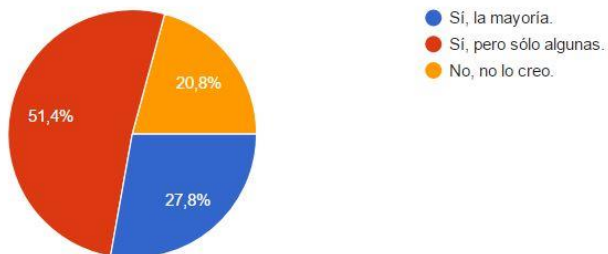
1255 respuestas



- Sí, tanto varones como mujeres participan en igual proporción.
- No, participan más varones que mujeres.
- No, participan más mujeres que varones.
- No lo sé.

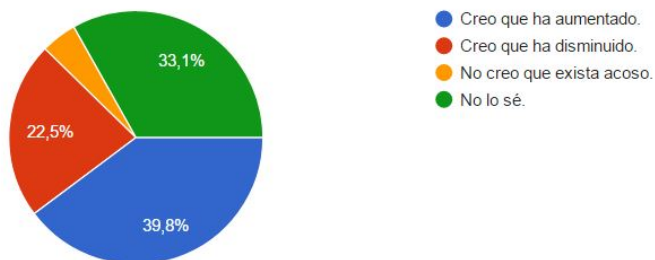
¿Crees que algunas mujeres tienden a ocultar su sexo en estas comunidades por miedo a ser molestadas?

1255 respuestas



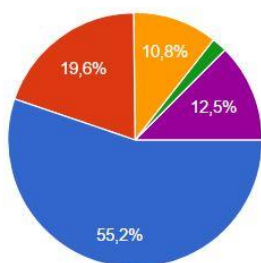
¿Consideras que el acoso hacia las videojugadoras (insultos, vejaciones, amenazas, etc.) en las comunidades de videojuegos en las redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube, etc.) y foros especializados ha aumentado o disminuido en los últimos años?

1255 respuestas



¿Consideras que es necesaria la existencia de contenido feminista que visibilice y apoye a las mujeres videojugadoras en webs, foros y perfiles o páginas en redes sociales (TodasGamers, Feminism Frequency, etc.)?

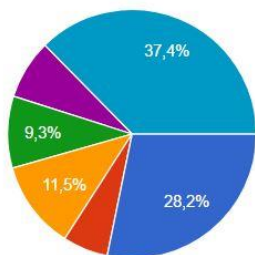
1255 respuestas



- Me parece necesario que existan esas plataformas.
- Me es indiferente que existan o no.
- Me parece innecesario que existan.
- Me parece molesto que existan.
- Otro

¿Te consideras o te han considerado alguna vez especialista (con un gran dominio sobre la materia) en algún videojuego o en videojuegos en general?

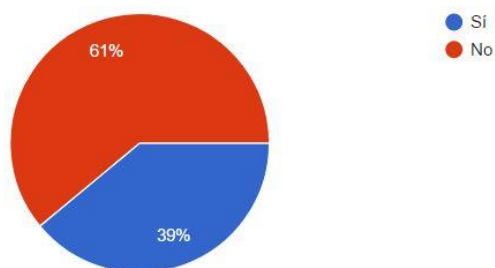
1255 respuestas



- Si, me consideran y/o me considero especialista en uno o varios videojuegos.
- Si, me consideran y/o me considero especialista en videojuegos en general.
- Si, me consideran y/o me considero especialista tanto en uno o varios videojuegos como en videojuegos en general.
- Si, me consideran especialista en un videojuego concreto pero yo no me lo considero.
- Si, me consideran especialista en videojuegos pero yo no me los considero.
- No, no me considero especialista en ninguno.

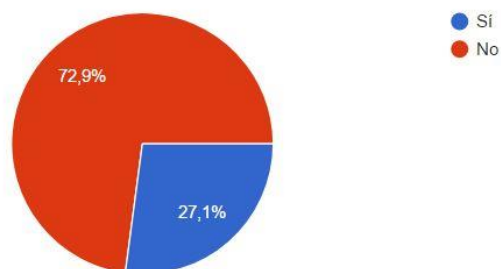
¿Alguna vez te han preguntado por tus datos personales (nombre y edad reales, teléfono, email, etc.) en las redes sociales o en otras comunidades online relacionadas con videojuegos?

1255 respuestas



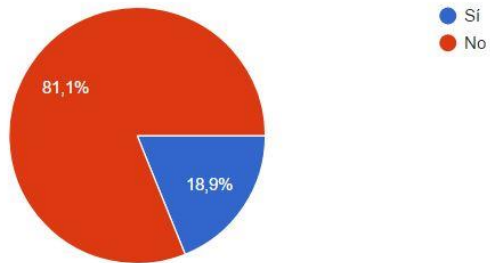
¿Alguna vez han intentado establecer relaciones íntimas, amorosas o sexuales, contigo a través de las redes sociales o en otras comunidades online relacionadas con videojuegos?

1255 respuestas



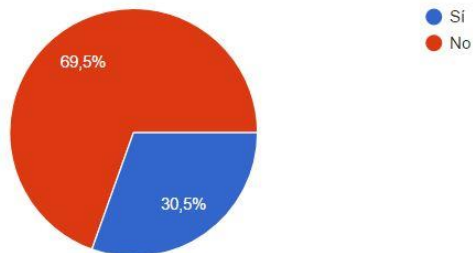
¿Alguna vez han desacreditado tu opinión sobre videojuegos en las redes sociales basándose en tu sexo?

1255 respuestas



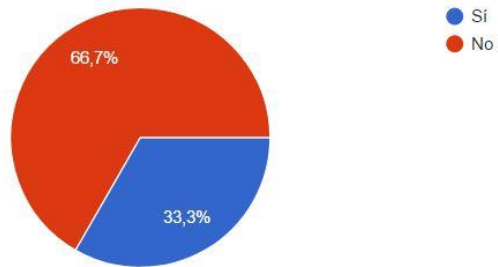
¿Alguna vez has recibido un insulto machista o trato vejatorio en las redes sociales u otras comunidades online relacionadas con los videojuegos?

1251 respuestas



¿Te gustaría participar en una entrevista personal?

1240 respuestas



BIBLIOGRAFÍA

Adán, Carme (2006). *Feminismo y Conocimiento. De la experiencia de las mujeres al ciborg*. La Coruña: Edicións Espiral Maior.

Aguilera Moyano, Miguel y Méndiz Noguero, Alfonso et al (2004). *Videojuegos y educación*. Ministerio de Educación y Ciencia. Disponible en: <http://ares.cnice.mec.es/informes/02/documentos/indice.htm> [Consulta: 05/2017].

Alexander, Leigh (2014). "'Gamers' don't have to be your audience. 'Gamers' are over." [en línea] *Gamasutra.com*. Disponible en: http://www.gamasutra.com/view/news/224400/Gamers_dont_have_to_be_your_audience_Gamers_are_over.php [Consulta: 05/2017].

Alonso, Enrique (2011). *La quimera del usuario. Resistencia y exclusión en la Era digital*. Madrid: UAM Ediciones.

Aonuma, Eiji y Miyamoto, Shigeru (2016). *The Legend of Zelda: Hyrule Historia*. Barcelona: Norma Editorial.

Arce Cortés, Tania (2008). "Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?". *Revista argentina de sociología* 6 (11). Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-32482008000200013 [Consulta:05/2017].

Asociación Española de Videojuegos (AEVI) (2016). *El sector de los videojuegos en España 2016*. Disponible en:

<http://www.aevi.org.es/aevi-publica-adelanto-los-datos-del-sector-del-2016-videojuego-facturo-espana-1-163-millones-euros/> [Consulta: 04/17].

Balaguer, Roberto (2007). “¿Por qué atrapan tanto los videojuegos?”.

Ponencia en el XVI Congreso de FLAPIA, Montevideo. Disponible en: <http://robertobalaguer.com/data/documents/porqueatrapantantolosvideojuegos.pdf> [Consulta: 05/2017].

Beauvoir, Simone (2002). *El segundo sexo*. Madrid: Cátedra.

Berger, Peter L. y Luckman, Thomas (2001). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Brookey, Robert Allan (2009): “Paradise crashed: rethinking MMORPGs and other virtual worlds. An introduction”. *Critical studies in media communication*, 26 (2), pp. 101-103. Disponible en: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15295030902860187> [Consulta: 05/2017].

Brown, R. Michael et al. (1997). “Gender and Video Game Performance”. *Sex Roles*, 36 (11), pp. 793-812.

Bryce, Joane y Rutter, Jason (2002). “Killing like a girl: gendered gaming and girl gamers’ visibility.” *CGDC Conference Proceedings*, Finlandia, pp. 243-255.

Disponible en: <http://www.digiplay.org.uk/media/cgdc.pdf> [Consulta 08/2011].

Buckingham, David (2008). "Repensar el aprendizaje en la era de la cultura digital" *El Monitor*, Vol. Septiembre de 2008, pp. 17-21.

Butler, Judith. (2007). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.

Butler, Judith (2010). *Mecanismos psíquicos del poder: teorías sobre la sujeción*. Madrid: Cátedra.

Cabo Isasi, Alex y García Juanatey, Ana (2014). "Discurso del odio en las redes sociales: un estado de la cuestión". *Ajuntament de Barcelona*.

Disponible en: http://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/wp-content/uploads/2015/03/Informe_discurso-del-odio_ES.pdf [Consulta: 05/2017].

Cabra Ayala, Nina Alejandra (2010). "Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad". *Signo y Pensamiento*, 29 (57), pp. 162-177.

Caillois, Roger (1986). *Los juegos y los hombres. La máscara y el vértigo*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Capra, Frank (1998). *La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos*. Barcelona: Anagrama.

Cassell, Justine y Jenkins, Henry (eds.) (1998). *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Castaño, Cecilia (2008). *La segunda brecha digital*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Castronova, Edward (2002). "On Virtual Economies". *CESifo Working Paper Series*, 752.

Castronova, Edward (2005). *Synthetic Worlds: the Business and Culture of Online Games*. Chicago: University of Chicago Press.

Cid, Eva (2016). *Portal o la ciencia del videojuego*. Benacazón, Sevilla: Héroes de Papel.

Crawford, Chris (1984). *The art of computer game design*. Berkeley, California: Osborne/McGraw-Hill.

Desarrollo Español de Videojuegos (DEV) (2016). *Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2016*. Disponible en: <http://www.dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20dev%202016.pdf> [Consulta: 05/2017].

Deterding, Sebastian et al. (2012). "Gamification: Using Game Design Elements in Non-Gaming Contexts". *CHI 2011 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, pp. 2425-2428.

Díez Gutiérrez, Enrique Javier (coord.) (2004). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: CIDE/Instituto de la mujer.

Dovey, Jon y Kennedy, Helen (2006). *Game cultures: Computer games as new media*. Glasgow: Open University Press.

Echeverría, Javier. (1994). *Telépolis*. Barcelona: Destino.

Etxeberria Balerdi, Félix (2001). "Videojuegos y educación". *Education in the knowledge society*, 2. Disponible en:
http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_02/n2_art_etxeberria.htm [Consulta: 05/2017].

Etxeberria Balerdi, Félix (1997). *Videojuegos y educación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Entertainment Software Association (2016). *Essential facts about the computer and video game industry*. Disponible en:
<http://essentialfacts.theesa.com/Essential-Facts-2016.pdf> [Consulta: 05/2017].

Escofet Roig, Ana y Rubio Hurtado, María José (2007). "La brecha digital: género y juegos de ordenador". *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en la Educación*, 5 (1). Disponible en
http://www.rinace.net/arts/vol5num1/art4_hm.htm [Consulta: 05/2017].

Estallo, Juan Alberto (1995). *Los videojuegos*. Madrid: Planeta.

Ferdig, Richard (ed.) (2009). *Handbook of Research on Effective Electronic Gaming in Education*. Hershey, Pennsylvania/Londres: IGI Global.

Fox, Jesse y Tang, Wai Yen (2016). "Women's experiences with general and sexual harassment in online video games: Rumination, organizational responsiveness, withdrawal, and coping strategies". *New Media & Society*.

Disponible en:

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444816635778?journalCode=nmsa> [Consulta: 05/2017].

Frasca, Gonzalo (2009): "Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción". En: Ramos, M. y Pérez, O. (eds.). *Videojuegos y Comunicación: hacia el lenguaje del videojuego*. *Comunicación*, núm. 7, pp. 37-44. Universidad de Sevilla.

Gelder, Ken y Thornton, Sarah (1997). *The Subcultures Reader*. Londres; Nueva York: Routledge.

González García, Marta y Pérez Sedeño, Eulalia (2002). "Ciencia, Tecnología y Género". *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación* 2, Enero-Abril 2002.

González Lorenzo, Jesús M. y Quero Gervilla, Mercedes (2013). "Arriesgar sin riesgos: videojuegos para la creatividad". *Revista Estudios de Juventud*. *Injuve*, 103, pp. 125-145.

Green, C. Shawn y Bavelier, Daphne (2003). "Action video game modifies visual selective attention". *Nature*, 423, pp. 534-537.

Haraway, Donna (1995). *Ciencia, cíborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.

Harding, Sandra (1996). *Ciencia y feminismo*. Madrid: Ediciones Morata.

Hilbert, Martin (2011). "Digital gender divide or technologically empowered women in developing countries? A typical case of lies, damned lies, and statistics. *Women's Studies International Forum*, 34 (6), pp. 479-489.

Himanen, Pekka (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.

Huizinga, Johan (2007). *Homo ludens*. Madrid: Alianza Editorial.

Hunicke, Robin, LeBlanc, Marc y Zubek, Robert (2004). *MDA: A formal approach to game design and game research*. Conferencia dictada Game Design and Tuning Workshop at the Game Developers Conference, San Jose 2001-2004. Disponible en:

<http://www.cs.northwestern.edu/~rob/publications/MDA.pdf> [Consulta: 05/2017].

Huyer, Sophia y Sikoska, Tatjana (2003). *Overcoming the Gender Digital Divide: Understanding ICTs and Their Potential for the Empowerment of Women*. INSTRAW.

Ipsos Connect. (2014). *Game Track Digest, Quarter 2, 2014*. Disponible en: http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/gametrack_european_summary_data_2014_q2.pdf [Consulta: 05/2017].

Ipsos Connect. (2017). *New Faces of Gaming*. Disponible en: https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Gaming_Feb_17.pdf [Consulta: 05/2017].

Keller, Evelyn Fox (1985). *Reflections on Gender and Science*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Kücklich, Julian (2005). "Precarious playbour: Modders and the digital games industry". *Fibreculture* 5. Disponible en: <http://www.journal.fibreculture.org/issue5/kucklich.html> [Consulta: 07/2011].

Kuznekoff, Jeffrey H. y Rose, Lindsey (2013). "Communication in multiplayer gaming: Examining player responses to gender cues". *New Media & Society*, 15 (4), pp. 541-556.

Lakoff, George y Johnson, Mark (1980). *Metaphors we live by*. Chicago/Londres: The University of Chicago Press.

Lara, Catalina (2006). "Rosalind Franklin y el descubrimiento de la estructura del DNA". En Lara, Catalina (ed.) *El Segundo Escalón. Desequilibrios de Género en Ciencia y Tecnología*. Sevilla: ArCiBel, pp. 133-157.

Levis, Diego (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós.

Longino, Helen (1993). "Subjects, Power and Knowledge: Description and Prescription". En: L. Alcoff (ed.) *Feminist Philosophies of Science in Feminist Epistemologies*. Nueva York: Routledge.

López Redondo, Isaac (2014). *¿Qué es un videojuego?*. Benacazón, Sevilla: Héroes de Papel.

Lynch, Teresa et al. (2016). "Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years." *Journal of Communication*, 1 (4), pp. 564-584.

Marín, Inma (2013). *Gamificación. El poder del juego en la gestión empresarial y en la conexión con los clientes*. Barcelona: Ediciones Urano/Empresa Activa.

Marinas, J. M. (2000). "La construcción discursiva de la identidad" en: Crespo, E. y Soldevilla, C. (eds.). *La constitución social de la subjetividad*. Madrid: Ediciones La Catarata, pp. 45-56.

Martínez García, Cristina (2014). *La búsqueda de nuevos valores, referentes y modelos en un mundo líquido: el refugio de la cultura "friki" en España*. Salamanca: Universidad pontificia de Salamanca. Tesis doctoral disponible en: <http://summa.upsa.es/pdf.vm?id=0000033145&page=1> [Consulta: 05/2017].

Martey, Rosa Mikeal et al. (2014). "The strategic female: Gender-switching and player behavior in online games". *Information Communication and Society*, 17 (3), pp. 286-300.

Nardi, Bonnie y Harris, Justin (2010): "Strangers and Friends: Collaborative Play in World of Warcraft". En Husinger, J. et al. (eds.) (2010). *International Handbook of Internet Research*. Amsterdam: Springer Netherlands, pp. 395-410.

Newman, James (2005). *Videogames*. Londres/Nueva York: Routledge.

Pérez Martín, Joaquín et al. (2006). *Mujeres y videojuegos: hábitos y preferencias de las videojugadoras*. Madrid: Universidad Europea de Madrid. Disponible en: www.adese.es/pdf/EstudioMujeresyvideojuegos.pdf. [Consulta: 05/2017].

Pérez Sedeño, Eulalia (2001). "Retóricas Sexo/Género", en Pérez Sedeño, E. y Alcalá Cortijo, P. (coord.) (2001) *Ciencia y Género*, Madrid: Editorial Complutense, pp. 417-434.

Pérez Sedeño, Eulalia y González García, Marta (2002). "Ciencia, Tecnología y Género". Madrid: OEI, vol nº 2.

Pérez Sedeño, Eulalia (2003). *La situación de las mujeres en el sistema educativo de ciencia y tecnología en España y su contexto internacional, Programa de análisis y estudios de acciones destinadas a la mejora de la calidad de la enseñanza superior y de actividades del profesorado*

universitario. Disponible en:

<http://www.ohchr.org/Documents/Issues/CulturalRights/ConsultationEnjoyBenefits/UNESCOLASITUACIaNDELASMUJERESENELSISTEMA.pdf> [Consulta: 05/2017].

Pérez Sedeño, Eulalia (2007). “Buscadoras de estrellas... y con la cabeza bien alta”. En VVAA. *La historia no contada*, Albacete: Ed. Municipal.

Pérez Sedeño, Eulalia y Kiczkowski, Adriana (2010): *Un universo por descubrir: Género y astronomía en España, Madrid-México*, Ed. Plaza y Valdés.

Preciado, Beatriz (2002). *Manifiesto contra-sexual*. Madrid: Opera Prima.

Pricewater Coopers (2016). *The burgeoning evolution of eSports. From the fringes to front and center*. Disponible en: <https://www.pwc.se/sv/pdf-reports/the-burgeoning-evolution-of-esports.pdf> [Consulta: 05/2017].

Raymond, Eric Steven (2000). *The Art of Unix Programming*. Disponible en: <http://www.catb.org/esr/writings/taoup/html/> [Consulta: 05/2017].

Raymond, Eric Steven (2001). *How to become a hacker*. Disponible en: <http://www.catb.org/esr/faqs/hacker-howto.html> [Consulta: 05/2017].

Rendueles, César (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitán Swing.

Rivière, Joan (1929). "Womanliness as a masquerade". *International Journal of Psycho-Analysis*, X, pp. 303-313.

Rodríguez-Hoyos, Carlos y Joao Gomes, María (2013). "Videojuegos y educación: una visión panorámica de las investigaciones desarrolladas a nivel internacional". *Profesorado: Revista de currículum y formación del profesorado*, 17 (2), pp. 479-494.

Royse, Pam et al. (2007). "Women and games: technologies of the gendered self". *New Media & Society*, 9 (4), pp. 555-576.

Rubio Méndez, María (2011). "Retos y posibilidades de la introducción de videojuegos en el aula". *Revista de Estudios de Juventud*, 98, pp. 118-134.

Rubio Méndez, María (2011). "Videojuegos como laboratorio para la construcción de la identidad de género". Tesis de Fin de Máster. Salamanca: USAL.

Rubio Méndez, María et al. (2011). "Videojuegos y género en la práctica docente". *Actas del III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género*. Universidad de Sevilla, Unidad de Igualdad, pp. 1785-1802. Disponible en: http://wdb.ugr.es/~esmujer/Agatalgnaciuk/en/wp-content/uploads/pdf/Investigacion_Genero_11.pdf [Consulta: 05/2017].

Rubio Méndez, María (2012). *Videojuegos y género: propuestas para una reapropiación eficaz del medio*. Comunicación presentada en el IX Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Género. Sevilla.

Rubio Méndez, María (2013). Habitando el filo del espejo: tecnología y subjetividad. *Revista Estudios de Juventud*, 102, pp. 55-67.

Rubius, El (2014). *El libro troll*. Madrid: Temas de Hoy.

Salen, Katie y Zimmerman, Eric (2004). *Rules of Play. Game Design Fundamentals*. Cambridge, MA: MIT Press.

Santamarina, Cristina (2000). "Espacios experienciales y subjetividad de género". En Crespo, E. y Soldevilla, C. (eds.) (2000). *La constitución social de la subjetividad*, Madrid: Catarata, D.L.

Scholand, Michael (2002). "Localización de videojuegos". *Revista Tradumàtica: traducció i tecnologies de la informació i la comunicació*, 1.

Shaheen, Jack (1997). *Arab and Muslim Stereotyping in American Popular Culture*. Washington D.C.: Center for Muslim-Christian Understanding, Georgetown University.

Shaheen, Jack (2012). *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*. Northampton, Massachussets: Interlink Publishing.

Shen, Cuihua et al. (2016). "Do Men Advance Faster Than Women? Debunking the Gender Performance Gap in Two Massively Multiplayer Online Games". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 21 (4), pp. 312-329.

Sutton-Smith, Brian y Avedon, Elliot M (eds.). (1971). *The Study of Games*. Nueva York: John Wiley & Sons.

Turkle, Sherry (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Paidós.

UNDP/UNIFEM (2014). *Report on Gender and ICT in Central and Eastern Europe and the Commonwealth of Independent States*. Disponible en: <http://un.by/pdf/GenderICT2004en.pdf> [Consulta: 05/2017].

Williams, Dimitri et al. (2006). "From tree house to barracks: The social life of guilds in World of Warcraft". *Games & Culture*, 1 (4), pp. 338-361.

Wirman, Hanna (2009). "On Productivity and Game Fandom". *Transformative Works and Culture* vol. 3.

Woolf, Linda y Hulsizer, Michael R. (2004). "Hate groups for dummies: How to build a successful hate group". *Humanity and Society*, 28 (1), pp. 40-62.

Zafra, Remedios. (2010). *Un cuarto propio conectado*. Madrid: Fórcola.

FILMOGRAFÍA

Reiner, Rob. (1987). *La princesa prometida*. Estados Unidos.

Zemeckis, Robert. (1989). *Regreso al futuro II*. Estados Unidos.

Levant, Brian. (1992). *Beethoven*. Estados Unidos.

Badham, John. (1983). *Juegos de guerra*. Estados Unidos.

Castle, Nick. (1984). *Starfighter: la aventura comienza*. Estados Unidos.

Holland, Todd. (1989). *El campeón del videojuego*. Estados Unidos.

Helten, Conrad. (2017). *Barbie video game hero*. Estados Unidos.

Amores, Marina. (2015). *Mujeres+Videojuegos [Documental]*. España.

LUDOGRAFÍA

Age of Empires (1997). Ensemble Studios.

Assassin's Creed: Syndicate (2015). Ubisoft.

Battlefield 1 (2016). Electronic Arts.

Bayonetta (2014). PlatinumGames.

Brothers: a tale of two sons (2013). Starbreeze Studios.

Call of Duty: Black Ops III (2015). Treyarch.

Call of Duty: Ghosts (2013). Infinity Ward.

Cooking mama (2006). Office Create.

Depression Quest (2013). Zoë Quinn.

Dragon Age: Inquisition (2014). BioWare.

Fallout 4 (2015). Bethesda Game Studios.

Fifa 16 (2015). Electronic Arts.

Final Fantasy (1987). Square.

Fragments of Him (2016). Sassybot.

Goat Simulator (2014). Coffee Stain Studios.

Gone Home (2013). Fullbright Company.

Grand Theft Auto V (2013). Rockstar Games.

Halo 3 (2007). Bungie.

Horizon Zero Down (2017). Guerrilla Games.

Life is Strange (2015). Dontnod Entertainment.

Los Sims (2000). Maxis.

Mass Effect: Andrómeda (2017). BioWare.

Metal Gear Solid V (2015). Kojima Productions.

Minecraft (2011). Mojang.

Mortal Kombat (1992). Avalanche Software.

Need for Speed (2015). Electronic Arts.

Overwatch (2016). Blizzard Entertainment.

Patito feo, el juego más bonito (2010). Sony.

Portal (2007). Valve Corporation.

Portal 2 (2011). Valve Corporation.

Queer Power (2004). Molleindustria.

Rise of the Tomb Raider (2015). Crystal Dynamics.

Rome Total War (2004). The Creative Assembly.

Second Life (2003). Linden Lab.

Silent Hill: Shattered Memories (2009). Climax Studios.

Spacewar! (1962).

Star Wars: Battlefront (2015). Electronic Arts.

Super Mario (1985). Nintendo.

Tennis for two (1958).

Tetris (1984).

The Exiled Realm of Arborea - TERA (2011). Blue Hole Studio.

The Last of Us (2013). Naughty Dog.

The Last of Us: Left Behind (2014). Naughty Dog.

The Legend of Zelda (1986). Nintendo.

Tomb Raider (1996). Core Design.

Tomodachi Life (2013). Nintendo.

Uncharted 4: A Thief's End (2014). Naughty Dog.

Watch Dogs 2 (2016). Ubisoft.

World of Warcraft (2004). Blizzard Entertainment.