



# El Extra-juego

---

*Un análisis de género del mundo  
que rodea a los videojuegos*

Autor:

**Jorge Martín Gutiérrez**

Tutora:

**Cristina Cuenca García**

**Trabajo Fin de Máster**  
Máster Universitario en Psicología Social  
Universidad Complutense de Madrid

**Curso 2017-2018**



# Índice

<b>Resumen y palabras clave .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>3</b>
• Estado de la cuestión .....	3
• Marco Teórico .....	4
• Objetivos .....	15
<b>2. Metodología.....</b>	<b>16</b>
<b>3. Resultados .....</b>	<b>20</b>
Tipología propia de videojugadoras y videojugadores .....	20
Lugares especializados de videojuegos .....	22
Número de videojugadores y videojugadoras .....	27
Percepción del videojugador y la videojugadora .....	28
Pasado y futuro de videojugadores y videojugadoras .....	32
Percepción del mundo del videojuego e “intra-juego” por parte de <i>l@s players</i> .....	33
Percepción del videojuego: comunidad, contribuciones y desventajas.....	35
<b>4. Discusión .....</b>	<b>38</b>
<b>5. Referencias bibliográficas.....</b>	<b>45</b>
<b>6. Anexos .....</b>	<b>47</b>

## Resumen y palabras clave

Resumen: En este trabajo hemos realizado un análisis psicosocial en clave de género del “Extra-juego”, el entorno creado por las personas videojugadoras en interacción con la industria del videojuego y con otros actores críticos. Para ello hemos reexaminado la producción científica actual y algunos hallazgos sobre el “Intra-juego”: la escenificación del videojuego y sus personajes. Partimos del examen de la producción científica actual sobre el "extra-juego" que hemos completado incluyendo en la exposición algunas cuestiones relevantes del “intra-juego”, que se focalizan en la escenificación del videojuego y sus personajes y que nos acercan a la vivencia de las personas cuando juegan.

Hemos analizado diferentes aspectos relacionados con los videojugadores y las videojugadoras como la forma de entrada en esta práctica, el número de personas usuarias, sus diferentes tipologías o clasificaciones, sus percepciones, sus prácticas de juego y sus lugares de encuentro. Nos hemos adentrado en la percepción diferenciada en virtud del género sobre los participantes en estas actividades y hemos tratado de analizar con estas claves el pasado y el posible futuro de la industria del videojuego y de los videojugadores y videojugadoras. Nuestro trabajo confirma las diferencias de género en los videojuegos y el "extra-juego" y aporta más evidencias sobre la llamada segunda brecha digital de género, fenómeno que evidencia cómo la socialización "tecnológica" se contagia de la estereotipia de género presente en nuestra sociedad y genera diferencias entre hombres y mujeres en su relación con las tecnologías. Por último, defendemos que el carácter socializador de los videojuegos y los actuales retos de su industria pueden ser el punto de partida para romper con la tradicional atribución patriarcal de roles de género que conlleva claras desventajas para las mujeres en su relación con la tecnología.

Palabras clave: Género, Videojuegos, Brecha digital, Videojugador, Videojugadora, “Extra-juego”, “Intra-juego”

# 1. Introducción

## ***Estado de la cuestión***

Desde su nacimiento en la década de los 70 los videojuegos se han expandido a niveles asombrosos llegando a convertirse en un fenómeno de talla mundial. Su importancia a nivel económico, en el caso español la industria llegó a producir 1.177 millones de euros en 2016 (Collado, 2018), solo es comparable a su relevancia social pues cuentan con millones de jugadores y jugadoras por todo el mundo. En España los datos muestran que en el año 2016 se llegó a la cifra de 15 millones de videojugadores y videojugadoras (Asociación Española de Videojuegos, 2017).

Por tanto nos adentramos en un fenómeno masivo y en crecimiento que concita a gran cantidad de personas, cuyos perfiles sociales son bastante heterogéneos y que, como psicólogos sociales, sabemos que afecta e influye en la construcción de la identidad social pues desde nuestras primeras clases de procesos de socialización somos capaces de catalogarlos como agente de socialización impersonal (Torregrosa y Fernández, 1984). Sin embargo, pese a la gran importancia del fenómeno del videojuego, en el presente, y especialmente en el futuro, resulta ser casi un desconocido en el ámbito académico, o cuanto menos, no recibe el nivel de atención analítica que creemos requiere un fenómeno social de este calibre.

Fue esta falta de análisis social la que nos instó a realizar un trabajo previo al que hoy nos ocupa. Entendimos que en una sociedad como la nuestra, que busca lícitamente la igualdad de género, era significativo analizar cómo se expresaba el género en el videojuego debido a la importancia socializadora del mismo. En esta investigación previa elaboramos un análisis de género dentro de lo que dimos en llamar el “intra-juego”, es decir, el contenido del videojuego en sí sin llegar más allá de ese elemento. El “intra-juego” alude a la experiencia de la persona que juega, es el mundo interior del videojuego, protagonizado por jugadores y jugadoras, sus percepciones y las posibilidades de ambos dentro del universo creado en el videojuego.

Sin embargo, aunque fructífera, tal investigación no fue suficiente para abarcar en su complejidad este fenómeno, pues habíamos realizado el análisis del contenido del juego pero ¿y la industria?, ¿y el caso de los y las grandes protagonistas: los jugadores y las jugadoras?: los establecimientos creados para ellos y ellas, las grandes convenciones famosas de videojuegos... Por lo tanto en este trabajo analizamos lo que no pudimos en el anterior estudio, la otra cara de la moneda, “el extra-juego”: el mundo creado fuera del videojuego (pero relacionado a él) por jugadoras y jugadores y para jugadoras y jugadores. De esta manera pretendemos ampliar el foco del análisis de las cuestiones de género en los videojuegos. Hemos examinado la historia y el contexto actual de la industria del videojuego y hemos realizado un análisis cualitativo del mundo de los videojugadores y las videojugadoras en el que hemos tratado de analizar cómo se perciben, cómo interactúan, cómo hablan y, por supuesto, cómo juegan los hombres y las mujeres. Así creemos haber conseguido arrojar un poco de luz, en cuestiones de género, sobre el “extra-juego” y también orientar futuras investigaciones sobre el fenómeno.

## Marco Teórico

### Estudio previo

Nos parece conveniente exponer un trabajo previo de nuestra autoría: el cual se tituló “Videojuegos: un análisis de la representación de género”. Partíamos de la consideración de los videojuegos como agente de socialización y realizamos un análisis de contenido de los videojuegos en cuestiones de género, para observar como éste era representado en ellos. Los objetivos específicos eran analizar las diferencias de género, en número de personajes o en sobre quién recaía el protagonismo mayoritariamente y finalmente en cómo eran “escenificados” los personajes de los videojuegos según su género (habilidades, poderes y formas de vestir). La metodología utilizada en nuestra investigación fue la etnografía y para su análisis final realizamos un análisis de contenido centrándonos en las diferencias de género. El trabajo de campo, que fue realizado a lo largo del año 2016, consistió en “jugar” y examinar un número total de 10 videojuegos, seleccionados por su puntuación en revistas y páginas web especializadas en videojuegos (Meristation, 2016a), (Meristation, 2016b), (Metacritic, 2016a), (Metacritic, 2016b), (Vandal, 2004a), (Vandal, 2004b), (Vandal, 2005a), (Vandal, 2005b), (Vandal, 2005c), (Vandal, 2005d). El análisis se realizó a través de una plantilla de recogida de datos que incluía las variables a observar.

¿Qué pudimos sacar en claro de esta investigación? Pues en primer lugar el hecho de que los videojuegos son agentes socializadores cada vez más importantes “*En una sociedad tecnológica como la nuestra, los videojuegos constituyen verdaderas herramientas lúdicas de socialización en las TIC<sup>1</sup>*” pues “*Los juegos constituyen, por tanto, momentos de intensa socialización, actuando como herramientas para que los pequeños y las pequeñas aprendan cosas, participando lúdicamente en su proceso de socialización en el grupo de referencia y pertenencia*” (Gil y Torné, 2010).

En segundo lugar, pudimos comprobar en base a los siguientes principales resultados que la representación de género en los videojuegos que analizamos era desigualitaria y que no se adecuaba a los ideales de igualdad de género actuales pues se encontró desigualdad en la representatividad de ambos sexos y también pudo observarse la reproducción de estereotipos tradicionales de género, por lo tanto fomentando, presumiblemente, el perpetuamiento de la desigualdad de género en nuestra sociedad.

En cuanto a los principales resultados obtenidos a través de nuestro análisis “videográfico” encontramos una diferencia destacada entre la cantidad de personajes masculinos y femeninos, siendo los primeros los mayoritarios, y también constatamos que en uno de los 10 videojuegos, el cual era de temática bélica, nada más que aparecían hombres. En la mayoría de videojuegos el personaje masculino era el protagonista. Finalmente la escenificación de los personajes la dividimos en distintos apartados y a la par tuvimos que crear ciertas categorías de clasificación ante la gran cantidad de datos que observamos:

- Atractivo/a: sobre la escenificación de los personajes en el sentido de la belleza exhibida, siempre desde los cánones de belleza dominantes en nuestra sociedad, pudo observarse que los personajes femeninos eran representados con más frecuencia como atractivos, así aunque existía una mayor cantidad de personajes masculinos no todos eran representados de forma atractiva.
- Roles cumplidos: en el caso de los personajes masculinos mayoritariamente existían 3 roles principales los de combate, los de enemigos y los de jefes enemigos. Sin embargo en el

---

<sup>1</sup> Tecnologías de la Información y la Comunicación

caso de los personajes femeninos pudimos ver que cumplían mayoritariamente los roles de combate, de apoyo y de víctima.

- Atributos representados: la mayoría de atributos representados en los personajes masculinos eran de fuerza, mandato, orgullo, competitividad, salvador de la mujer... en el caso de los personajes femeninos, por contraste, fueron indefensión, emocionalidad, sensualidad, cobardía, sumisión...
- Ropas vestidas: en el caso de los personajes masculinos en su mayoría vestían equipo de combate o ropa común y cómoda, sin embargo en el caso de los personajes femeninos se observó una clara mayoría de ellas que vestían ropa pensada para mostrar la voluptuosidad de su cuerpo, seguida por ropa normal y cómoda.
- Poderes/Habilidades: finalmente los poderes y habilidades que ostentaban los personajes masculinos se definían mayoritariamente en las categorías de habilidades de combate y fuerza en contraste los personajes femeninos se definían en su mayoría en categorías tales como poderes mágicos y habilidades atléticas.

Además de constatar claras diferencias en la representación de género dentro de los videojuegos y preguntarnos sobre el futuro de los niños y niñas socializadas en estos juegos, este trabajo nos permitió avanzar analítica y teóricamente en la comprensión del fenómeno psicosocial del videojuego al adoptar la diferencia teórica, pues en ocasiones el intersticio resulta difícilmente trazable, entre dos dimensiones complementarias, el “intra-juego” y el “extra-juego”.

El “intra-juego” fue analizado en este trabajo previo, incluye el contenido (objetivo y subjetivo) del videojuego, la historia, los personajes, las opciones dentro del videojuego... en suma, todo lo que comprende y compone la experiencia inmersiva del sujeto en el videojuego y que puede asimilarse a la “experiencia personal e individual” de cada persona que juega. En contraposición, tenemos el “extra-juego” este podemos definirlo como todo lo externo pero que indefectiblemente está relacionado con los videojuegos y los rodea pues se deriva de ellos, hablamos del habitus de los videojugadores y videojugadoras, de los lugares de venta, ocio y juego de ellos/as, de las grandes convenciones de videojuegos, de la alta competición...en definitiva, todo lo que rodea a la temática del videojuego, sus usuarias/os, lugares, eventos, entretenimiento y competición, esto será lo que analizaremos en el presente trabajo.

Creímos que este trabajo previo conseguía dar una mirada analítica al “intra-juego”, sin embargo habiendo advertido la existencia del “extra-juego” creímos que nos faltaba estudiar esta otra parte fundamental que compone el fenómeno de los videojuegos.

### *Mercado del videojuego y mundo del “intra-juego”: representación de género*

Sobre el “intra-juego” Tejeiro y Pelegrina exponen que la mujer en los videojuegos resulta subrepresentada cualitativa y cuantitativamente. Afirman que el número de personajes femeninos es considerablemente más bajo comparativamente a los masculinos además de que estos personajes femeninos suelen jugar papeles secundarios o subordinados, ejemplos de ello: el rol de “damisela en apuros” apresada que necesita ser rescatada o el rol de “recompensa” para el victorioso héroe masculino. Incluso en videojuegos donde la protagonista es mujer no escapa de la estereotipación general que se da de estos personajes femeninos que aparecen como objeto de deseo, con generosas curvas, grandes pechos y vestidos ajustados (Tejeiro y Pelegrina, 2008).

Otro tema interesante para nuestra investigación es averiguar si el mercado de los videojuegos está enfocado a los hombres, para tratar este punto nos resulta interesante observar las

afirmaciones de León y López que afirman: “*el uso de los videojuegos es un comportamiento cultural masculino, los chicos juegan el doble que las chicas, y esto hace que el mercado se organice para los varones reforzando la tendencia de género. Y si las chicas juegan menos puede ser debido a que los juegos están pensados para un imaginario masculino que dan respuesta a los deseos, afinidades y aficiones de los chicos, obviando e ignorando las preferencias de las chicas*” (León y López, 2003). Aunque algo antigua esta referencia nos hace ver como el mercado, al menos en sus inicios, se enfocaba hacia los hombres jugadores. Un ejemplo de ello es el llamado fenómeno “*Gameboy*” que señala Volnovich: en el año 1989 Nintendo introducía al mercado la videoconsola portátil llamada *Gameboy* la cual posteriormente se popularizaría de forma vertiginosa sin embargo lo importante de este hecho es la sutilidad existente en el mismo nombre de la consola, pues en él introduce dos conceptos que, por lo que se ve, están intrínsecamente unidos para definir a la consola y por tanto al uso de juegos: *Game* (juego) y *Boy* (chico) lo cual es un claro delimitante de quién debe o quién “es más normal” que juegue siendo este el varón. Como bien hace notar Volnovich esto no es algo accidental pues de ser así podrían haberla llamado *Gamekids* o *Gamechild* sin embargo es sumamente significativo que Nintendo la bautizara como *Gameboy*. Toda esta reflexión nos lleva a la frase textual de Volnovich citada anteriormente y es que si el origen del nombre de la consola delimita ya el uso según el género es de cierta forma lógico que el destino sea unos consumidores mayoritariamente masculinos, de hecho para Volnovich la respuesta al origen del nombre es muy tajante pues él cree simplemente que “*estaba destinada al segmento de público integrado por varones niños y adultos jóvenes*” (Volnovich, 2008). Esta creencia de Volnovich también la secundan las mujeres del estudio de Pérez y otros las cuales opinan en un 36,33% que los videojuegos están orientados al público masculino (Pérez, Ruíz y Portillo, 2006).

Es interesante, y un ejemplo ilustrativo a este respecto, el caso de Lara Croft, protagonista de la saga de videojuegos “*Tomb Raider*” (Core Design, 1996) Montagnana empieza a hablar sobre ella en su libro y, de entrada, su forma de nombrar el capítulo resulta interesante: “*Tomb Raider: por qué no nos importa ser Lara*” ya que en esa frase en primer lugar parece dar a entender que a los jugadores “les importa” (ponen peros) el hecho de encarnar a la protagonista femenina de “*Tomb Raider*” simplemente por su sexo y a la par también parece mostrar en sus palabras que cree dirigirse a un público esencialmente masculino asumiendo que los lectores interesados en videojuegos serán, por lo menos en su mayoría, hombres (Montagnana, 2009). Por otra parte hemos de saber que ella es una de los iconos femeninos más importantes de los videojuegos pues es una de las primeras protagonistas femeninas en videojuegos que, aunque sexualizadas, se mostraban independientes y luchadoras, sin embargo sus fans podrían sorprenderse al saber que, en origen, la protagonista de la saga iba a ser un hombre sin embargo la idea se desechó pues según la versión de Montagnana el cambio de parecer sobre el sexo del personaje se debió a la reflexión de un desarrollador llamado Jeremy Heath-Smith la cual textualmente consistía en que: “*ya que el jugador iba a pasarse horas y horas viendo un par de nalgas ¿por qué no darles una forma, digamos, mas voluptuosa? De chica vamos*” (Montagnana, 2009), ésta afirmación resulta reveladora y confirmatoria en lo tocante a si el mercado de los videojuegos está más enfocado al público masculino.

Montagnana continua más adelante diciendo que gracias a su enorme atractivo, según el público masculino, y a su coraje, según el público femenino Lara Croft pudo hacerse un lugar en el corazón de los/as aficionados/as a videojuegos (Montagnana, 2009), esta afirmación es importante pues establece, según Montagnana, que los hombres se guían en su predilección por Lara debido solo a su físico sexualizado y atractivo mientras que en el caso de las mujeres es debido a los valores que transmite. Con esto se emite la idea de que el videojugador prefiere evitar jugar con protagonistas femeninas (“le importa”, por lo general, el tener que

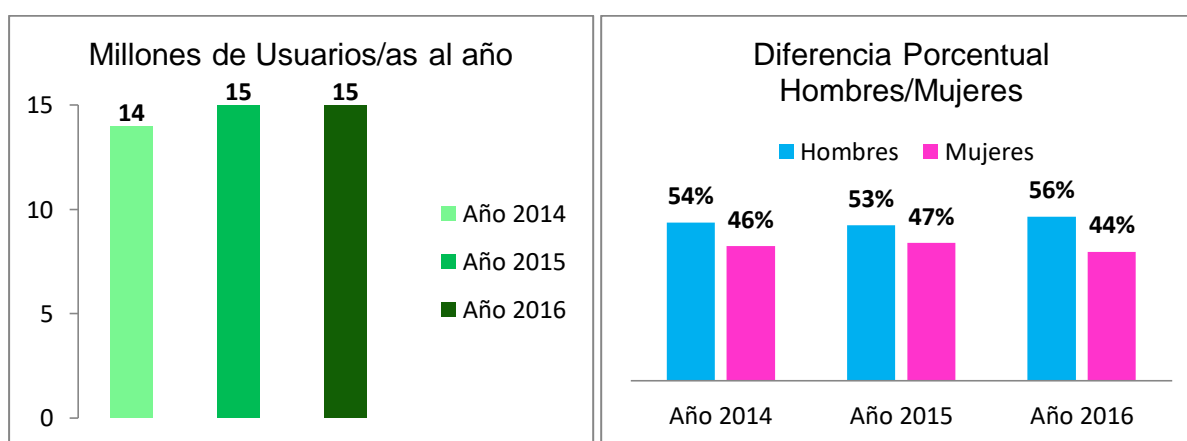
jugar con ellas) pues le resultan menos interesantes que los masculinos solamente por su sexo (es decir, de alguna forma la consideran inferior a ellos) y a la par que los videojugadores solo son capaces de aceptar a una protagonista femenina tan solo por lo sexualizada que está, no por otra razón.

Por último debemos destacar que desde la industria se han creado una serie de juegos que son específicos para mujeres y dirigidos. Bueno y García nos dicen que basan su temática en los intereses que se asumen como “específicos para chicas”, es decir, el maquillaje y la moda además de la reproducción de otros estereotipos que se reconocen como tradicionalmente femeninos. Éstos son los denominados videojuegos “color rosa” (Bueno y García, 2012). Gil y Torné corroboran esto pues dicen que desde el mercado de videojuegos se han diseñado juegos destinados concretamente a atraer a las niñas sin embargo este intento de captarlas como consumidoras esta cimentado en la base de que ellas consumirán estereotipos reconocidos como femeninos, es decir, que el intento de atraer mujeres se basa en mostrar estereotipos tradicionales femeninos confiando en que los consuman (Gil y Torné, 2010).

### *El fenómeno del videojuego en cifras*

Como podemos observar en el siguiente grafico, ha existido un crecimiento de videojugadores y videojugadoras desde el año 2014 hasta el 2015, desde los 14 millones de usuarios/as hasta los 15 millones cifra que se mantuvo en el año 2016. Además desde el año 2014 el volumen de jugadores hombres era mayor que el de mujeres aunque también es notorio que la diferencia entre sexos no es demasiado grande pues la diferencia máxima encontrada apenas supera el 10%. Por otra parte también podemos destacar que desde 2014 hasta 2015 existió un aumento de las usuarias mujeres tendencia que, sin embargo cayó en el año 2016.

**Gráfico 1** Comparativa porcentual de usuarios/as de videojuegos hombres y mujeres en los años 2014, 2015 y 2016



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos recogidos en (Asociación Española de Videojuegos, 2015), (Asociación Española de Videojuegos, 2016), (Asociación Española de Videojuegos, 2017).



## Género

Si pretendemos realizar un análisis de género en el “extra-juego” es necesario que en este punto centremos el foco en conceptos teóricos relacionados. Es por ello que acudimos en primer lugar a Shaffer, un experto en socialización de género. Él explica que en nuestra sociedad existen unas ciertas expectativas asumidas sobre como las mujeres y los hombres deben comportarse y sobre qué cometidos distintos deben desempeñar esto es lo que él da en llamar la “tipificación de género” la cual define como un “*proceso por el cual los niños adquieren no sólo una identidad de género sino también los motivos, valores y comportamientos considerados apropiados en su cultura para los miembros de su sexo biológico*” (Shaffer, 2000). Esta tipificación de género podríamos afirmar que es la razón por la que tradicionalmente en el caso de los hombres se les ha incitado a asimilar un “rol instrumental” el cual supone basar su personalidad y esencia en la independencia, la asertividad, la competitividad y la dominancia todo para el futuro rol que, supuestamente, debe desempeñar, el defensor y sustentador de la unidad familiar. Sin embargo esto cambia radicalmente en el caso de las mujeres pues a ellas se las influye de manera que asuman un “rol expresivo” el cual engloba la amabilidad, la cooperatividad, la calidez y la capacidad de ser sensible a las necesidades de los demás, valores que presumiblemente le servirán en su supuesto rol futuro de madre y esposa (Shaffer, 2000).

A este respecto Torregrosa y Fernández hablando sobre las diferencias de sexo en el desarrollo cognitivo y moral y, concretamente, la socialización sexual nos muestran las ideas de autores como Kohlberg y Loevinger en las cuales observamos concordancia con lo postulado por Shaffer pues ellos entienden la tipificación sexual como “*la adquisición de una configuración de percepciones y valores del mundo social y una construcción simbólico-cognitiva de los roles diferenciados. La autoimagen y la identidad sexual cognitiva se configuran a partir de las categorías simbólicas: “hombre” y “mujer”*”. A lo cual también añaden que “*la actividad cognitiva y el desarrollo moral (...), dependen del sexo de los individuos y de su identificación con roles sexuales socialmente tipificados*” (Torregrosa y Fernández, 1984).

Por otra parte, profundizando más en el caso de la socialización masculina, Palacio nos muestra que en la construcción de la socialización masculina se interiorizan una serie de características aprendidas muy similares a las que cita Shaffer: la responsabilidad en el cuidado de los “débiles” (no tanto en el sentido de apoyo o cuidado sino en el de ejercicio del poder), el rechazo por la femineidad en general y un acercamiento a ella solo cuando signifique posesión y conquista de la mujer, un rechazo que debe sentirse por la homosexualidad y, en contraste, un exacerbamiento de la heterosexualidad, la obligación de búsqueda de los recursos en el espacio público, una afirmación constante de la importancia y superioridad de ser hombre, autonegación de la debilidad y una aversión por la emocionalidad y la muestra de sentimientos (Palacio, 1999).

Finalmente Gil y Torné señalan que desde que son niños a los varones se les enseña a “*ser independientes, se potencian los rasgos de personalidad propia, tener iniciativa, gusto por la aventura y situar el interés en sí mismos*” (Gil y Torné, 2010). Sin embargo en el caso de las mujeres la diferencia es significativa puesto que “*se las enseña a ser receptivas y acogedoras, a no situar el interés en sí mismas sino en los demás, a cuidar a los otros y se potencian sentimientos de competencia respecto al grupo de iguales*” (Gil y Torné, 2010).

Vemos nuevamente que se da un perfecto ensamblaje entre las afirmaciones de Gil, Torné, Shaffer, Torregrosa, Fernández y Palacio dejándonos clara la idea sobre la socialización de género cuya impronta tratamos de buscar en este trabajo.

Visto el género como un tema general trataremos de ser más específicos y veremos ahora estudios previos a nuestro trabajo en los cuales la temática versa sobre el género y esté relacionada a videojugadores y videojugadoras. Por tanto nos es obligado hablar sobre la brecha digital de género, ésta podemos definirla brevemente como la no igualdad en la posibilidad de acceso y en el uso de las TIC entre hombres y mujeres.

Sobre ella Gil y otros nos dicen que era evidente que existía una primera brecha digital de género pues se apuntaba que era el acceso diferencial a las TIC la principal barrera que más explicaba la reducida presencia de mujeres en ellas, sin embargo ellos afirman también que una vez superada esta primera brecha ahora es posible distinguir una segunda brecha digital de género. Una que, a diferencia de la primera que podía ser estudiada, detectada y criticada en base a datos básicamente cuantitativos, necesita de estudios de corte cualitativo pues consta de fenómenos (experiencias, intensidad, afección respecto a las TICs) difícilmente operacionalizables.

Gil y otros afirman que los hombres profesan hacia las TIC unos sentimientos en su mayoría positivos lo cual remarcaría un mayor apego hacia las mismas algo que en el caso de las mujeres, por el contrario, comparado a los hombres, muestran menor interés, menor confianza en sí mismas e incluso cierta ansiedad debido a una infravaloración de sus propias habilidades tecnológicas respecto a las que realmente son. ¿Pero cómo se conforman estos sentimientos que se tienen hacia las TICs? de tener experiencias positivas con ellas tanto en la infancia como en la juventud y de que el aprendizaje se dé de manera informal. Gil y otros indican que los hombres tienen más experiencias positivas que las mujeres, estas experiencias son la base sobre la que luego se construyen los perfiles de usuarios/as con aptitudes y sentimientos de competencia diferenciados. El aprendizaje informal, en menor medida, también tiene su importancia a la hora de construir esa afección por las TICs, éste es todo aprendizaje que se da fuera del ámbito escolar y académico, Gil y otros aseguran que en el caso de las mujeres este aprendizaje se destina a fines basados en la comunicación o para el trabajo escolar, sin embargo este tipo de aprendizaje por parte de los hombres suele destinarse a un fin lúdico, más específicamente para jugar videojuegos (Gil, Vitores, Feliu y Vall-llovera, 2011). Concretamente vemos que el uso de los hombres reporta diversión y entretenimiento, por tanto es más capaz de generar sentimientos positivos que el caso de las mujeres.

Gil y otros indican que las causas de esta diferencia se deberían sobre todo a la socialización de género que se da en nuestra sociedad, puesto que esta, como comentamos líneas más arriba, nos hace aprender y aceptar una serie de normas y valores supuestamente adecuadas a nuestro sexo según el criterio de esa sociedad, por supuesto dentro de esa socialización de género se incluyen también normatividades contempladas para nuestro yo-tecnológico las cuales varían dependiendo del sexo pues en el caso del hombre es establecido que la tecnología es un ámbito suyo cuando en el caso de la mujer no es así, como bien nos remarca Volnovich: *“acceder a las máquinas y a la tecnología ha sido siempre considerado como un privilegio masculino. A la hora de mantener el control de las nuevas tecnologías, promoverlas e imponerlas, los varones hemos monopolizado la escena”* (Volnovich, 2008), es por ello que las TICs y más en concreto en el caso de los videojuegos son consideradas un dominio de los hombres en virtud de la socialización de género tecnológica.

Sobre esta disparidad de uso en videojuegos según el género pudimos observar en el apartado [El fenómeno del videojuego en cifras](#) los datos a este respecto entre los años 2014, 2015 y 2016 en España. En base a ellos encontramos como resultado que la diferencia máxima entre usuarios y usuarias de videojuegos era de un 12%. Según estos datos esta diferencia es pequeña, sin embargo Gil y Torné, en contraste, destacan una disparidad en el uso de

videojuegos por razón de género la cual observan por el nivel de acceso de las niñas, que es muy bajo comparado al de los niños, esto posteriormente se traslada a un menor dominio e interés hacia las TICs en las niñas y, más tarde, las mujeres, lo que desemboca en un alejamiento de las mismas del espacio simbólico tecnológico. Concretamente ambas autoras nos informan de que los niveles de usabilidad, el grado de apropiación y de dominio de los videojuegos resultan ser extremadamente dispares según el género del usuario de videojuegos o *player* (Gil y Torné, 2010). Esta disparidad de uso se afirma también en distintos estudios sobre la materia (León y López, 2003), (Díez et al, 2004), (Bueno y García, 2012).

### *Videojuegos y socialización*

Ya conocemos el hecho de que los videojuegos son agentes socializadores y de tipo impersonal pero, más concretamente, nos interesa que los videojuegos suponen una puerta de entrada a las TIC y mediante ellos “*se adquieren y desarrollan capacidades y habilidades que facilitan el acceso a nuevas tecnologías (...) se hace efectiva la transmisión intergeneracional de conocimientos y valores, así como la alfabetización digital*” (Gil y Torné, 2010). Por tanto con ellos desarrollamos nuestro “yo-tecnológico” es por ello que resulta importante incidir en que jugar a videojuegos no es neutro pues “*no jugar, significa quedarse al margen de la apropiación efectiva y afectiva del espacio tecnológico*” (Gil y Torné, 2010). Para ilustrar esta idea podemos observar hallazgos tales como que “*el uso de videojuegos puede reducir la ansiedad hacia los ordenadores y favorecer, de hecho, una actitud más positiva hacia ellos*” (Tejeiro y Pelegrina, 2008) mientras que Eguia y otros nos informan de que proporcionan un uso temprano del control del software lo cual supone un primer acercamiento y posterior familiarización con las TIC (Eguia, Contreras y Solano, 2012).

Debido a lo anterior mencionado nos parece importante analizar a las personas que introducen a jugadoras y jugadores en los videojuegos, pues son quienes ejercen, en el inicio al videojuego, una gran influencia. Según los datos de la investigación de Pérez y otros, más de la mitad de las mujeres comenzaron en los videojuegos a partir de regalos o préstamos por parte de familiares (55,21%) (Pérez, Ruíz y Portillo, 2006). Esta misma pauta la encuentra Puente en su trabajo (Puente, 2015). En el caso de los hombres vemos que tienen una mayor tendencia a introducirse ellos solos, por si mismos, que las mujeres. Algo muy destacable de estos datos es que encontramos que en el caso de las mujeres existe una mayor tendencia a iniciarse en los videojuegos gracias al novio/a, es decir, la pareja, algo que en el caso de los hombres no se observa tanto. Con esto podemos afirmar, en cierta medida, que quizá la relación amorosa es un factor importante en relación a la introducción y al uso de los videojuegos en el caso de la mujer más que en el del hombre (Puente, 2015).

Entendido todo esto hemos de centrar el foco en conocer clasificaciones de jugadores/as realizadas por expertos/as puesto que el cómo se juega, la actitud que toman jugadoras y jugadores sobre los videojuegos y la que tienen dentro de ellos, es importante para conocer cómo se desarrolla la socialización de su “yo-jugador/a” (y posteriormente su “yo-tecnológico”), algo que pertenece a nuestra construcción social en ese mundo tecnológico y, por tanto, a nuestra socialización.

Un estudio realizado para la AEVI por parte de Palao y Elche divide a los videojugadores y videojugadoras en 3 perfiles concretos, primero el/la “jugador/a casual” éste/a se caracteriza por jugar pocas horas, por ser nuevo/a en los videojuegos, se basa en información superficial para comprar juegos y además compra pocos y baratos. Seguidamente se refieren al “jugador/a *hardcore*” el/la cual juega muchas horas, es experto/a, exigente y compra muchos juegos de gama alta en precio. Finalmente mencionan una tipología intermedia entre las antes

mencionadas, la/el “casual gamer” (o *cani gamer*), quien compra juegos de complejidad media y demuestra una habilidad moderada a la par que su frecuencia de juego es también media (Palao y Elche, 2010).

Otros expertos y expertas clasifican a las videojugadoras/es en base a otros criterios más específicos, ejemplo de ello es lo que nos muestran Revuelta y Bernabé citando la clasificación de Richard Bartle (Bartle, 1999). Su tipología se cimenta en los 4 grandes comportamientos básicos que muestran los jugadores y las jugadoras en los videojuegos, a saber: comportamiento hacia jugadores en el juego (*players/jugadores*), comportamiento hacia el mundo que el videojuego nos presenta (*world/mundo*), interacciones en el mismo (*interacting/interacción*) y actuación por nuestra parte en ese mundo (*acting/actuación*). Por ello los videojugadores pueden ser: “socializadores” (*socializers*), es decir, que buscan más la interacción con otros jugadores más que cualquier otro aspecto que el juego ofrezca, “asesinos” (*killers*) puesto que su mayor meta es la de competir y de alguna forma matar a los demás jugadores demostrando que ellos son los mejores frente al resto, “cumplidores” (*achievers*) actúan hacia el mundo del juego y así consiguen su mayor meta que consiste en completar todos los logros y desafíos que ofrece el videojuego, finalmente tenemos a los “exploradores” (*explorers*) jugadores que interactúan con el mundo presentado en el videojuego cuyo objetivo principal es llegar a descubrir por completo todas las zonas posibles del mapa o mundo (Revuelta y Bernabé, 2012).

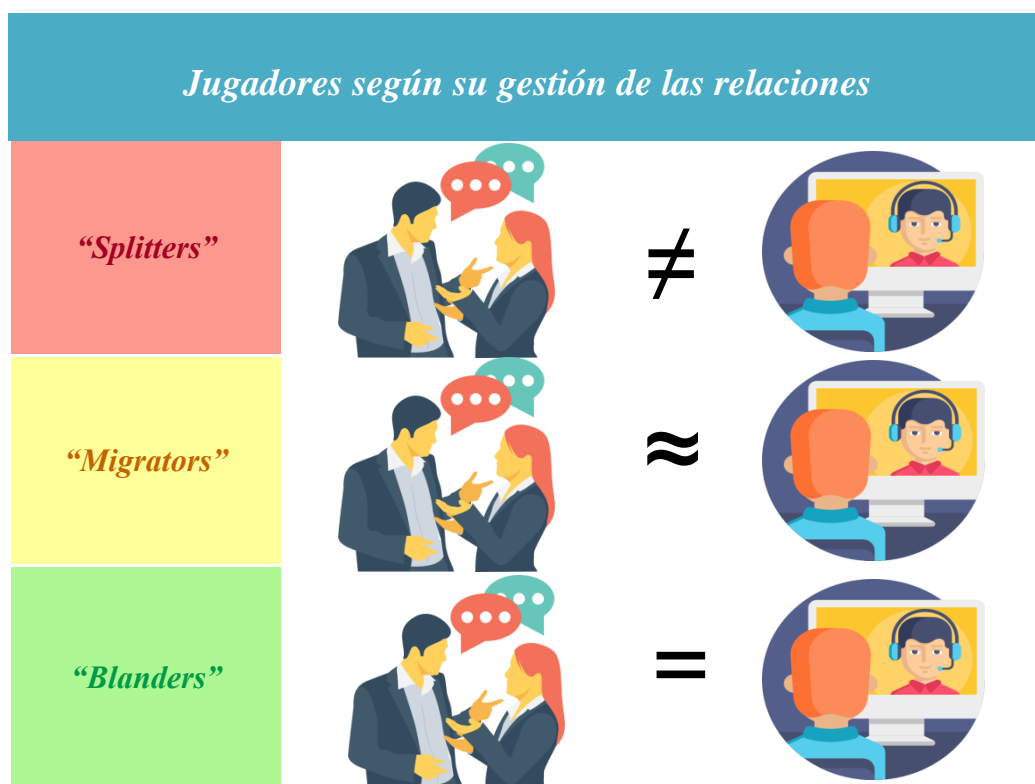
**Esquema 1:** Tipología de videojugadores de Richard Bartle



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos recogidos en (Revuelta y Bernabé, 2012).

Para finalizar estos criterios específicos nos resulta interesante la tipología de jugadores que nos muestra Liliana Camacho citando a Kim-Phong Huynh, Si-Wei Lim y Marko M. Skoric. Ésta establece que existen 3 tipos distintos de videojugador/a dependiendo de cómo estos gestionan sus relaciones dentro y fuera del juego. En principio tenemos a los llamados “*splitters*” los cuales construyen una distinción muy clara entre la vida fuera del juego y la existente en el videojuego, posteriormente existen los “*migrators*” quienes trasladan actitudes de un mundo a otro, es decir, la diferenciación entre la relación dentro del juego y fuera de él es mucho más laxa aunque existente y finalmente encontramos a los “*blanders*” para los cuales no existen diferencias entre las posibles relaciones en el mundo fuera del juego y el mundo dentro del videojuego, este último no es más que una nueva plataforma para establecer y afianzar nuevas relaciones, básicamente la delimitación anteriormente mencionada entre ambos espacios es quebrada por completo (Camacho, 2015).

**Esquema 2:** Tipología de videojugadores/as de Kim-Phong Huynh, Si-Wei Lim y Marko M. Skoric



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos recogidos en (Camacho, 2015) imágenes cortesía de <https://www.flaticon.com/>.

### *Videojugadores y Videojugadoras*

En este apartado revisaremos los hallazgos sobre la percepción y autopercepción de videojugadoras y videojugadores, sus gustos, etc...

En el caso de los videojugadores los estudios afirman que éstos por el mero hecho de ser hombres son videojugadores competentes, habilidosos y expertos esto podemos deducirlo de la investigación de Díez y otros en la cual mayoritariamente es creencia que el hombre juega mejor que la mujer puesto que a la pregunta realizada a sus sujetos de estudio ¿Quién juega mejor a videojuegos? El 32,36% de las mujeres y el 43,78% de los hombres creen que es el

hombre mejor jugador frente a la mujer (Díez et al, 2004). Alonqueo y Rehbein muestran también que esta creencia es recurrente (Alonqueo y Rehbein, 2010).

Por otro lado la percepción que se tiene del videojugador incluye el hecho de que juega mucho tiempo a los juegos y que además dedica más tiempo que las mujeres videojugadoras. Bueno y García nos dicen textualmente que los videojugadores hombres juegan más tiempo que las mujeres (Bueno y García, 2012), algo que los sujetos de estudio, hombres y mujeres, de la investigación de Alonqueo y Rehbein también confirman de manera explícita (Alonqueo y Rehbein, 2010). En distintos estudios se observa que esta percepción es generalizada (Díez et al, 2004), (Tejeiro y Pelegrina, 2008), (León y López, 2003).

También se destaca como característica del videojugador chico que invierte, en promedio, económicamente más en videojuegos que la mujer, lo cual vemos tanto en estudios antiguos (Tejeiro y Pelegrina, 2008) como en relativamente actuales (Bueno y García, 2012).

Finalmente como rasgo distintivo del hombre videojugador tenemos su preferencia de jugar con sus homólogos masculinos y de alejarse de jugar con las mujeres videojugadoras, en el estudio de Díez y otros se nos expone esta afirmación en forma de porcentajes pues los hombres suelen jugar con amigos en un porcentaje del 11,95% frente a jugar con amigas siendo este porcentaje tan solo del 0,73% (Díez et al, 2004). También es importante en este sentido la afirmación de Gil y Torné en la cual nos dicen que tanto niños como niñas prefieren jugar con sus pares del mismo sexo (Gil y Torné, 2010).

Con respecto a la percepción de la videojugadora en primer lugar, podríamos decir que no está bien vista dentro del mundo de los videojuegos. Puente afirma que las videojugadoras sufren de una densa carga de prejuicios y han sido tradicionalmente infrarrepresentadas, invisibilizadas e incluso obviadas (Puente, 2015). Los trabajos cualitativos realizados confirman estos prejuicios: “*...es que el hecho de que sea mujer igual...ehm...no siempre es muy bien visto.*” (Entrevista 6, Mujer)” (Ortiz y Uribe, 2015). Incluso alguna mujer llega a manifestar que siente vergüenza de decir que es videojugadora: “*“Pues que la sociedad piense eso, tu entorno...que es cosa de hombres, asocial...pues te genera algún que otro reparo o conflicto. Sobre todo al principio, que te da un poco de vergüenza decir que eres mujer y juegas a videojuegos, y nada menos que a videojuegos de rol”* (Entrevista 7, Mujer)” (Puente, 2015).

Por otra parte la mujer jugadora de videojuegos se percibe como poco habilidosa y siempre con menor destreza que el videojugador varón, como ejemplo tenemos el estudio de Díez y otros donde solo el 10,58% de las mujeres y tan solo el 1,40% de los hombres creen que son las jugadoras las que mejor juegan (Díez et al, 2004).

Asimismo la videojugadora se percibe como poco dedicada a los videojuegos, cuando nos referimos a tiempo invertido, comparativamente al hombre videojugador, esta percepción se constata en diferentes estudios (Díez et al, 2004), (Tejeiro y Pelegrina, 2008), (Alonqueo y Rehbein, 2010), (Bueno y García, 2012).

También es destacable en la percepción de la videojugadora el hecho de que no invierte económicamente tanto como lo hace el videojugador. Tejeiro y Pelegrina nos indican que estudios bastante antiguos situados en el año 1998 remarcaban ya esta idea pues el gasto promedio de las mujeres en videojuegos era menor que el de los hombres (Tejeiro y Pelegrina, 2008). Bueno y García indican que los hombres compran muchos más juegos que las mujeres, lo cual a su vez implica que las mujeres jugadoras compran muy pocos juegos comparativamente a sus homólogos masculinos y por ello su inversión económica es mucho menor (Bueno y García, 2012). Por último y en el mismo sentido de esta idea tenemos la afirmación de Camacho que indica explícitamente: “*las mujeres no son las consumidoras mayoritarias o las consumidoras más visibles*” (Camacho, 2015).

Y para acabar con la percepción de la videojugadora hemos de hablar sobre su preferencia en el género de los jugadores/as con los que juega, en el caso de la jugadora mujer se percibe de ella que prefiere mayoritariamente jugar con sus pares femeninas cosa que observamos en la afirmación de Gil y Torné (Gil y Torné, 2010) y también por los datos del estudio de Díez y otros (Díez et al, 2004). Sin embargo del mismo estudio es también notable el mayor nivel de indiferencia que muestran ellas para con el sexo de con quienes juegan comparativamente a los varones, puesto que los datos afirman que a los hombres jugadores les parece bien jugar con cualquiera de ambos sexos en porcentaje del 4,63% mientras que en el caso de las mujeres observamos un porcentaje del 7,06% esto prueba que a las videojugadoras se las percibe como más tolerantes y abiertas en el sexo de sus compañeros/as jugadores/as que el videojugador hombre, siendo este último percibido como más intolerante en este aspecto (Díez et al, 2004).

Una vez hechas estas afirmaciones hemos de centrarnos ahora en los gustos en videojuegos que tienen tanto videojugadores hombres como videojugadoras mujeres.

En primer lugar podemos ver que las mujeres sienten un mayor gusto por los videojuegos que las hacen pensar y discurrir mientras que los hombres gustan más de videojuegos donde se enfatiza la rapidez en la acción (García et al, 2008).

Tejeiro y Pelegrina afirman que la mayoría de investigadores se inclina por creer que la socialización de género es la que provoca que a los niños les gusten más los videojuegos que a las niñas. La opinión de Tejeiro y Pelegrina es que los videojuegos se enfocan más en valores de competitividad, individualismo, desafío, deseo de probarse uno mismo y agresividad (tradicionalmente adscritos al “rol instrumental” que contiene la socialización masculina) algo que, en suma, no acaba por atraer a las mujeres debido a que su socialización de género está más enfocada hacia la amistad y la cooperación (debido a ese “rol expresivo” intrínseco a su socialización de género) (Tejeiro y Pelegrina, 2008).

Las niñas evidencian una preferencia por la narración y la coherencia argumentativa contenida en el videojuego y a la par muestran desagrado o por lo menos desinterés en el contenido referente a violencia y a agresión, a diferencia de los niños en quienes puede notarse un mayor interés por la propia acción contenida en el videojuego y su consecución (Gil y Torné, 2010). También Bueno y García señalan que los videojuegos violentos son dirigidos a los varones (se asume que esto ocurre porque muestran gusto por ellos) mientras que las mujeres decantan más su preferencia por videojuegos interactivos, personalizados y de rol, lo que evidencia nuevamente que ellas valoran más la narración y capacidad argumentativa pues en el género de rol ésta es una característica importante (Bueno y García, 2012). Por otra parte Alonqueo y Rehbein alegan que en el caso de las características de juego de las mujeres se observan elementos mayormente sociales, mientras que en el caso de juego del hombre se advierte más una inclinación a la superación y al logro personal (Alonqueo y Rehbein, 2010).

Ahora centraremos el foco concretamente en los géneros o tipos de videojuegos favoritos tanto por parte de jugadoras como de jugadores. León y López muestran que los hombres prefieren en mayor medida los juegos deportivos (16,9%) y de acción (15,5%) mientras que las mujeres se inclinan por los de arcade (33,7%) (León y López, 2003). De la investigación de Pérez y otros se afirma que el orden de preferencia de tipo de videojuego en las videojugadoras es el arcade, la aventura gráfica y los simuladores (con datos cercanos al 35% cada uno de ellos) (Pérez, Ruíz y Portillo, 2006). Por otro lado Alonqueo y Rehbein afirman que la preferencia en tipo de videojuegos por parte de los hombres se decanta por los de tipo estrategia no deportiva (51%), disparo (42%) y estrategia deportiva (42%), en el caso de las mujeres encontramos que las preferencias son por juegos de tipo estrategia no deportiva (44%), aventura (26%) y plataformas (26%) (Alonqueo y Rehbein, 2010). También Bringué

y otros afirman que el gusto de las mujeres está más enfocado a videojuegos de rol o de relaciones sociales mientras que los hombres prefieren videojuegos de acción o deporte (Bringué, Sádaba y Sanjurjo, 2013). Por su parte sobre los jugadores adultos AEEVI nos muestra el tipo de juegos preferidos por videojugadores hombres, los deportivos (39,9%), y por videojugadoras mujeres, los de puzzles (rompecabezas) (29,8%) (Asociación Española de Videojuegos, 2016). Finalmente García y otros afirman, basándose en una muestra de mayores de 35 años, que los hombres se decantan por el género de acción, de estrategia, de deportes y arcade, mientras que las mujeres optan por las aventuras graficas, los puzzles, la estrategia, los simuladores y finalmente los educativos (García et al, 2008).

## **Objetivos**

El objetivo principal en nuestro trabajo fue realizar un análisis del extra-juego en función de género. La intención era aproximarnos a la vivencia de los videojugadores y las videojugadoras en sus espacios de interacción y conocer las especificidades de este entorno en el que los jóvenes, como sabemos, no únicamente juegan.

De nuestro objetivo principal surgieron simultáneamente ciertos objetivos específicos los cuales ayudaron a conseguir un análisis más profundo con el que se esclareció con mayor veracidad nuestra búsqueda de comprensión sobre las diferencias de género dentro del mundo que rodea a los videojuegos, es decir, el extra-juego.

El primer objetivo específico fue revisar la producción científica sobre el tema, centrándonos en las diferencias entre las jugadoras y los jugadores, tanto las cualitativas como las cuantitativas. Dentro de este objetivo se incluyó el análisis de datos publicados con enfoque de género sobre las personas jugadoras y la industria.

Otro objetivo específico fue conocer a los videojugadores y las videojugadoras, y explorar las distintas tipologías de videojugadores/as existentes, para observar si dentro de estas tipologías podían encontrarse distinciones según el género del usuario/a de videojuegos. Por otro lado examinamos quienes fueron los “introdutores” a los videojuegos de usuarias y usuarios, además de indagar en sus “antecedentes” y, por otro lado, en sus “sucesores” para conocer las posibles diferencias de género entre ellos<sup>2</sup>. Este objetivo nos permitió conocer si existía paridad de género entre videojugadores y videojugadoras en distintas generaciones y la dirección que toma su evolución a futuro.

Por otra parte para poder llegar a nuestro objetivo específico de conocer el extra-juego de manera exhaustiva decidimos estudiar las prácticas y los lugares de encuentro de los videojugadores y las videojugadoras así como los lugares especializados en videojuegos. Estos mismos lugares también fueron sometidos a nuestro análisis puesto que son los garantes de cómo se proyecta la imagen del mundo del videojuego a los videojugadores/as.

Posteriormente analizamos cuál era la percepción que tienen jugadores y jugadoras sobre la imagen de la videojugadora y del videojugador respectivamente en distintos niveles: forma de jugar, forma de relacionarse, pericia en el juego, tiempo de juego, tipos de juegos preferidos, físico, gustos...y cualquier detalle que los jugadores y jugadoras creyeron que era digno de mención para describir la imagen de la videojugadora y el videojugador.

---

<sup>2</sup> Los “antecedentes” los entendemos como las personas cercanas y que sean de mayor edad que los entrevistados/as, mientras que los “sucesores” son aquellas personas cercanas y de menor edad que las entrevistadas/os.



Por último, observamos brevemente como perciben tanto los jugadores como las jugadoras el mismo mundo interno de los videojuegos, lo que hemos llamado el “intra-juego”, en clave de género, es decir: hacia quienes va más enfocado, si son distintos los personajes en diseño, mentalidad, relaciones... según su sexo y cualquier elemento que ellos/as crean destacable.

## 2. Metodología

Este trabajo se basa en un fenómeno poco estudiado por la academia, pese a su creciente importancia en nuestras sociedades. Es un estudio exploratorio y descriptivo con base en metodologías cualitativas (etnografía y entrevistas) que parte del análisis bibliográfico previo.

Además del análisis documental y bibliográfico que realizamos creímos necesaria la utilización de fuentes primarias, es decir, elaborar una investigación de primera mano. En nuestro estudio utilizamos la metodología etnográfica, definida por Giddens como “*el estudio directo de personas y grupos durante un cierto periodo, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social*” (Murillo y Martínez-Garrido, 2010), consideramos que una metodología cualitativa era la idónea para acercarnos directa y profundamente a nuestros sujetos de estudio, los videojugadores y videojugadoras, además de para analizar esos sitios los cuales ellos frecuentan, los lugares especializados en videojuegos. El uso de esta metodología, en suma, nos proporcionó una información más completa y veraz.

Las técnicas que pensamos más adecuadas para nuestra investigación y, por lo tanto empleamos, fueron:




■ La observación participante, en el caso del análisis de los lugares especializados de videojuegos, de la cual obtuvimos un diario de campo con toda la información advertida por el investigador para su posterior análisis. Esta técnica nos resultó útil en darnos la oportunidad de observar a jugadores y jugadoras actuando en un entorno específico de videojuegos a la par que pudimos analizar de qué manera se “escenifica” y “muestra” un lugar basado en el mundo de los videojuegos y que representa ese mundo. A la hora de escoger la tipología de estos lugares específicos de videojuegos nos basamos en tres criterios:

- Buscamos un lugar donde jugadoras y jugadores pudieran reunirse para jugar a videojuegos, es decir un lugar de juego, y a la par un sitio donde ellas y ellos debatieran y conversaran sobre estos mismos por eso escogimos los bares de videojuegos, por los medios que aportan para jugar (consolas, ordenadores) y por la temática predominante del lugar.
- Los lugares de compra de videojuegos y sus derivados (*merchandising*, posters etc.) seguramente nos darían distintos tipos de interacciones e información sobre videojugadores y videojugadoras por ello elegimos analizar también tiendas de videojuegos
- Por otra parte un lugar donde se produjera un gran encuentro de la comunidad de jugadores y jugadoras de videojuegos en donde podríamos ver las grandes competiciones y a quienes las componen a la vez que veríamos a jugadoras y jugadores interactuando en este contexto que, de hecho, encarna el mundo de los videojuegos, por ello escogimos analizar un gran evento famoso de videojuegos.

Finalmente los lugares específicos en los que se realizó nuestra observación participante fueron los siguientes (situados todos en la Comunidad de Madrid):

**Tabla 1: Relación de lugares especializados de videojuegos e información sobre las observaciones**

<h2 style="text-align: center;">Lugares Especializados de Videojuegos</h2>		
<p>Bares</p> 	<p>Tiendas</p> 	<p>Evento de videojuegos</p> 
<p><b>LevelUP Gaming Bar</b></p>  <p>2 Observaciones fechadas en los días: 12/04/18 y 15/04/18</p> <p>Nº de horas: 2 Nº de interacciones: 2 Nº de contactos entrevistas: 0</p>	<p><b>Chollo Games</b></p> <p>2 observaciones fechadas en los días: 05/04/18 y 07/04/18</p> <p>Nº de horas: 2 Nº de interacciones: 3 Nº de contactos entrevistas: 1</p>	<p><b>Gamergy</b></p> <p>(convocatoria de Diciembre 2017)</p> 
<p><b>Meltdown Madrid</b></p>  <p>3 Observaciones fechadas en los días: 24/03/18, 07/04/18 y 14/05/18</p> <p>Nº de horas: 5 Nº de interacciones: 8 Nº de contactos entrevistas: 1</p>	<p><b>Game</b></p> <p>2 observaciones fechadas en los días: 04/04/18 y 05/04/18</p> <p>Nº de horas: 2 Nº de interacciones: 4 Nº de contactos entrevistas: 0</p>	<p>1 Observación fechada en el día: 16/12/17</p>

<p><b>Next Level Arcade Bar</b></p>  <p>3 Observaciones fechadas en los días: 21/03/18, 24/03/18 y 07/04/18</p> <p>Nº de horas: 3 Nº de interacciones: 5 Nº de contactos entrevistas: 1</p>	<p><b>Impact Game</b></p> <p>3 Observaciones fechadas en los días: 02/04/18, 03/04/18 y 08/04/18</p> <p>Nº de horas: 2,5 Nº de interacciones: 3 Nº de contactos entrevistas: 1</p>	 <p>Nº de horas: 5 Nº de interacciones: 15 Nº de contactos entrevistas: 3</p>	
<p><b>Pixel Bar</b></p>  <p>3 Observaciones fechadas en los días: 24/03/18, 04/04/18 y 13/04/18</p> <p>Nº de horas: 3,5 Nº de interacciones: 5 Nº de contactos entrevistas: 1</p>	<p><b>La Tienda de Videojuegos RETRO</b></p> <p>2 observaciones fechadas en los días: 03/04/18 y 13/04/18</p> <p>Nº de horas: 2 Nº de interacciones: 2 Nº de contactos entrevistas: 0</p>		
<p><b>Observaciones bares: 11 Horas:13,5</b></p>	<p><b>Observaciones tiendas: 9 Horas:8,5</b></p>	<p><b>Observación:1 Horas:5</b></p>	<p><b>Total: 21 Total: 27</b></p>

**Fuente:** Elaboración propia.

Remarcar que las observaciones realizadas en estos lugares especializados en videojuegos fueron 21, llegando a sumar más de 24 horas en tiempo total.

■ La entrevista dirigida, para videojugadoras y videojugadores, fue una técnica que nos proporcionó gran riqueza de información exhaustiva sobre nuestros sujetos de estudio y sus percepciones. Los datos obtenidos en las observaciones revelaron que las edades de videojugadores/as observados estaban, mayoritariamente, entre los 20-30 años. Nuestras observaciones también demostraron que existía una mayor presencia de videojugadores hombres que de videojugadoras mujeres, sin embargo estimamos oportuno que la realización de las entrevistas fuera igualitaria garantizando así una obtención más completa y paritaria de información. En suma obtuvimos unos ciertos criterios de selección tipológica para las y los sujetos de estudio en pro de que fueran lo más representativos/as posibles, estos criterios fueron: haberlos encontrado y contactar con ellos/as en los lugares especializados de videojuegos, que fueran jugadores/as de videojuegos, que fueran hombres y mujeres en la misma cantidad y, finalmente, que su edad estuviera en un rango comprendido entre los 20 y los 30 años. Los contactos se produjeron y esto dio lugar a la realización de las entrevistas a videojugadoras y videojugadores, las cuales fueron realizadas y grabadas mediante herramientas de comunicación on-line, es decir vía internet.

**Tabla 2: Alias, sexo, edad y número de entrevistados y entrevistadas**

<i>Entrevistados y Entrevistadas</i>	
<b>Videojugadores ♂</b>	<b>Videojugadoras ♀</b>
<b>“Guybrush”:</b> Hombre, 27 Años	<b>“Lulu”:</b> Mujer, 25 Años
<b>“Jenos”:</b> Hombre, 24 Años	<b>“Toriel”:</b> Mujer, 27 Años
<b>“Raïden”:</b> Hombre, 25 Años	<b>“Tracer”:</b> Mujer, 23 Años
<b>“Teemo”:</b> Hombre, 26 Años	<b>“Sylvanas”:</b> Mujer, 30 Años

**Fuente:** Elaboración propia.

Durante la realización de las entrevistas llegamos a la conclusión de que efectuar 4 entrevistas a videojugadoras mujeres y 4 entrevistas a videojugadores hombres sería una cifra adecuada para alcanzar un nivel de saturación que consiguiera responder a nuestro objetivo principal y a nuestros objetivos específicos.

Por último solo nos queda añadir que todos los datos recogidos fueron posteriormente analizados en el programa informático de análisis cualitativo ATLAS.ti lo cual nos ayudó a codificar tales datos consiguiendo así categorizarlos y cuantificarlos para obtener unos resultados más ilustrativos.

### 3. Resultados

Una vez recogidos los datos gracias a nuestras herramientas metodológicas nos disponemos a exponerlos:

#### ***Tipología propia de videojugadoras y videojugadores***

En base a nuestra investigación y análisis realizado en este trabajo proponemos una clasificación de videojugadoras y videojugadores que estimamos efectiva a la hora de ser representativa, esta se basará en el compromiso que muestran, el vínculo que tienen, al mundo de los videojuegos.

En primer lugar podemos hablar de videojugadoras o videojugadores casuales. Estas son aquellas personas que gustan de jugar videojuegos y disfrutan de ellos de forma casual, suelen jugar videojuegos sencillos y, en muchos casos, que están de moda para disfrutar de un rato de la diversión que aporta este tipo de entretenimiento, lo hacen sin pretensiones de alcanzar logros o incluso, a veces, de terminar el juego. A la par no profundizan ni se involucran en aumentar su conocimiento del mundo de los videojuegos, por ejemplo no se informan de novedades o acuden a convenciones (3DJuegos, 2012), (Nintenderos, 2014).

Posteriormente nos encontramos con los llamados “*gamers*”, término anglófono el cual abarca a todo hombre o mujer que juega con gran dedicación e interés a los videojuegos, les interesan desde los juegos más sencillos hasta los más complejos siendo éstos últimos sus favoritos. Las y los *gamers* destinan mucho tiempo cotidianamente al videojuego y se esfuerzan por terminarlos con altos records y logros, también disfrutan completamente de la dimensión argumentativa de los mismos, sus historias, simbología. Sin embargo, no solo su dedicación de tiempo se destina al videojuego en sí mismo si no también en cosechar información como las novedades en la industria, los nuevos títulos... Las y los *gamers* tienen también un alto compromiso en estar al corriente del mundo de los videojuegos y en dar consejos y compartir sus opiniones por lo que suelen visitar con regularidad convenciones importantes sobre los mismos. Es necesario destacar que por lo general los y las *gamers* suelen gozar de cierta instrucción (en mayor o menor medida) sobre componentes de ordenadores y de plataformas de videojuegos (tarjetas gráficas, drivers etc.) debido a su interés en los mismos y en su correcto funcionamiento. Para muchas y muchos *gamer* el videojuego es una parte importante de su vida social y de entretenimiento algo que, presumiblemente, no ocurre con esa frecuencia en el caso del videojugador y la videojugadora casual (3DJuegos, 2012), (Nintenderos, 2014).

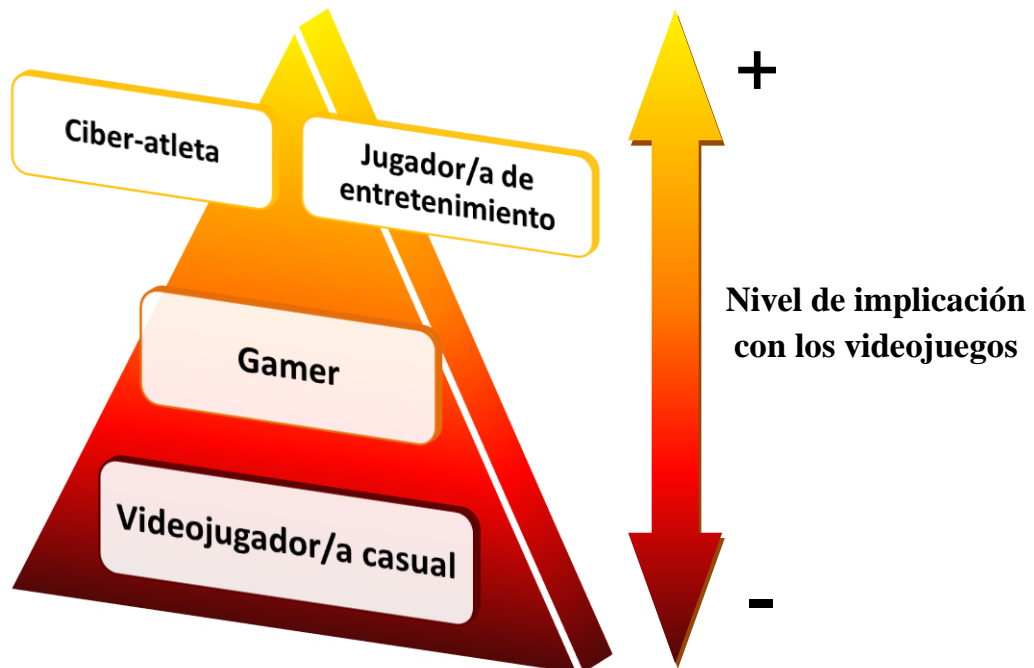
Finalmente nos encontramos con los jugadores y jugadoras profesionales de videojuegos, quienes obtienen una remuneración y en muchos casos se ganan la vida con los videojuegos. Dentro de este grupo es importante diferenciar entre las y los “*ciber-atletas*” o “*pro gamers*”, estandartes del mundo competitivo de los videojuegos, y quienes denominaremos “jugadores y jugadoras de entretenimiento” que abarcan otro campo que ahora explicaremos.

Las y los *ciber-atletas* son aquellos jugadores y jugadoras cuya habilidad y pericia jugando a uno o varios videojuegos es sobresaliente, en la mayoría de los casos suelen entrenar a diario en esos videojuegos para mantener su nivel óptimo de juego. Eventualmente los antiguos torneos de videojuegos a nivel local fueron aumentando su popularidad hasta convertirse hoy día en enormes eventos competitivos conocidos como “*E-sports*” los cuales han recibido apoyo patrocinador por parte de empresas de hardware y software que incluso han llegado a cifras que sobrepasan el millón de dólares. Estos y estas *ciber-atletas* son llamados a tales eventos donde las/los mejores disputan, mediante enfrentamientos o desafíos, quien es el

mejor jugador o la mejor jugadora o, en determinados casos, el mejor equipo (Wikipedia, 2018), (Gil y Vida, 2007).

Por otro lado en la categoría de profesionales tenemos también otro tipo al que hemos dado en llamar “jugadores/as de entretenimiento” ¿A quienes nos referimos cuando hablamos de estos jugadores y jugadoras? Pues aquellos y aquellas que monetarizan su afición y dedicación a los videojuegos pero que, en contraste con el anterior tipo, no tienen que ser habilidosos/as sino que su público debe encontrarlos/as entretenidos/as y de esta manera consiguen que les/as “sigan”. Es aquí donde podemos mencionar a los/as “streamers” y “youtubers” cuya temática se basa en videojuegos. Básicamente estos jugadores y jugadoras obtienen remuneración en base al tráfico que generan los/as seguidores/as quienes buscan el entretenimiento y diversión que proporcionan con sus videos y directos en plataformas online tales como <https://www.twitch.tv/> y <https://www.youtube.com/>.

**Esquema 3:** Tipología propia de videojugadores/as según su grado de compromiso con los videojuegos



**Fuente:** Elaboración propia.

### ***Lugares especializados de videojuegos***

Empezaremos tratando los datos referentes a los lugares especializados en videojuegos, o lo que es lo mismo, los datos recogidos en nuestra observación participante. Sobre cómo se presentan las entradas a estos lugares frente a los clientes y clientas pudimos ver que mayoritariamente en el caso de los bares de videojuegos no se anunciaban como creímos que lo harían, es decir mostrando personajes de videojuegos o imágenes de consolas, en la mayoría de casos simplemente parecían un bar “normal” por ello pudimos deducir que el público que va a estos lugares sabe lo que en ellos se ofrece, es decir que hablamos de un entretenimiento “buscado” y que responde a la búsqueda específica de clientes/as de encontrar un entretenimiento vinculado a los videojuegos, esto nos puede ayudar a entender el hecho de que quienes allí van suelen ser, en gran medida, hombres y mujeres que gustan de los videojuegos y se involucran más en ellos, es decir, *gamers* aunque no puede descartarse que hayan también videojugadoras/es casuales.

***Fotografía 1: Entrada del “Pixel Bar”***



**Fuente:** Elaboración propia.

Por otra parte tenemos el caso de la entrada a las tiendas de videojuegos, el cual podemos decir que es totalmente distinto al anterior, aquí observamos gran cantidad de publicidad sobre videojuegos, carteles, figuras, todo ello con el objetivo de hacer ver que en esa tienda hay y se venden videojuegos. Esto tiene sentido pues el hecho de comprar videojuegos es algo mucho más común que jugarlos y moverse en un ambiente específico de ellos, el objetivo de la tienda es vender sus juegos y por ello trata de llegar, con esa publicidad en la entrada, a la mayor cantidad de personas que puedan gustarles los videojuegos, por lo tanto es posible que en estos establecimientos se encuentren tanto videojugadores/as casuales como, quizá, *gamers*.

**Fotografía 2: Entrada del “Impact Game”**



**Fuente:** Elaboración propia.

Finalmente respecto a la entrada de estos lugares tenemos el caso del evento famoso de videojuegos “Gamergy”, el cual se describe a sí mismo de la siguiente manera:

### ¿Qué es Gamergy?

El encuentro Gamer más espectacular de España. Un evento pensado para ti, que entiendes los videojuegos y el mundo on-line como una forma de vida. En Gamergy podrás sentir la magia de la competición en la FinalCup de la LVP – Liga de Videojuegos Profesional- y encontrarás zonas dedicadas a tus juegos favoritos.

A estos eventos acuden jugadores/as profesionales (más concretamente *ciber-atletas* y probablemente *jugadores/as de entretenimiento*) y *gamers* en su mayoría, además de acompañantes y curiosos/as.



**Fotografía 3: Icono del evento “Gamergy”**

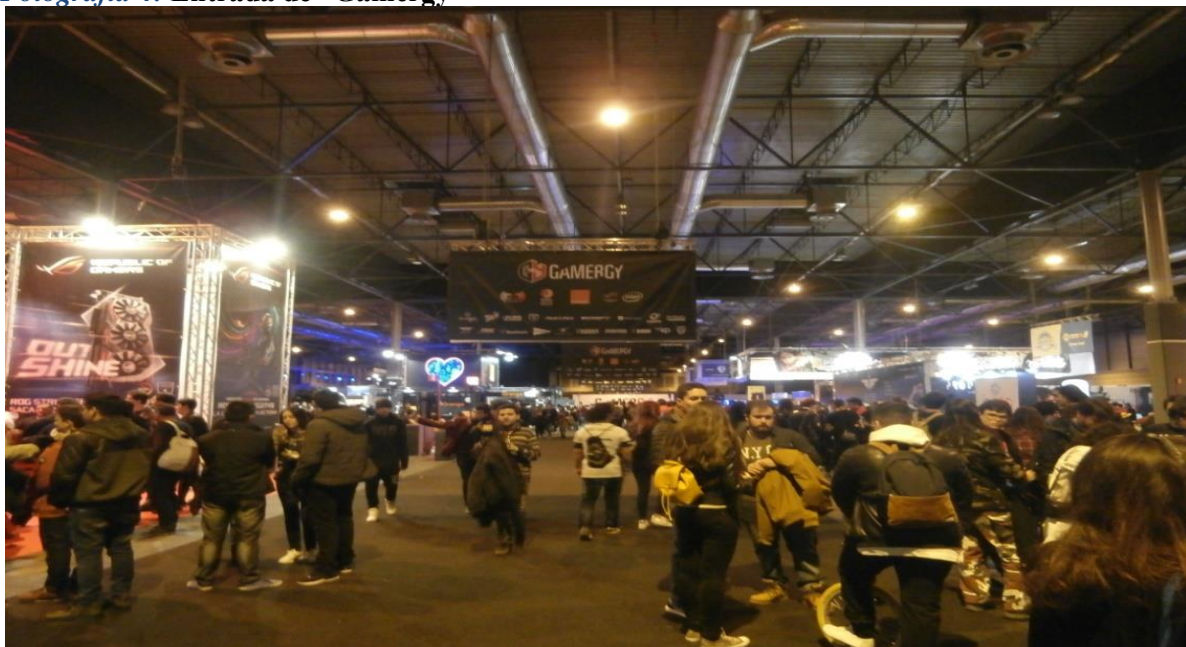
La entrada del evento nos mostraba en primer lugar el icono de la Gamergy del cual también pudimos extraer ciertas ideas, primeramente nos pareció interesante el hecho de que apareciera un hombre jugador y una mujer jugadora pues con esto se trata de dar la idea, desde la institución y el evento mismo de que existe una paridad hombre-mujer de uso en los videojuegos. A la par fue interesante observar que la videojugadora era representada con un color de pelo morado, es decir, “no habitual”, algo en lo que volveremos más adelante en la percepción de la jugadora de videojuegos. Posteriormente centramos la atención en lo que observamos que llevaban entre manos jugador y jugadora, en el caso del hombre un teclado de ordenador, es decir, un vinculo con la plataforma de videojuegos que es el PC, en el caso de la mujer un mando de videoconsola representando ese vinculo de ella con las consolas y, por ello, con videojuegos mas casuales.



**Fuente:** Elaboración propia.

Dicho esto entramos al lugar donde, como era obvio, pudimos observar multiplicidad de publicidad, figuras, carteles... concernientes al mundo de los videojuegos, pues, como pudimos notar, esta famosa convención no cesa en su esfuerzo de tratar de ser el estandarte del mundo de los videojuegos.

**Fotografía 4: Entrada de “Gamergy”**



**Fuente:** Elaboración propia.

Una vez dentro pudimos observar que efectivamente había decoración o, en otros casos, productos concernientes a la temática de videojuegos sin embargo en todos los casos que pudimos observar la mayoría de estos contenían personajes masculinos de videojuegos, siendo éstos los más representados y por ello los mayores exponentes del mundo de los videojuegos, en el caso de los personajes femeninos, aunque sí que aparecían, nunca ostentaron la mayoría de la representación e incluso en algunos de estos sitios no había presencia de ellos, con lo cual podemos decir que se daba una invisibilización del personaje femenino.

Los resultados de nuestras observaciones nos dieron pie a afirmar que en el caso de los personajes masculinos aparecían como fuertes, agresivos, altivos, y en situaciones de batalla generalmente, lo cual creemos poder decir que entraría en la tipificación de género masculina que nos describían Shaffer, Palacio, Torregrosa, Fernández, Gil y Torné.

**Fotografía 5: Personajes masculinos de videojuegos**



**Fuente:** Elaboración propia.

En el caso de los personajes femeninos, sin embargo, pudimos advertir que en la mayoría de casos se escenificaban como personajes bellos, atractivos, sexualizados, de apoyo/curación y a la par también con cierto toque de inocencia, nuevamente esto encajaría en la idea estereotípica de género de Shaffer, Torregrosa, Fernández, Gil y Torné.

**Fotografía 6: Personajes femeninos de videojuegos**



**Fuente:** Elaboración propia.

También es destacable, sobre el enfoque que toman estos lugares hacia los jugadores y jugadoras, que pudimos observar que ofrecían videojuegos “color rosa”, o sea, específicos para mujeres y que muestran estereotipos tradicionales alentados a la mujer. Ejemplos de esto fueron “Imagina ser mamá 3D” (Dancing Dots, 2012) o un título tan revelador y conciso como “Cosas de chicas” (DTP Young Entertainment, 2008).

**Fotografía 7: Videojuegos “color rosa” observados**



**Fuente:** Elaboración propia.

Nuestra observación también reveló que en la enorme mayoría de casos los dependientes de los lugares específicos de videojuegos eran hombres, por tanto se perfila a ellos como la figura concedora de videojuegos.

### ***Número de videojugadores y videojugadoras***

En lo referente a nuestro objetivo de observar la percepción que se tiene del número de jugadores y jugadoras de videojuegos en primer lugar podemos hablar del caso de videojuegos online. Casi en la totalidad de entrevistas los videojugadores/as nos dejaron claro que perciben que existe una gran mayoría de jugadores hombres frente a una minoría de jugadoras mujeres.

Esta tendencia parece ser distinta en el videojuego offline pues, aunque la mayoría de los entrevistados/as sigue observando que hay gran mayoría de usuarios hombres, existe un número de entrevistados/as que cree que en los videojuegos offline existe, mas bien, una pequeña mayoría masculina frente al número de usuarias mujeres.

Relacionado con esto creemos que está la observación de la clientela de los lugares especializados en videojuegos, la cual hemos de advertir que en todos los casos era mayoritariamente de hombres a la par que se presentaba casi siempre una minoría de mujeres clientas o, incluso en algunas ocasiones, una ausencia total de las mismas. En muchos casos, la mayoría en las tiendas de videojuegos, los clientes y clientas eran acompañados/as por otra persona y nos pareció importante fijarnos, según su género, en si tan solo acompañaban sin interés en los videojuegos o si, de hecho, compartían el interés una vez dentro del lugar especializado en videojuegos. Los resultados fueron bastante claros pues remarcaron que en la gran mayoría de ocasiones la acompañante del cliente/a “en videojuegos” era mujer, dicho esto hay que notar que en el caso de las acompañantes mujeres estas mostraban, en su enorme mayoría, un desinterés total en los videojuegos, en el caso de los acompañantes hombres pudimos observar que la mayoría de ellos sí que mostraba interés en el videojuego aunque también se dieron algunos casos que ese interés no existía.

Respecto a la evolución de la paridad en el uso de videojuegos en todas las entrevistas las videojugadoras/es aseguraron que desde que juegan a videojuegos han observado un aumento progresivo de nuevas usuarias de videojuegos. Este mismo hecho pudimos comprobarlo en

nuestras observaciones pues logramos ver que existía una clara mayoría de niñas frente a los niños que se presentaron en los lugares especializados en videojuegos marcando, de esta forma, una evolución clara en los consumidores futuros de videojuegos, siendo ellas las que compraban mayoritariamente frente a sus homólogos masculinos.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de imagen cortesía de <https://www.freepik.es/>.

### **Percepción del videojugador y la videojugadora**

Los resultados que obtuvimos en el caso de la percepción de la videojugadora por parte de los hombres fueron que no existía un físico específico vinculado a ser videojugadora, por otra parte se la describió en muchos casos como una mujer con gustos “frikis”, la palabra *friki* puede definirse según la Real Academia Española (RAE) como “*extravagante, raro o excéntrico*” (Real Academia Española, 2018), sin embargo creemos poder aventurarnos en decir que con esos gustos *frikis* se refieren a aquellos vinculados al manga, comic y por supuesto a los videojuegos, por otro lado también fue escenificada por los hombres como un tipo de mujer “distinta a la mayoría” o “alternativa” lo cual sería interesante pues una característica que pudimos ver en algunos casos de nuestra observación fue que estas videojugadoras aparecían en muchos casos con su cabello teñido en colores llamativos (como vimos en el icono de la Gamergy) alejándose del color de pelo usual también mostrando un color de pelo “alternativo”, distinto a la normalidad. También es destacable que en nuestra observación pudimos ver que en algunos casos el hombre no mostraba respeto por las videojugadoras, por tanto, demostrando que existe la percepción de que la videojugadora es inferior a ellos. Las mujeres, por otro lado, describieron a la videojugadora en la mayoría de casos con un físico no atractivo según los cánones de belleza dominantes en nuestra sociedad. También las mujeres quisieron mostrar mayoritariamente que ellas, como videojugadoras, se sentían amenazadas o juzgadas en el mundo de los videojuegos debido a su condición de videojugadoras mujeres:

*“Yo no voy pregonando que soy mujer ¿sabes? Por, por eso de que hmm, no todos pero hmm muchas veces recibes comentarios que, que no son de buen gusto ¿sabes?”* (Lulu: Mujer, 25 años).

*“Pero si, era como una vergüenza en plan que jugara, por ser mujer o algo”* (Lulu: Mujer 25 años).

*“Y también en ese tema como somos chicas nos rechazan, hay algunos videojuegos que queremos jugar y nos rechazan por ser mujeres”* (Tracer: Mujer, 23 años).

En lo que coincidieron en la mayoría de casos el hombre y la mujer sobre la descripción de la videojugadora es en que en los videojuegos se producía sorpresa al observar que una videojugadora aparecía en ellos, considerándola entonces una rareza en el videojuego.

*“Hombre ya se impresionan un poco dicen ¡hostia una chica!”* (Jenos: Hombre, 24 años).

Sobre el videojugador también pudimos ver en nuestras observaciones que en varios casos vestía de negro y con referencias a grupos de rock. Los hombres nos lo describieron en todos los casos con un físico heterogéneo, posteriormente la mayoría de ellos también estimó especificar que tiene gustos *frikis* y también lo tildaron de vago u holgazán. Como mencionamos anteriormente por los resultados de nuestra investigación pudimos notar que existe la percepción de que el videojugador se cree superior a la mujer videojugadora. Las mujeres por su parte describieron en la mayoría de casos que el videojugador mostraba un físico heterogéneo aunque también en menor medida podían tener un físico “no atractivo”, nuevamente describieron que tienen gustos *frikis* y aquí apareció un nuevo elemento y es que ellas los tildaban en ciertos casos de infantiles y también como consentidos por los padres proyectándoles una imagen de inmadurez.

En nuestras observaciones también pudimos advertir que el videojugador era publicitado y escenificado como la imagen del mundo competitivo de los videojuegos, como el *ciber-atleta* y el jugador profesional basado en su sobresaliente habilidad. En el caso de la videojugadora casi no observamos escenificación, la poca que pudo verse proyectaba a esta como una jugadora de videoconsola (igual que en el icono de la Gamergy anteriormente mencionado),

es decir, mas enfocada al mundo del videojuego casual, debido a la falta de escenificación en carteles y otras publicidades tuvimos que centrar el foco en las mujeres asistentes concretamente para observar más características de la videojugadora, gracias a lo observado pudimos advertir que ésta era la que mayoritariamente realizaba, al contrario que el hombre, “cosplay” término que es una contracción de las frases inglesas “Costume play” (“Juego de disfraz”) éste podemos definirlo rápidamente como la práctica de disfrazarse de personajes ficticios interpretando sus roles (Camacho, 2015), hablando en este caso de personajes de videojuegos, en base a esto creímos que la videojugadora no solo se mostraba como casual sino que también se escenificaba como la adoptadora de la imagen de los videojuegos.

**Fotografía 8:** Escenificaciones y prácticas del videojugador y la videojugadora



**Fuente:** Elaboración propia.

Más tarde se preguntó a entrevistados/as por las practicas del videojugador y la videojugadora respectivamente en el videojuego las cuales dividimos entre posiciones que solían tomar, forma de jugar y manera de hablar en los mismos. Del videojugador los entrevistados/as aseguraron que en mayor medida solía escoger posiciones agresivas y ofensivas (tiradores, asesinos físicos) a la par que se decantaba también por las que le otorgaban protagonismo y mayor posibilidad de competitividad, de su forma de jugar se destacó en la mayoría de casos que era agresiva y competitiva y sobre su forma de hablar se nos especifico que mayoritariamente era agresiva, normalmente compuesta por agresiones verbales y también competitiva. En nuestras observaciones pudimos ver que las prácticas de juego del hombre

videojugador eran mayoritariamente competitivas y basadas en la búsqueda continua de éxito y victoria a la par que observamos también dominación frente al adversario, agresividad y muestras de orgullo y chulería. En el caso de las videojugadoras los entrevistados/as dijeron que adoptaban mayoritariamente posiciones de apoyo y curación y también, aunque en menor medida, de tipo agresivo pero a diferencia del caso del videojugador esta era una agresividad basada en la magia, por otra parte se destacó que su forma de jugar era tranquila, paciente, pasiva y jovial, sobre su forma de hablar esta se describió como poco agresiva y tranquila a la par que también la veían pasiva y con deseo de no hacerse notar, tanto era así que en algunos casos se dijo que directamente no hablaban. Sobre la actitud de juego de ellas, vista en las observaciones, podemos decir que mayoritariamente advertimos que mostraban mucha mayor indiferencia a la victoria que el videojugador además de que en varias ocasiones mostraban desconocimiento sobre algunas prácticas de juego, también pudimos observar que se mostraban tranquilas y manifestaban mayor compañerismo que sus compañeros hombres a la par que se mostraban más humildes y también más dispuestas a manifestar sus sentimientos.

También quisimos averiguar cuáles eran las relaciones que se daban entre videojugadores, videojugadoras y entre los mismos pares, en respuesta a esta pregunta entrevistados y entrevistadas expusieron que las relaciones entre videojugadores hombres eran fundamentalmente competitivas, agresivas, no faltas de chulería y veneración por la victoria. Las relaciones entre videojugadoras fueron expuestas como de apoyo mutuo, compañerismo y humildad, finalmente las relaciones entre videojugadores y videojugadoras fueron detalladas como que, en la mayoría de casos, el hombre agredía verbalmente a la mujer por ser mujer videojugadora, que el hombre infravaloraba a la mujer jugadora, que el hombre jugador flirteaba y buscaba la conquista de la mujer videojugadora y que además éste solía proteger de los peligros a la videojugadora por el simple hecho de ser mujer, también en algún caso se destacó que la mujer se aprovechaba del hombre.

Respecto a la preferencia por parte de hombres y mujeres del sexo de sus compañeros/as los hombres jugadores respondieron mayoritariamente que les era indiferente el sexo mientras que su habilidad fuera correcta, en el caso de las mujeres jugadoras estas expusieron que les era indiferente en general, aunque en algún caso se destacó que sus motivos se inclinarían más por cómo se comportaban, por la habilidad que poseían y por su comodidad con otras jugadoras.

Por otra parte también se preguntó sobre quienes jugaban más tiempo y quienes jugaban mejor a videojuegos, en todos los casos los hombres respondieron que eran ellos los que más tiempo jugaban y también quienes mayor habilidad detentaban, en el caso de las mujeres mostraron mayoritariamente que eran los hombres los que más jugaban aunque hubo alguna voz que expuso una igualdad en tiempo de juego, por otra parte sobre quien jugaba mejor las mujeres tuvieron opiniones divididas exponiendo unas que tanto ellas como ellos jugaban igual de bien y otras que eran los hombres quienes mejor jugaban.

A este respecto preguntamos a nuestros entrevistados/as las horas que jugaban aproximadamente al día y el dinero aproximado que gastaban en videojuegos al año, esta pregunta la segregamos por genero puesto que pretendíamos hacer una comparativa según el género. Los resultados de entrevistadas/os mostraron que tanto mujeres como hombres jugaban aproximadamente entre 4-5 horas al día en su mayoría mientras que en el gasto los hombres jugadores eran quienes se imponían mayoritariamente desembolsando entre 200 y 400 euros al año en videojuegos mientras que las videojugadoras en su gran mayoría gastaban menos de 200 euros anuales en videojuegos.

Posteriormente, en relación a las preferencias, quisimos averiguar cuáles eran los tipos preferidos de videojuegos según el género del jugador/a tanto en el caso de nuestras entrevistadas/os como en lo que logramos ver gracias a nuestras observaciones, en el primer caso pudimos ver que los hombres entrevistados mostraban que sus géneros favoritos de videojuegos eran mayoritariamente en primer lugar los de Rol(RPG, MMORPG) en segundo lugar los Shooter y finalmente los de Terror, las mujeres por otro lado mostraron una tendencia mayor por los videojuegos de Rol, de plataformas y de estrategia, es destacable el hecho de que las mujeres tenían gustos mas expandidos en el caso de los hombres, sin embargo, estos gustos estaban bastante condensados en los géneros de videojuegos ya mencionados, en el segundo caso, la observaciones, pudimos observar que los hombres jugadores optaban en su mayoría por videojuegos de conducción y de lucha aunque también gusto por lo de estrategia competitiva (MOBA), en el caso de las videojugadoras pudimos ver que mayoritariamente se inclinaban por videojuegos de lucha, y, en menor medida, de baile y de deportes (en estos casos eran de tenis).

Por otra parte también deseábamos conocer la creencia de videojugadores/as entrevistados sobre cuál era mayoritariamente el tipo de videojuegos favorito según el género del jugador/a, los resultados mostraron que los videojugadores señalaban que en el caso del hombre este se inclinaba mas por videojuegos shooter, de deportes y de rol respectivamente, mientras que estos mismos creían que las mujeres gustaban en su mayoría de los videojuegos de Rol, de estrategia competitiva y de shooter. Las videojugadoras por otra parte sostuvieron que la preferencia masculina en videojuegos se basaba en los de shooter y estrategia competitiva, mientras que en el caso de la mujer ellas señalaron que les gustaba en mayor medida el simulador de vida social (juegos parecidos a los Sims) y también que aparte de eso las mujeres no gustaban de un genero de videojuegos particular y concreto.

Quisimos estudiar, que es lo que más gustaba a videojugadores y videojugadoras respectivamente de un videojuego a lo que los primeros respondieron mayoritariamente que era la historia del videojuego y las relaciones entre los personajes lo que más les gustaba, mientras que en el caso de las videojugadoras las respuestas fueron mixtas, asegurando unas que su preferencia radicaba en esa historia y relaciones de personajes y respondiendo otras que gustaban más de la jugabilidad y consecución del juego, a la par que, en la conquista de todos los logros y desafíos que este expone.

Finalmente no quisimos terminar este apartado sin preguntar a los entrevistados/as por los videojuegos “color rosa”, en primer lugar fue destacable que no todos los hombres los conocían pues hubo división de respuesta entre quienes los conocían y aquellos que no, sin embargo en el caso de las mujeres todas mostraron conocerlos sin dudar. Por otra parte en los hombres nuevamente hubo división de opiniones entre quienes estimaban que estos videojuegos alentaban estereotipos de género tradicionales de la mujer a quienes los jugaran y quienes consideraban que no, de nuevo todas las entrevistadas se mostraron de acuerdo en afirmar que si que existían tales estereotipos y los alentaban. De nuevo se dio la división de opiniones en los hombres entre quienes no les parecían apropiados estos juegos y quienes si les parecían apropiados, en el caso de las mujeres la respuesta unánime fue que no les parecían bien estos videojuegos por lo antes dicho. Finalmente se preguntó a los entrevistados/as si conocían o creían que existían videojuegos específicos para hombres, la gran mayoría respondió que no independientemente del género.



## ***Pasado y futuro de videojugadores y videojugadoras***

Continuaremos ahora con los resultados obtenidos referentes a nuestro objetivo de estudiar el pasado y el futuro de los usuarios de videojuegos. En primer lugar la gran mayoría de las entrevistadas/os aseguraron que sus sucesores<sup>3</sup> utilizaban y disfrutaban de los videojuegos en mayor medida que sus antecedentes<sup>4</sup>.

A la hora de hablar sobre sus antecedentes masculinos los entrevistados/as informaron que en su mayoría son o fueron jugadores de videojuegos. Por el contrario en el caso de sus antecedentes femeninos afirmaron que mayoritariamente ni son, ni fueron jugadoras de videojuegos.

Posteriormente obtuvimos datos similares en el caso de los/as sucesores/as. Aunque en este caso la tendencia era ligeramente distinta a la de los antecedentes pues hubo quienes advirtieron una ligera paridad de uso de los videojuegos en los sucesores, algo que, si bien leve, nos muestra una diferencia fomentadora a futuro de la igualdad de género en el uso y familiaridad con los videojuegos. Esto podría vincularse con lo anteriormente mencionado de que los entrevistados y entrevistadas observan un aumento continuo de jugadoras en los videojuegos y a la par cuadraría con nuestras observaciones que revelaron que las niñas son presencia mayoritaria frente a los niños en los lugares especializados de videojuegos.

Por otro lado es interesante destacar los resultados a nuestra pregunta de ¿quién fue el introductor o introductora del entrevistado/a en el mundo de los videojuegos? Los cuales nos muestran que en todos los casos fue un familiar, esto nos demuestra la importancia de la familia a la hora de aprender o explorar elementos de nuestro mundo. Dentro de que todos eran familiares también se nos especifico que en la mayoría de casos era un familiar masculino aquel que resultaba ser el introductor al videojuego, aunque también pudimos observar algún caso en el que un familiar femenino había resultado ser la introductora al juego.

Queríamos observar también si los videojugadores y las videojugadoras observaban de forma distinta el acceso a los videojuegos dependiendo del género de quien se introduce, a este respecto los videojugadores detectaban en su mayoría que los hombres simplemente tienen un mayor interés en las tecnologías y los videojuegos que las mujeres, sin embargo ellas aseguraron mayoritariamente que ese no era el caso y que en realidad el hombre goza de mayores facilidades para entrar en los videojuegos y por ende en las tecnologías (entendamos por facilidades el hecho de que los padres son los que más regalan o dan videojuegos a sus hijos masculinos, o a que la sociedad observa con mejores ojos al hombre que juega videojuegos que a la mujer).

*“Yo creo que es eso que a los chicos suele generarnos más interés los videojuegos que a las chicas”*  
(Jenos: Hombre, 24 años).

<sup>3</sup> Aquellas personas cercanas a entrevistados/as y con edad inferior a ellos/as.

<sup>4</sup> Aquellas personas cercanas a entrevistadas/os y mayores que ellas/os.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de imagen cortesía de <https://www.freepik.es/>.

*“Creo que se les dan más facilidades (...) a los hombres para acceder desde que son más pequeños hmm sobre todo con el tema de la competitividad y tal”* (Toriel: Mujer, 27 años).

### **Percepción del mundo del videojuego e “intra-juego” por parte de I@s players**

Pudimos observar en apartados anteriores que los personajes de videojuegos resultaban estereotipados por su género y a la par desiguales en representación a favor de los masculinos, no quisimos que esto estuviera sujeto solo a nuestro juicio y tal pensamiento nos dio pie a preguntar a entrevistadas/os sobre como veían ellas/os a los personajes de videojuegos en particular y al mundo del intra-juego en general. Sobre el caso de los personajes para averiguar concretamente cual era la percepción de nuestros entrevistados/as decidimos dividir el concepto de su imagen en tres partes: el físico, la mentalidad y la actuación en el videojuego, en base a estas preguntas los entrevistados y entrevistadas respondieron que los personajes masculinos podían verse en la gran mayoría de casos con un físico fuerte y musculoso, que su mentalidad podía caracterizarse mayoritariamente como valiente y heroica, también en varios casos como ingeniosa, “de macho”, agresiva, ganadora y con una gran fuerza de voluntad, por ultimo también destacaron que la actuación en el videojuego del personaje masculino estaba marcada por el protagonismo, la agresividad, su papel de salvador y héroe y también por ser efectivo y salir victorioso. Sobre estos mismos términos se preguntó por los personajes femeninos a lo que entrevistadas y entrevistados contestaron en primer lugar que el físico de éstas se caracterizaba por su belleza y por ser atractiva, además de por la voluptuosidad de su cuerpo y por la hipersexualización que mostraban, sobre su mentalidad se nos dijo que mayoritariamente eran cuidadoras y apoyaban a los otros además de que en muchos casos buscaban ser la ayuda de los demás, por otra parte también se las tildó de tranquilas y calmadas y a la par por un lado de débiles y por otro lado de fuertes mostrando que existía una cierta división de opiniones en este punto (quizá por el cambio que han ido experimentando los personajes femeninos desde hace unos años), finalmente se distinguió por parte de entrevistados/as que la actuación de los personajes femeninos era mayoritariamente basada en un papel secundario, también se destacó que cumplían papeles de apoyo y también en algunos casos de invocadoras, es decir, que invocaban a otras criaturas más fuertes que ellas para luchar sus batallas. Por otra parte quisimos observar la opinión de entrevistados/as sobre las relaciones que se daban en los videojuegos por parte de los personajes según su género, por tanto estimamos oportuno preguntarles sobre esas relaciones en el mismo sentido en que hicimos con el caso de los jugadores/as, es decir, relaciones hombre-hombre, mujer-mujer y hombre-mujer. A raíz de estas preguntas recibimos respuestas que aseguraban que la relación entre personajes masculinos suele basarse en la competitividad o rivalidad, también en el compañerismo y en ciertos casos en la enemistad sin embargo en el caso de las relaciones de personajes femeninos éstas están marcadas mayoritariamente por el compañerismo y también, aunque en menor medida, en la amistad, confianza, y dos tipos de competitividad: una común y la otra basada en los celos por la búsqueda de relación amorosa por el personaje masculino. Para acabar con las relaciones en el caso de las de personajes masculinos y personajes femeninos se nos dijo que sobretodo se basaban en la conquista amorosa del hombre hacia la mujer y de la protección de estos hacia las mujeres, también se dijo en menor número de casos que existe en sus relaciones un apoyo de la mujer hacia el hombre, una conquista amorosa de ella hacia él y también compañerismo entre ambos.

Dicho esto quisimos conocer si entrevistados y entrevistadas experimentaban alguna preferencia, según su género, a la hora de escoger el sexo del protagonista de un videojuego, respecto a esta pregunta los hombres jugadores respondieron de forma dividida entre quienes les era indiferente y quienes preferían un protagonista masculino, en el caso de las mujeres ocurrió la misma división solo que mientras lo que en el caso de los hombres era un protagonista masculino en el caso de ellas era uno femenino, sin embargo las videojugadoras

mostraban levemente una mayor preferencia por escoger una protagonista femenina mientras que la división de opinión entre los videojugadores era total.

A la par pretendíamos conocer la opinión de entrevistadas y entrevistados sobre si el enfoque que tiene el mercado y el mundo de los videojuegos favorece a un género o a otro, las primeras por su parte aseguraron siempre que los videojuegos están enfocados mas a los hombres, por otro lado los hombres en su mayoría también secundaron esta idea aunque hubo cierto caso en el que se aseguraba que los videojuegos no estaban enfocados a un genero u otro. Preguntamos también sobre si tenían alguna idea del porqué de este enfoque sobre ello los videojugadores afirmaron mayoritariamente que esa orientación se debía a temas comerciales, es decir, ocurría debido a que como son los hombres los mayores consumidores el mercado se centra más en ellos que en las videojugadoras, sin embargo en algunos casos los videojugadores también advertían que la orientación de los videojuegos hacia los hombres se debía a motivos de socialización de género. Las videojugadoras respondieron a este respecto mayoritariamente, y remarcándolo en varias ocasiones, que esta orientación se debía a la socialización de género, aunque también hubo algún caso concreto, en pocas ocasiones, que afirmaba que también podía deberse a motivos comerciales por lo antes mencionado.

Durante las entrevistas pudimos advertir que no solo todas las videojugadoras declaraban que detectaban explícitamente machismo en el mundo de los videojuegos sino que además declararon aparición de ese machismo en múltiples ocasiones de juego, tema en el que, en el caso de los varones, pudimos observar división de opiniones entre los que afirmaban notar ese machismo y quienes decían que no existía. Incluso como ya dijimos las videojugadoras detectaban un ambiente hostil hacia ellas debido simplemente a ser mujeres.

*“Todas tenemos muy presente la realidad de, que vivimos que es la discriminación de género que hay por el simple hecho de ser mujeres el no poder jugar a mí me siguen diciendo, a support, puta mujer vete a fregar hostia a fregar los platos, vete a fregar el suelo, hazme la comida, te puedes imaginar...”* (Lulu: Mujer, 25 años).

*“Comentarios como eh eres una puta, que mal juegas, desinstálalo, las chicas no pueden, no tienen que jugar a esto, eeh deberías estar cocinando o limpiando ¿sabes? No sé, ese tipo de comentarios supermachistas”* (Tracer: Mujer, 23 años).

*“Yo creo que sigue siendo un mundo (el de los videojuegos) enfocado a los hombres en general y (...) yo creo que la industria del videojuego todavía sigue anclada un poco en los 80 jajaja en los 90 quizás”* (Sylvanas: Mujer, 30 años).

*“Tío por la mierda de machismo que hay, para una que se mete al LOL y la pusieron a la pobre a caldo, y se, tuvo que renunciar”* (Teemo: Hombre, 26 años)

*“No pienso que sea porque los desarrolladores sean machistas ni cosas así”* (Guybrush: Hombre, 27 años).

En base a estos alegatos (más concretamente el manifestado por “Teemo”) y también debido a que en los lugares especializados de videojuegos habíamos observado que en los carteles y en las retransmisiones que aparecían sobre competiciones famosas e importantes de videojuegos, los llamados *E-sports*, siempre aparecían hombres como los únicos *ciber-atletas* quisimos averiguar de forma breve la opinión de entrevistadas y entrevistados sobre el mundo de los *E-sports* en cuestión de género. Primeramente se les preguntó sobre su conocimiento sobre qué eran los *E-sports* dividiendo las respuestas según el género del entrevistado/a lo cual arrojo el resultado de que ambos, jugadores y jugadoras, en su totalidad conocían y estaban

informados/as de la existencia de los *E-sports*. Habiendo aclarado ese punto, que nos daba pie a creer que ambos, videojugadores/as, sabían perfectamente de lo que hablaban, quisimos conocer su punto de vista sobre la posible diferencia o igualdad de género que ellos percibían en las grandes competiciones del mundo de los videojuegos los resultados no se hicieron esperar confirmando, desde el punto de vista de todos los videojugadores y videojugadoras, que existía diferencia de género puesto que todos advirtieron que en los *E-sports* había casi una inexistencia de videojugadoras *ciber-atletas* frente a una enorme mayoría de hombres que ejercían como tales. Muy interesante nos pareció también el caso que nos indicaron cierto número de entrevistados/as sobre una videojugadora, Remilia, que quiso introducirse en las grandes competiciones de videojuegos, en los *E-sports*, la cual sufrió tal oleada de mensajes negativos y acoso a través de redes sociales, tanto por su condición de mujer como por la posibilidad que se barajó posteriormente de que fuera transexual, que acabo por renunciar a esa posibilidad. La historia de Remilia, ocurrida en 2015, fue un hecho que pudimos confirmar con noticias sobre *E-sports* (Baz, 2015), (Cuatro.com, 2015) mostrándonos una historia marcada por la presión social debido al simple hecho de ser distinta a un hombre en el mundo competitivo de los videojuegos. Este mundo de los *E-sports* nos parece interesante también para un trabajo propio en los mismos términos de análisis de género sin embargo esto deberá quedar para futuros estudios pues no podemos pararnos más en este punto.

### ***Percepción del videojuego: comunidad, contribuciones y desventajas***

Finalmente, quisimos entender qué significaban para ellas/os y como veían los videojuegos las videojugadoras y videojugadores. A la luz de esta pregunta tan abierta hubo multiplicidad de respuestas pero la gran mayoría de las entrevistadas/os acertó a definirlos como un método de entretenimiento, también como una posibilidad de evasión a las tensiones de la vida diaria, es decir, como una válvula de escape y a la par como un lugar de relación verídico en el cual establecer amistades o mas tipos de relaciones humanas. En menor medida también dieron en definirlos como una nueva forma de cultura y arte e incluso como un lugar en el cual cumplir sueños y fantasías.

En concreto, sobre que el videojuego es un lugar donde establecer relaciones, en nuestra investigación pudimos observar distintos elementos que apoyan esa idea de que aportan o afianzan relaciones sociales de distinto tipo llegando incluso a poder catalogarlos como una comunidad. En nuestras entrevistas nos interesaba también observar qué cantidad y qué tipo de relación se entablaba dependiendo del genero del entrevistado/a para una posterior comparación mujer-hombre, los resultados mostraron que todos los hombres aseguraban establecer muchas relaciones en los videojuegos, en el caso de las mujeres aunque la mayoría destacaba lo mismo una de ellas lo negaba. También fue destacable el hecho de que en el caso de los hombres las relaciones siempre eran de amistad, sin embargo por parte de las mujeres, aunque la mayoría eran de amistad, se daba la particularidad distintiva de que, en ocasiones, la relación que se establecía era de tipo amoroso. Además se advirtió el hecho de que entrevistados/as aseguraban que se afianzaban las relaciones de amistad pero únicamente fueron las mujeres quienes decían consolidar en los videojuegos también sus relaciones amorosas.

*“Me ha servido también para afianzar ciertas amistades yo por ejemplo incluso con mi pareja nosotros nos conocimos fuera de los videojuegos por otro hobby en común pero y lo que creo que muchas veces nos ayudo a superar momentos malos o incluso a estar más cerca, fueron los videojuegos”* (Sylvanas: Mujer, 30 años).

Hemos de comentar que los jugadores no solo sociabilizan y desarrollan relaciones en los videojuegos sino que además crean nuevos elementos y formas de entender el mundo. Ejemplo de ello es el lenguaje concebido intrínsecamente en el videojuego el cual es creado y aprendido por los jugadores/as y posteriormente adoptado en la vida cotidiana de los mismos (Camacho, 2015). Este lenguaje y nueva forma de entender el mundo promueve, ya fuera del videojuego, la aparición de nuevas relaciones y formaciones de grupos sociales basados en el nexo temático que representan los videojuegos, pues creemos que videojugadores/as terminan por relacionarse entre ellos/as gracias a identificarse como seguidores de tal temática, pudiendo llegar a convertirse en una comunidad emergente.

En nuestro estudio quisimos enfocar nuestra atención brevemente en este lenguaje y por ello preguntamos a nuestros sujetos de estudio sobre este respecto. Los resultados nos revelaron que todas/os y cada uno de los entrevistadas/os afirmaban el hecho de la existencia de lenguaje y jerga específica concebida a raíz de los videojuegos a la par que notaban que ésta se introduce en la vida diaria de los/as videojugadoras/es por ello demostrando que se crean nuevas formas de entender el mundo en base a los videojuegos. Preguntamos si podían darnos algunos ejemplos a lo que ellas/os accedieron dándonos a conocer los siguientes términos:

**Tabla 3: Ejemplos variados del lenguaje de videojugadoras y videojugadores**

<b>Término</b>	<b>Significado</b>
<b>Baiteo</b>	Término utilizado para describir una situación en la que engañas a un enemigo/contrincante para que te siga y llevarle a una trampa
<b>Ban</b>	Expresión que se usa para denominar cuando el juego o sus moderadores te sancionan debido a diversos motivos
<b>Burst</b>	Vocablo que se utiliza para denominar un daño descomunal en un lapso corto de tiempo
<b>Caster</b>	Locución empleada para nombrar a aquellos/as que retransmiten competiciones de videojuegos. También se usa para denominar a quienes canalizan hechizos o habilidades
<b>Flamer</b>	Palabra que engloba todo aquel jugador/a hostil que recurre a la agresividad y a la agresión verbal cuando no se consigue el objetivo deseado u otras circunstancias
<b>GG WP</b>	Siglas de las palabras inglesas “Good Game” “Well Played” cuyo significado literal español es “Buena Partida/Buen Juego” “Bien Jugado”, normalmente esta expresión se suele usar a modo de cortesía deportiva al acabar una partida, tanto por parte del equipo ganador como del equipo vencido, sin embargo dependiendo del contexto puede entenderse de forma negativa (por ejemplo cuando un jugador/a piensa que esa partida no puede ganarse pase lo que pase y “tira la toalla” asumiendo la derrota)
<b>GJ</b>	Siglas de los términos ingleses “Good” “Job” es decir “Buen” “Trabajo”, el vocablo se utiliza normalmente para designar una buena acción de una jugadora/or
<b>Healer</b>	Término utilizado para designar una habilidad concreta de un personaje de videojuego, en concreto la traducción literal del inglés es “curador/a” siendo esta la habilidad que ostenta
<b>Kappa</b>	Palabra nacida en la plataforma Twicht.tv, escrita al final de una frase denota que la afirmación de la misma es irónica o falsa, se utiliza de forma sarcástica o humorística
<b>LOL</b>	Acrónimo inglés de las palabras “Laughing Out Loud” las cuales significan literalmente “Riendo en Voz Alta/A Carcajadas”, está tiene su origen mas en el ámbito de internet sin embargo también se introdujo en el mundo de los videojuegos, suele utilizarse para denotar la comicidad ante un hecho que se considera gracioso

<b>Manco</b>	Vocablo despectivo utilizado para designar a un jugador/a que es extremadamente malo/a, es decir, cuya habilidad de juego es penosa
<b>Meta</b>	Diminutivo de la palabra inglesa “metagame” el cual sirve para definir el “marco del juego”, todas aquellas estrategias que dan mayor probabilidad de conseguir la victoria en el videojuego
<b>Need healing</b>	Palabras inglesas que significan “Necesito curación” utilizadas en el videojuego para pedir apoyo y curación por parte de los aliados debido a una situación adversa y de peligro mortal
<b>Noob</b>	Término inglés cuyo significado textual es “novato/a” se utiliza de forma peyorativa para indicar que ese jugador/a es un neófito/a en el videojuego dando a entender que su habilidad es pésima
<b>NP</b>	Siglas de los términos ingleses “No” “Problem” cuya traducción literal es “Sin/No” “Problema/s” esta expresión se utiliza para dar a entender que no tienes problemas con una decisión o para decir “de nada” a una jugadora/or agradecida/o
<b>Ragear</b>	Es un derivado de la palabra “rage” (“ira”/“rabia”) y es justo lo que haría el <i>Flamer</i> pues este término indica toda expresión o frase que se diga de forma hostil y agresiva hacia otros jugadores/as por parte de un jugador/a concreto
<b>Tanque</b>	Nuevamente hablamos de un término que designa una habilidad o rol concreto de un personaje de videojuego, en este caso hablamos del personaje que aguanta el daño y se enfoca en defender a los aliados
<b>Tiltar</b>	Esta palabra es utilizada para indicar cuando un jugador/a esta malhumorado o disgustado ya sea por motivo del juego o por otros jugadores/as
<b>Ward</b>	Término utilizado principalmente debido al videojuego League of Legends(2009), designa un objeto del juego cuyo cometido es dar visión a un área concreta para evitar emboscadas o ataques por sorpresa de otros jugadores/as
<b>WTF</b>	Siglas de las palabras inglesas “What The Fuck” cuya traducción aproximada podría ser “Qué Diablos” esta expresión no nació en los videojuegos pero los entrevistados/as la califican como un término mas de esta jerga, se utiliza para mostrar asombro ante diferentes situaciones inverosímiles
<b>XD</b>	Letras que unidas dan la forma de una cara con los ojos cerrados y con la boca abierta presumiblemente riendo, se utiliza como expresión para denotar lo gracioso que le parece algo a una jugadora/or

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos de nuestras entrevistas.

Ejemplos como estos también pudimos encontrarlos en nuestras observaciones en los lugares específicos de videojuegos, es por ello que probamos el hecho de que este lenguaje llega a la vida cotidiana del usuario/a de videojuegos. Oímos expresiones tales como “*No me flamees*” por parte de un jugador tras escuchar un insulto o “*vaya burst*” en base a que ese jugador escuchó un comentario cruel hacia otro jugador.

Como podemos ver conseguimos una gran cantidad de ejemplos tan solo de 8 entrevistas y cierto número de observaciones, esto debería darnos una idea aproximada del volumen y variedad que debe tener esta jerga de videojuegos. Otro dato interesante es el hecho de que muchas de las expresiones se basan o son directamente de origen inglés, algo que, como veremos más adelante, da sentido para afirmar que los videojuegos sirven como un primer contacto con los idiomas extranjeros y con la posterior familiarización y uso de los mismos por parte de las videojugadoras y videojugadores.

“*Los juegos competitivos yo creo que fomentan (...) la comunicación sobre todo en aquellos videojuegos en los que somos de nacionalidades distintas fomentan, yo creo que fomenta esas cosas*” (Raiden: Hombre, 25 años).

“Yo de los videojuegos he cogido mi nivel de inglés que ha subido una bestialidad” (Lulu: Mujer, 25 años).

Junto a estas preguntas quisimos también averiguar si los entrevistados y entrevistadas notaban que los videojuegos llegaban a aportar algo positivo al individuo o si, por el contrario, captaban que éstos tenían algún efecto negativo en ellos y ellas. Los resultados de las entrevistas nos dan pie a afirmar que la gran generalidad de los entrevistados/as ven que los videojuegos mayoritariamente proporcionan aportaciones positivas al usuario/a, sin embargo es lícito decir que hubo un caso concreto que notaba que los videojuegos más bien aportaban cosas negativas. Dentro de estas afirmaciones quisimos saber con exactitud cuáles eran esas aportaciones positivas y esas desventajas, en primer lugar y por orden de importancia los jugadores y jugadoras percibían que la ventaja más común y evidente, corroborando nuestras anteriores afirmaciones, era el hecho de que el videojuego aportaba la posibilidad de formar nuevas relaciones con otros jugadores y jugadoras, también nos pareció interesante que aseguraran en cierto número de casos que ayudaban a aumentar el nivel de inglés del usuario/a, esto puede deberse a que la jerga entre los “*players*”, como pudimos observar, habitualmente está enmarcada en dicho idioma, también podemos aventurar que si el idioma del propio videojuego no puede cambiarse a español y, sin embargo, si existen subtítulos en nuestro idioma es posible que esto resulte en un método de aprendizaje indirecto de inglés para el jugador/a, también algunos afirmaban en este sentido que el videojuego podía resultar pedagógico o de beneficio intelectual, otros que contribuía en los valores de la cooperación y el compañerismo e incluso que podía servir para afianzar amistades o como un beneficio para la psicomotricidad. Por otra parte, aunque minoritarios, hubo quienes destacaron desventajas para el jugador/a intrínsecas al hecho de jugar a videojuegos, hablamos de que se identificó en ciertos casos mucha violencia, que la negatividad de otros jugadores podía resultar toxica para el videojugador/a, también que siendo un mundo distinto a la realidad no pueden extrapolarse ciertos elementos a la vida diaria y finalmente que puede llegar a inducir, en su exceso, procrastinación o irresponsabilidad para con las tareas a realizar del jugador/a fuera del ámbito de los videojuegos.

#### **4. Discusión**

Finalmente en este apartado revisaremos la totalidad de lo observado en nuestro estudio vinculándolo con nuestro marco teórico.

La percepción de entrevistados/as no coincidió con los datos cuantitativos sobre el número de videojugadores y videojugadoras, tales datos daban cuenta de una ligera mayoría de uso por parte de los hombres frente a las mujeres, sin embargo, la percepción de entrevistados/as consistía en una notable desigualdad en el uso de videojuegos online a favor de los varones y, aunque presente tal desigualdad, se atenuaba ligeramente a favor de las mujeres en los videojuegos offline. Posteriormente en nuestras observaciones en lugares específicos de videojuegos confirmamos esa desigualdad puesto que, aunque hubo presencia femenina, encontramos que la asistencia masculina era notablemente mayoritaria a la par que las mujeres eran las que mayoritariamente cumplían un rol de acompañante que además no estaba interesada en videojuegos. Sin embargo, por otro lado también pudimos notar, en sintonía con el consenso de las declaraciones de entrevistados/as al afirmar que existía un creciente número de videojugadoras, la mayoritaria existencia de niñas frente a niños en esos ámbitos especializados de videojuegos lo cual, a futuro, parece asegurar un cambio a favor de igualdad de género en el uso de los videojuegos. Aun así a día de hoy hemos de decir que, aunque no pretendemos poner en duda los datos publicados sobre videojugadoras y videojugadores lo cierto es que éstos y éstas, más allá de los meros números, se encuentran ante una realidad que acusa una desigualdad de género palpable en el uso de videojuegos, por tanto en un

primer momento podríamos decir, a tenor de estos datos, que existe aún una brecha digital de género.

Sobre la percepción del videojugador y de la videojugadora pudimos obtener ciertas características de ambos, primeramente diremos que en el caso de la videojugadora los hombres entendían que la percepción de ella era la de una mujer que, aunque su físico era poco atractivo, era distinta a las demás, alternativa. Por otro lado las entrevistadas quisieron denunciar que la videojugadora se sentía amenazada o juzgada en el mundo de los videojuegos debido tan solo a su condición de ser mujer. Hombres y mujeres coincidieron en que en los videojuegos el encontrar una videojugadora generaba sorpresa a todos los que allí estaban presentes, mostrándonosla como algo raro e insólito. También fue destacable que la mujer era publicitada como una videojugadora casual cuya preferencia era la consola y como adoptadora de la imagen del videojuego, nunca cercana a la competición. Concretamente su perfil como jugadora más bien casual pudimos comprobarlo en nuestras observaciones. En base a toda esta información en nuestra tipología propuesta de jugadores/as podríamos situar a las videojugadoras cercanas a la categoría de “videojugadoras casuales” o también a la categoría de *gamer*.

Sobre el videojugador los entrevistados nos describieron su percepción de que contaban con un físico variable a la par que sus gustos eran *frikis* y también se incluyó la idea de que era vago y holgazán. Las mujeres mostraron que su percepción se basaba también en un físico heterogéneo y en ciertos casos un físico no atractivo, a la par que secundaron la idea de que tenía en su mayoría gustos *frikis* y finalmente ellas hicieron notar que los percibían como infantiles o inmaduros y consentidos por los padres/madres. Desde nuestras observaciones pudimos notar que los videojugadores eran los más publicitados y ensalzados en la imagen del *gamer* y del *ciber-atleta*, pues la competición parecía territorio de hombres, de hecho notamos que en algunos casos se creían superiores a la videojugadora por ser videojugadores hombres. Entre otras cosas quizá influyera en esta idea lo que encontramos en nuestras observaciones de que la figura de autoridad en conocimiento y venta de videojuegos era el hombre muy mayoritariamente. Tales datos mostraron que en nuestra tipología propuesta de jugadores/as los videojugadores serían categorizados como *gamers* y *ciber-atletas* categoría a la que las videojugadoras, por lo visto y mostrado, no tendrían acceso y por ello, a priori, se muestra una idea latente de que no serían capaces de profesionalizarse en el mundo de los videojuegos pues no exponen la existencia de antecedentes en ese sentido.

Por otra parte los datos recogidos de entrevistas y observaciones revelaron que tanto en las prácticas de juego como en las relaciones de videojugadores y videojugadoras se podía notar que tanto hombres como mujeres reproducían la tipificación de género expuesta anteriormente por Shaffer, Palacio, Torregrosa, Fernández, Gil y Torné. Dentro de esas prácticas de juego y relaciones mostradas pudimos encontrar la información suficiente para encajar al videojugador y la videojugadora en la tipología de jugadores de Richard Bartle siendo los primeros en su mayoría “asesinos” y siendo las segundas mayoritariamente “socializadoras” y “cumplidoras” (esto último basado en el gusto mayor de ellas por conseguir los logros y desafíos, esta preferencia podrá comprobarse líneas más abajo en los gustos de videojugadoras en videojuegos). Según la tipología que citó Camacho pudimos observar que tanto los hombres como mujeres entrevistados/as podían considerarse “*Blanders*” lo que nos dio a entender que a día de hoy videojugadores y videojugadoras han “roto las fronteras” de la pantalla y observan los videojuegos como un mundo más para socializar y formar relaciones.

Sobre quienes jugaban mejor los hombres no dudaron en expresar que eran ellos mientras que en el caso de las mujeres hubo división de opiniones entre las que decían que jugaban mejor



los hombres y las que afirmaban que ambos sexos jugaban igual de bien, confirmando a medias (el caso de la creencia de los hombres) lo observado en trabajos como el de Alonqueo, Rehbein, Díez y otros autores. En lo referente al tiempo dedicado al videojuego se pregunto a entrevistados/as diciéndonos los hombres que eran ellos los que más tiempo jugaban idea que también expresaron la mayoría de mujeres, aunque hubo alguna opinión en ellas de la existencia de igualdad en tiempo de juego, por tanto su creencia corroboraba lo postulado por Bueno, García, Alonqueo, Rehbein, Díez y otros. La realidad de entrevistados/as, sin embargo, fue que ambos dedicaban aproximadamente el mismo tiempo de juego haciéndonos ver que lo anterior tan solo era eso, una creencia. Sobre el gasto económico en videojuegos pudimos observar que eran los videojugadores quienes más dinero gastaban frente a las jugadoras confirmando así lo establecido por Bueno, García, Díez y otros. La preferencia del sexo de los compañeros/as jugadores/as reveló que para los hombres era indiferente el sexo pues solo buscaban compañeros/as útiles para la competitividad mientras que las mujeres mayoritariamente se mostraban indiferentes sin más. Estos datos desmentirían la idea que estimamos previamente de que los videojugadores hombres son menos tolerantes en el sexo de sus compañeros/as que las videojugadoras, haciéndolos iguales en este aspecto, sin embargo hay que decir que esa búsqueda de compañeros/as competitivos por parte de los hombres nuevamente encajaría en lo mencionado en nuestro marco teórico sobre la tipificación de género pues recordemos que los hombres, comparativamente a las mujeres, buscan más la competitividad para mostrar su supremacía frente a los demás.

Hablando sobre preferencias también pudimos observar que, basándonos en todos los datos, los videojuegos que pudimos encontrar más vinculados al gusto de los varones fueron: shooter, estrategia competitiva y rol, al ver el shooter pudimos confirmar los hallazgos de preferencia del videojuego de acción y disparo por parte de los hombres de Bueno, García, León, López, Alonqueo, Rehbein, Bringué, Sádaba, Sanjurjo, García y otros, por otra parte el videojuego de rol también aparece muy vinculado al hombre cuando es quizá más asociado a la mujer por lo visto anteriormente, en base a este hallazgo podemos decir que este tipo de videojuego no solo resulta vinculado a la mujer pues nuestros resultados lo vinculan también al hombre. En el caso de las mujeres había una preferencia más expansiva en tipos de videojuegos que en el caso de los hombres, pero pudo advertirse un gusto más destacable por los videojuegos de rol, esta vinculación al gusto de la mujer por los videojuegos de rol corroboraba lo establecido por Bueno, García, Bringué, Sádaba y Sanjurjo. Sobre los elementos que más gustaban de un videojuego pudimos ver que los hombres preferían la historia y las relaciones de los personajes y las mujeres se dividían entre las que les gustaba esto y las que preferían la consecución del juego y el desafío de conseguir todos los logros, con esto pudimos observar que no se cumplía lo establecido por Gil, Torné, Alonqueo, Rehbein y otros autores en referencia al gusto del contenido del videojuego en base al género.

Por último al preguntar sobre los ya mencionados videojuegos “color rosa” pudimos observar que los hombres no los conocían en su totalidad cosa que las mujeres en todos los casos sí hacían, ellas entendían que estos videojuegos alentaban estereotipos de género tradicionales y tenían mala opinión de ellos, en los hombres hubo quienes detectaban esos estereotipos y quienes no y también hubo división entre los que tenían mala opinión de ellos y los que no. Sin embargo hubo consenso mayoritario al advertir que no existían videojuegos exclusivos para hombres. ¿Qué revelaba esta información? Que la mujer y también los hombres detectaban esos estereotipos y a todas y a algunos no les parecían apropiados y a la par que existían videojuegos estereotipadores enfocados para mujeres mientras que no los había específicos para hombres en tal sentido. Entre toda esta información pudimos observar que existen motivos para creer que estamos frente a la segunda brecha digital de género mencionada en nuestro marco teórico, este punto lo trataremos más adelante.

En referencia al pasado y futuro de los videojugadores/as pudimos advertir varios elementos, el primero de ellos fue que las nuevas generaciones, es decir, aquellas personas cercanas y menores en edad que entrevistados y entrevistadas, a quienes denominamos “sucesores”, jugaban en mayor número y más tiempo que los individuos cercanos a entrevistados/as que contaban con mayor edad que ellos/as, a los que dimos en llamar “antecedentes”. Sobre estos últimos se nos aseguró en todos los casos que siempre existía una disparidad de uso en razón de género, es decir, que las mujeres antecedentes mayoritariamente no eran videojugadoras ni lo fueron mientras que los hombres sí que lo eran o lo habían sido, confirmando así una brecha digital de género en el uso del videojuego, estas ideas confirmarían lo mencionado por Gil, Torné y otros autores en nuestro marco teórico. Sin embargo en el caso de los sucesores, aunque continuaba existiendo esa diferencia de género, sí pudo observarse una tendencia ligeramente distinta a favor de una futura igualdad de género en este punto, algo que cuadraría con la mención anterior en la que se afirmaba un aumento continuo en el número de nuevas videojugadoras, y también con nuestra observación en lugares especializados de videojuegos sobre una mayoría de niñas videojugadoras frente a los niños. Por otro lado observamos el perfil que, en enorme mayoría, tenían los introductores al videojuego de los entrevistados/as, este se basaba en primer lugar, y confirmando los datos de Pérez, Ruíz, Portillo y Puente, en ser un familiar, pues en todos y cada uno de los casos el introductor resultaba ser un familiar, alguien cercano y que sirve como figura de autoridad y confianza, por otra parte el perfil también se basaba mayoritariamente en ser hombre, pues aunque había algún caso en el que era una mujer, es él generalmente quien abre la puerta al videojuego lo cual marca una idea en los introducidos de que es la figura del hombre la que “deja pasar” a ese universo tecnológico tanto a hijos como a hijas (hermanos/as, primos/as). No obtuvimos una confirmación de los datos de Puente pues no encontramos que las videojugadoras se hubiesen introducido en base a sus parejas (tampoco en el caso de los jugadores hombres), sin embargo sí pudimos observar anteriormente que ellas tenían una mayor relación con su pareja en el videojuego que el hombre jugador. Por último para explicar la diferencia en la percepción del número de videojugadores/as encontramos que las videojugadoras apreciaban mayoritariamente que el hombre tenía notables facilidades sociales a la hora acceder a los videojuegos que la mujer, mientras que los videojugadores alegaron en mayoría y desde su punto de vista que simplemente las mujeres no tenían el mismo interés que ellos en los videojuegos y la tecnología. Esta última información nos mostró características que representan remanentes de la primera brecha digital de género.

Finalmente sobre el mundo del videojuego y la percepción del “intra-juego” pudimos observar cómo se presentaba éste, tanto en los lugares especializados de videojuegos como también en la percepción de nuestros entrevistados/as. Las observaciones nos mostraron que este mundo del videojuego se presenta de forma desigual a favor de la masculinidad a la par que se mostraban personajes que, según su sexo, encajaban en los estereotipos tradicionales de género de los que daban cuenta Shaffer, Palacio, Torregrosa, Fernández, Gil y Torné. Sobre los personajes de los videojuegos (dentro del “intra-juego”) quisimos averiguar la imagen (basada en su físico, mentalidad y forma de actuar) que percibían los videojugadores/as de ellos según su género a la par que queríamos analizar también las relaciones que se daban entre personajes masculinos y femeninos y sus pares, los datos recabados revelaron, confirmando lo ya visto en nuestras observaciones, que ambos apartados encajaban perfectamente en la tipificación de género antes aludida y también en los datos que ofrecieron Tejeiro y Pelegrina sobre la representación del personaje femenino.

A la hora de marcar la preferencia en el sexo del protagonista del videojuego, por parte de videojugadores y videojugadoras pudimos notar que, según nuestros datos, existía una división de opiniones entre quienes preferían escoger a sus “pares sexuales” y quienes se

mostraban indiferentes, hay que destacar que esa indiferencia era menos compartida por las mujeres, las cuales en algunos casos preferían una protagonista femenina, por lo tanto pudimos desechar lo que daba a entender Montagnana de que a los hombres les “importaba” en demasía el encarnar a una protagonista femenina.

Corroboramos, probando lo establecido por Gil, Torné, Bueno y García, la existencia de videojuegos exclusivamente enfocados a mujeres (“color rosa”) que evocaban y alentaban esquemas que encajan perfectamente con la tipificación tradicional de género de la mujer.

Y relacionado a esto hemos de hablar sobre la percepción que tenían videojugadoras/es sobre el enfoque del mercado de los videojuegos, ellas aseguraron totalmente un enfoque hacia los hombres algo que la mayoría de ellos confirmaron ¿los motivos de ello? Según las mujeres la socialización de género (encajando con las ideas de Volnovich y las nuestras), según la mayoría de hombres necesidad comercial debido a que ellos son los mayores consumidores (correspondiendo con los supuestos mostrados por León y López). Sea como fuere se deja claro que el mercado de los videojuegos está enfocado a los hombres, resultado que concuerda con las ideas de Volnovich, León, López, Pérez y otros. Sobre este tema concreto fue importante que todas las videojugadoras destacaran específicamente la presencia de machismo en el mundo de los videojuegos, el cual también llegaba a ser detectado por algunos de los videojugadores.

Los datos recogidos de nuestras observaciones sobre los *E-sports* revelaron que en todos los casos se mostraba a videojugadores hombres como los exponentes del *ciber-atleta*, la desigualdad de género a favor de los hombres en este campo fue corroborada por entrevistados y entrevistadas quienes mostraron en sus percepciones que había casi inexistencia de mujeres *ciber-atletas* contrastando con la enorme presencia de los varones como *ciber-atletas*.

Una vez repasado y dicho todo esto creemos poder responder al objetivo principal de nuestro estudio y a tal efecto diremos que, en base a los datos recabados, en el mundo de los videojugadores y videojugadoras, es decir “el extra-juego”, se dan patrones caracterizados por la tipificación de género tradicional y una diferencia de género tanto en las prácticas y relaciones entre jugadores/as como en la percepción de los mismos/as, además de una escenificación, en ese mismo sentido, del mundo de los videojuegos y el “intra-juego”. Pudimos observar en relación a esto que se daban ciertas particularidades de la antigua primera brecha digital de género, pues las mujeres alegaron en muchos casos que a los hombres se les daban mayores facilidades en la entrada a los videojuegos, sin embargo lo que descubrimos en mayor medida, sobre todo gracias a nuestro enfoque cualitativo, fueron características de la segunda brecha digital de género de la que hablaban Gil y otros (Gil, Vitores, Feliu y Vall-llovera, 2011) confirmando su existencia, ya que en primer lugar todas las entrevistadas hicieron notar, y en varias ocasiones, que se sentían amenazadas en el mundo del videojuego y que observaban machismo (circunstancia que ciertos entrevistados también señalaron) mientras que por otro lado fuimos capaces de percibir una publicitación cerrada de “que es ser” un videojugador (el *gamer*, el competitivo, el *ciber-atleta*, la estrella) y una videojugadora (nunca competitiva, jugadora casual, mostrada como la imagen del videojuego: *Cosplayer*) a la par que advertimos un encasillamiento basado en la tipificación tradicional de género tanto en las prácticas y relaciones de jugadores y jugadoras dentro del videojuego como en la percepción que entrevistadas/os tenían de los personajes de videojuegos en su escenificación y relaciones, y finalmente también pudimos conocer la percepción mayoritaria de videojugadores/as de que el mercado de los videojuegos estaba más enfocado a los hombres.

Sobre esta segunda brecha digital de género creemos que todos los hechos mencionados afectaban negativamente en las experiencias que tenían las videojugadoras con los videojuegos provocando una desafección y a largo plazo un rechazo por éstos para finalmente abandonarlos lo cual explicaría el porqué de la percepción que tienen videojugadores/as de que existen mayoría de hombres jugadores frente a una minoría de mujeres jugadoras, de ser así, este hecho es grave pues recordemos que jugar a videojuegos desarrolla nuestra socialización tecnológica y no jugarlos, en el caso de las mujeres, supone un menor desarrollo en su socialización tecnológica, en su “yo tecnológico”. Sin embargo la pregunta que se suscita es evidente ¿de dónde proviene el problema de la diferencia de género que observamos? En nuestra búsqueda de trabajos previos pudimos observar que en muchos estudios se ha culpado a los videojuegos de ser sexistas y responsables de fomentar la diferencia de género en nuestra sociedad, lo cierto es que el videojuego ha sido más criticado en este sentido que otras formas de expresión que también muestran diferencia de género tales como la pintura, literatura, música, televisión, cine... y ¿por qué ha ocurrido esto? porque es un fenómeno relativamente nuevo y desconocido para muchos/as, ya sean académicos o no, este desconocimiento al tornarse en desconfianza y junto a la novedad que representa ha fomentado la facilidad de demonizarlo, condenarlo y señalarlo como el problema en sí. Sin embargo hemos de entender que los videojuegos son producto de la sociedad en la que vivimos y están sujetos, como nosotros/as y toda forma de expresión, al verdadero problema el cual creemos, como las mujeres entrevistadas afirmaban e igualmente Gil y otros manifestaban (Gil, Vitores, Feliu y Vall-Ilovera, 2011), que se encuentra en el núcleo mismo de nuestra sociedad, esto es, en nuestra construcción social y más específicamente en la socialización de género imperante en nuestra sociedad de origen patriarcal. La tipificación de género comentada en nuestro marco teórico, en el apartado [Género](#), nos muestra que se nos socializa de forma muy distinta según nuestro género ya que al hombre se le enseña a cumplir un rol instrumental que le hace dominante, protagonista y competitivo mientras que a la mujer se la alienta a cumplir un rol expresivo haciéndola sensible a la necesidad de los demás, cooperativa y cálida. Entendiendo que la construcción social de nuestra identidad parte de tal distinción según nuestro género ¿Cómo puede esperarse que no haya desigualdad de género? Finalmente logramos entender que quizá resulta más sencillo culpar a los videojuegos, una nueva forma de expresión para muchos desconocida, de esa diferencia de género pues de esta manera se logra enfocar el problema en un “enemigo externo”, ajeno a nosotros y nosotras, no obstante debemos responsabilizarnos como sociedad y admitir que existe un problema en el núcleo mismo de ella, más concretamente en nuestra construcción social de género.

¿Qué podemos hacer para cambiar esta situación? Desde nuestro punto de vista es vital que nuestra sociedad identifique el problema y posteriormente entender que se requiere un cambio de paradigma a la hora de socializar tanto a niños como a niñas en sentido de género, por tanto debemos tratar de conseguir mediante la socialización y la educación de las nuevas generaciones un cambio a largo plazo en la manera de entender y construir socialmente el género de tal manera que podamos llegar al ideal lícito que es la igualdad de género. Es en este punto donde el que se postulaba como un problema, es decir el videojuego, se torna como una herramienta vital del cambio de paradigma pues recordemos que es un agente socializador y por ello es lícito decir que puede ser utilizado, gracias a su condición de moderno, lúdico y tremendamente inmersivo, como una eficaz manera de transmitir nuevas formas de entender y construir el género, ¿pero cuál sería exactamente esa forma adecuada de entender la socialización de género de tal manera que fuera digna de ser mostrada en los videojuegos? en nuestra opinión la androginia psicológica, modelo forjado por Sandra Bem, resulta tremendamente adecuada pues propone un equilibrio y mezcla entre rasgos estereotípicos masculinos que resultan deseables (ser analítico, asertivo) y rasgos estereotipados femeninos deseables (ser afectuoso, gentil, comprensivo) ya que para Bem, cuya idea compartimos, la

feminidad y masculinidad representan dos dimensiones contenidas en la misma persona y no son elementos mutuamente excluyentes como nuestra socialización de género actual nos enseña. La idea de poder alentar esos rasgos deseables tanto en chicos como en chicas y que de esta manera pueda existir en un futuro una nueva forma más igualitaria de entender el género donde *“las mujeres no sufrirán falta de asertividad (...) y los hombres serían más libres de exhibir sus lados sensibles y cálidos que muchos ahora suprimen por el interés de parecer masculinos”* (Shaffer, 2000) hace que no solo parezca deseable para una futura igualdad de género sino también para una mejor salud psicológica y mental de hombres y mujeres, de hecho Bem misma demostró lo beneficioso que resultaba su modelo para quienes lo adoptaban (Shaffer, 2000). Poniendo punto final a este trabajo remarcaremos que desde nuestro punto de vista no existe mejor herramienta que el videojuego para poner ese cambio de paradigma hacia la androginia psicológica en marcha pues en palabras de Cabra *“la experiencia de jugar diferente permite a los sujetos participar de lo otro en términos de género; permite a lo masculino participar de flujos y fuerzas femeninas y a lo femenino le posibilita la participación en fuerzas y flujos masculinos. Y en este tránsito, se recorren múltiples cursos y transcurso, que alteran y trastocan la vida y lo que los sujetos pueden y logran ser”* (Cabra, 2013).

## 5. Referencias bibliográficas

- 3DJuegos (2012). Gamer:: información, definición, lenguaje y algo más en 3DJuegos. Recuperado desde: <https://www.3djuegos.com/comunidad-foros/tema/7988591/0/gamer-informacion-definicion-lenguaje-y-algo-mas/>
- Alonqueo, P., y Rehbein, L. (2008). Usuarios habituales de videojuegos: una aproximación inicial. *Ultima Década*, 16(29), 11-27.
- Asociación Española de Videojuegos. (2014). Cada vez hay más mujeres entre los 14 millones de videojugadores en España. Recuperado desde: <http://www.aevi.org.es/cada-vez-hay-mas-mujeres-entre-los-14-millones-de-videojugadores-en-espana/>
- Asociación Española de Videojuegos. (2015). Anuario de la industria del videojuego 2014. Recuperado desde: [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2015/12/Anuario\\_AEVI\\_2014.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2015/12/Anuario_AEVI_2014.pdf)
- Asociación Española de Videojuegos. (2016). Anuario de la industria del videojuego 2015. Recuperado desde: [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2016/06/MEMORIA-ANUAL\\_2015\\_AEVI\\_-definitivo.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2016/06/MEMORIA-ANUAL_2015_AEVI_-definitivo.pdf)
- Asociación Española de Videojuegos. (2017). Anuario de la industria del videojuego 2016. Recuperado desde: [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2017/06/ANUARIO\\_AEVI\\_2016.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2017/06/ANUARIO_AEVI_2016.pdf)
- Asociación Española de Videojuegos. (2018). El Anuario del Videojuego. Recuperado desde: <http://www.aevi.org.es/documentacion/el-anuario-del-videojuego/>
- Bartle, R. (1999). Players who suits MODs. Recuperado desde: <http://www.mud.co.uk/richard/heds.htm>
- Baz, G. (2015). Noticias e-SPORTS: Remilia renuncia a ser la primera mujer en la LCS - MARCA.com. Recuperado desde: <http://www.marca.com/2015/08/13/e-sports/noticias/1439467972.html>
- Bueno, T., y García, N. (2012). Estereotipos de género y videojuegos: análisis de la imagen de la mujer transmitida en sus carátulas. En *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1491-1507). Sevilla.
- Bringué, X., Sádaba, C., y Sanjurjo, E. (2013). Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España. *Bordón. Revista De Pedagogía*, 65(1), 147-164
- Cabra, N. (2013). Muñecas de plomo y soldaditos de trapo: el videojuego como migración a otras experiencias de género. *Nómadas*, 39, 165-179.
- Camacho, L. (2015). *A lo que ellas juegan: La experiencia de jugar videojuegos y su relación con la producción de significado, el caso de las videojugadoras mexicanas*. (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Collado, J. (2018). El sector de los videojuegos en España: impacto económico y escenarios fiscales. Recuperado desde: [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/01/1801\\_AEVI\\_EstudioEconomico.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2018/01/1801_AEVI_EstudioEconomico.pdf)
- Cuatro.com. (2015). Remilia, la primera mujer en la LCS, abandona la competición tras el acoso sufrido. Recuperado desde: [https://www.cuatro.com/videojuegos/esports/league-of-legends/Remilia-Maria-Creveling-LCS-league-legends-renegades\\_0\\_2034900041.html](https://www.cuatro.com/videojuegos/esports/league-of-legends/Remilia-Maria-Creveling-LCS-league-legends-renegades_0_2034900041.html)
- Díez, E., Terrón, E., García, M., Rojo, J., Cano, R., Blanco, D. y Castro, R. (2004). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: CIDE/Instituto de la Mujer.
- Eguía, J., Contreras, R., y Solano, L. (2012). Videojuegos: Conceptos, historia y su potencial como herramienta para la educación. *3 C TIC Cuadernos De Desarrollo Aplicados A Las TIC*, 1(2).
- El País. (2018). Una niña de 9 años, en rehabilitación por su adicción al videojuego 'Fornite'. Recuperado desde: [https://elpais.com/elpais/2018/06/11/mamas\\_papas/1528706334\\_714292.html](https://elpais.com/elpais/2018/06/11/mamas_papas/1528706334_714292.html)
- García, A., Pérez, J., Parra, D., Floral, J., Zamarrá, M., Escribano, J., y González, C. (2008). Hábitos e Iniciación a los Videojuegos en Mayores de 35 Años. Recuperado desde: <http://www.carlosgonzalezardon.com/publicaciones/publicaciones/vjadultosestudio.pdf>
- Gil, A. y Torné, M. (2010). Los videojuegos dentro del proceso de socialización, en *Crisis analógica, futuro digital: actas del IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad, celebrado del 12 al 29 de Noviembre de 2009* (p.266).

- Gil, A. y Vida, T. (2007). *Los videojuegos*. Barcelona: UOC.
- Gil, A., Vitores, A., Feliu, J., y Vall-llovera, M. (2011). Brecha digital de género: una revisión y una propuesta. *Teoría De La Educación. Educación Y Cultura En La Sociedad De La Información*, 12(2), 25-53.
- León, R., y López, M. (2003). Los adolescentes y los videojuegos. *Apuntes De Psicología*, 21(1).
- Lindmeier, C. (2018). La Organización Mundial de la Salud (OMS) publica hoy su nueva Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE-11). Recuperado desde: [http://www.who.int/es/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-\(icd-11\)](http://www.who.int/es/news-room/detail/18-06-2018-who-releases-new-international-classification-of-diseases-(icd-11))
- Martí, J. (2010). *Marketing y videojuegos* (pp. 56-59). Madrid: ESIC.
- Meristation. (2016a). El Puño de Hierro definitivo. Recuperado desde: <http://www.meristation.com/playstation-2/tekken-5/analisis-juego/1514314>
- Meristation. (2016b). League of Legends. Recuperado desde: <http://www.meristation.com/pc/league-of-legends/analisis-juego/1526971>
- Metacritic. (2016a). Counter-Strike: Source. Recuperado desde: <http://www.metacritic.com/game/pc/counter-strike-source>
- Metacritic. (2016b). Portal. Recuperado desde: <http://www.metacritic.com/game/pc/portal>
- Montagnana, V. (2009). *Videojuegos Una nueva forma de cultura* (pp. 114-115). Barcelona: RobinBook.
- Murillo, J. y Martínez-Garrido, C. (2010). Investigación Etnográfica. Recuperado desde: [http://uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/I\\_Etnografica\\_Trabajo.pdf](http://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/I_Etnografica_Trabajo.pdf)
- Nintenderos. (2014). Los verdaderos jugadores casual. en Nintenderos.com Recuperado desde: <http://www.nintenderos.com/2014/10/los-verdaderos-jugadores-casual/>
- OMS. (2018). WHO: Gaming disorder: questions and answers (Q&A). Recuperado desde: <https://www.youtube.com/watch?v=IJ71KAO0mtc>
- Ortiz, G., y Uribe, C. (2015). *Acercamiento a la experiencia de ser gamer: percepción de autoconcepto en videojugadores/as*. Universidad del Bío-Bío.
- Palacio, C. (1999). La socialización masculina: ¿Un drama oculto del ejercicio del poder patriarcal?. *Nómadas*, 11, 166-171.
- Palao, I. y Elche, S. (2010). ¿Cómo se proyecta el videojuego del futuro?. Recuperado desde: <http://www.aevi.org.es/pdf/videojuegosimport.pdf>
- Pérez, J., Ruíz, J., y Portillo, S. (2006). Mujeres y videojuegos: Hábitos y preferencias de las videojugadoras. Recuperado desde: [http://www.educarenigualdad.org/media/pdf/uploaded/old/Doc\\_172\\_EstudioMujeresyvideojuegos.pdf](http://www.educarenigualdad.org/media/pdf/uploaded/old/Doc_172_EstudioMujeresyvideojuegos.pdf)
- Puente, H. (2015). *Interacción, performatividad y sociabilidad en espacios de juego en red: el caso de los jugadores españoles de género rol, (DIABLO III)*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid.
- Real Academia Española. (2018). Fiki. Recuperado desde: <http://dle.rae.es/?id=IUmogtr>
- Revuelta, F. y Bernabé, A. (2012). El videojuego en red social: un nuevo modelo de comunicación. *Tejuelo: Didáctica De La Lengua Y La Literatura. Educación.*, Extra 6, 157-176.
- Sánchez, J. (2018). «Fortnite», la nueva adicción digital de los jóvenes. Recuperado desde: [https://www.abc.es/sociedad/abci-fortnite-nueva-adiccion-digital-jovenes-201806170326\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-fortnite-nueva-adiccion-digital-jovenes-201806170326_noticia.html)
- Shaffer, D. (2000). Diferencias sexuales y desarrollo de los roles de género. En D. Shaffer, *Psicología del desarrollo: infancia y adolescencia* (5th ed., p. 474). México: Thomson.
- Tejeiro, R., y Pelegrina, M. (2008). *La psicología de los videojuegos*. Málaga: Aljibe.
- Torregrosa, J., y Fernández, C. (1984). La interiorización de la estructura social. En J. Torregrosa y E. Crespo, *Estudios básicos Psicología Social*. Barcelona: Hora.
- Vandal. (2004a). Beyond Good & Evil (Xbox). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/xbox/beyond-good-evil/1255>
- Vandal. (2004b). Prince of Persia: Las arenas del tiempo (Xbox). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/xbox/prince-of-persia-the-sands-of-time/1832>
- Vandal. (2005a). Devil May Cry 3: Dante's Awakening (PlayStation 2). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/ps2/devil-may-cry-3-dantes-awakening/3439>

- Vandal. (2005b). F.E.A.R. (PC). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/pc/fear/4329>
- Vandal. (2005c). Metal Gear Solid 3: Snake Eater (PlayStation 2). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/ps2/metal-gear-solid-3-snake-eater/1482>
- Vandal. (2005d). Resident Evil 4 (PlayStation 2). Recuperado desde: <http://www.vandal.net/juegos/ps2/resident-evil-4/4079>
- Volnovich, J. (2008). El sexo oculto de los videojuegos. *Red Mercosur de Facultades de Diseño. Terceras Jornadas Interuniversitarias*, 154-161.
- WHO. (2018). Gaming disorder. Recuperado desde: <http://www.who.int/features/qa/gaming-disorder/en/>
- Wikipedia. (2018). Jugador de videojuegos. Recuperado desde: [https://es.wikipedia.org/wiki/Jugador\\_de\\_videojuegos](https://es.wikipedia.org/wiki/Jugador_de_videojuegos)
- Algunas imágenes utilizadas han sido cortesía de: <https://www.flaticon.com/> y <https://www.freepik.es/>
- Agradecimiento especial a la ayuda del diseñador **Alejandro del Pozo Lozano**

## 6. Anexos

### Efectos del videojuego: beneficios y peligros para los videojugadores y las videojugadoras:

Creemos pertinente enfocarnos en explorar que pueden aportar los videojuegos de forma positiva o negativa a jugadores y jugadoras.

En primer lugar destacaremos las aportaciones físicas observadas por distintos autores en trabajos previos. Eguía y otros nos indican que una de las contribuciones en el desarrollo físico es el control de la motricidad a partir del uso del ratón en la navegación y selección de objetos (Eguía, Contreras y Solano, 2012). Por su parte Alonqueo y Rehbein señalan en este sentido que contribuyen a las destrezas manipulativas, a la agilidad de respuesta y a las habilidades psicomotrices, de hecho los propios usuarios no dudaron en señalar que fomenta el desarrollo de los reflejos (Alonqueo y Rehbein, 2008). León y López afirman por otro lado que los defensores de los videojuegos dicen que aporta desarrollo en la coordinación oculomanual (León y López, 2003). Y estas aportaciones físicas no solo ocurren de forma casual puesto que algunos videojuegos participan directa y abiertamente de este beneficio físico, ya que desde hace una década comenzaron a salir títulos enfocados específicamente a una temática dedicada a que el jugador o jugadora ejercite su cuerpo, tal es el caso del videojuego *Wii Fit* (Nintendo, 2007) el mismo videojuego toma papel activo en estas aportaciones físicas.

Por otro lado es conveniente repasar qué aportaciones a nivel mental es capaz de desarrollar en la jugadora o el jugador el videojuego. Alonqueo y Rehbein revelan que contribuyen en el desarrollo de habilidades de tipo espacial, estrategia de resolución de problemas, desarrollo de la atención, razonamiento inductivo, habilidades organizativas para la resolución de tareas simultáneas y en habilidades metacognitivas, los usuarios también detectaron por si mismos que beneficia su agilidad mental (Alonqueo y Rehbein, 2008). Además León y López exponen que los defensores del videojuego afirman que éste favorece el autocontrol, reduce conductas problemáticas y potencia el aprendizaje y la autoestima (León y López, 2003). En este caso nuevamente es destacable también el papel directo que toma el videojuego en estas aportaciones mentales pues desde hace una década aparecieron videojuegos como *Brain training* (Nintendo, 2005) cuya temática consiste en poner a prueba y ejercitar la mente de la jugadora o jugador, siendo palpable su beneficio directo para la mente.

Son destacables también las ventajas que aportan en lo concerniente a nuestro “yo-tecnológico” las cuales pueden observarse en el apartado [Videojuegos y socialización](#).



Dicho esto pasaremos ahora a señalar las aportaciones sociales que puede ofrecer el videojuego, primero hay que destacar que desde finales de los años 70 y principios de los 80 fueron creados los primeros juegos que podían ser disfrutados a través de internet con multiplicidad de otros jugadores en línea, hablamos por supuesto de los videojuegos online los cuales son usados por millones de jugadores y jugadoras y gozan de una gran popularidad en nuestros días. Ese carácter colectivo debe darnos una pequeña pista de las posibilidades de conexión que pueden existir entre jugadores/as de todo el mundo, lo cual sin duda abre una enorme capacidad para ellos/as de establecer relaciones. Una vez puntualizado este importante factor podemos observar que Eguia y otros apuntan como aportación social que los videojuegos ofrecen la posibilidad de trabajar como parte de un grupo (Eguia, Contreras y Solano, 2012). Además León y López comentan en este sentido que jugar a videojuegos suele ser una actividad que se realiza en compañía ya que en su estudio advirtieron que el 53,7% de los videojugadores/as jugaba acompañado preferentemente por familiares (32,5%) y amigos (18,1%), estudios similares de otros autores afirmaban que alrededor del 60% de los jugadores juegan acompañados (León y López, 2003). Esto nos muestra el potencial del juego a la hora de que el jugador o jugadora este disfrutando del videojuego en compañía física de otras personas y que presumiblemente afiance su relación con ellas. En este sentido Ortiz y Uribe sobre la sociabilización mediante el videojuego dicen explícitamente: *“El videojuego forma parte del entorno en que los/as entrevistados/as se desenvuelven, siendo un tema de conversación común y recurrente. Además, establece una actividad recreativa que es compartida con los seres más cercanos, amigos y familia, y hasta extraños que comparten esta misma afición. Pudiendo crear nuevos lazos de amistad, gracias a esta actividad”* (Ortiz y Uribe, 2015). Por otra parte Camacho advierte que crear amistades a través de los mismos videojuegos es algo usual sobre todo en videojuegos cuya dinámica narrativa enfatiza que los jugadores/as se interrelacionen de forma social entre ellos/as (Camacho, 2015).

En contraste con estos beneficios hay que destacar también que el videojuego entraña posibles peligros. Recientemente se han dado casos de videojuegos que, debido a tener un enorme éxito y ponerse de moda, han supuesto un atractivo casi irrechazable para jugadoras y jugadores, sobre todo para los más pequeños y pequeñas siendo más impresionables. Tal es el caso del exitoso *“Fortnite”* (Epic Games, 2017) videojuego que ha sido blanco de numerosas noticias sobre casos de esta índole (El País, 2018) (Sánchez, 2018). Un hecho notable es que este mismo año la OMS<sup>5</sup> ha catalogado el *“Trastorno del videojuego”* (o *“Gaming disorder”*) como un trastorno de adicción (Lindmeier, 2018), (WHO, 2018). Cuyas características específicas son: *“bajo control en el tiempo de juego además de que él mismo toma prioridad sobre otras actividades diarias e intereses de la persona hasta el punto de que llega a producir malestar o angustia y lo que es más importante, que este comportamiento continua a pesar de esas consecuencias negativas”* (OMS, 2018) No obstante también se hace énfasis en dejar claro que *“el jugar videojuegos no tiene porque ser sinónimo de trastorno”* (OMS, 2018). Sin embargo, mientras que la OMS ha tomado esta postura, expertas en videojuegos afirman que es difícil que éstos produzcan adicción por sí mismos y que, de hecho, casi cualquier actividad es susceptible de ser adictiva para quien la practica (Gil y Vida, 2007). Quizás la solución para no caer en este tipo de trastornos, lejos de ser la estigmatización de la actividad en sí, se encuentra en la educación y en el control en el tiempo de juego (más aun en el caso de las pequeñas y pequeños *players*, por parte de madres y padres).

---

<sup>5</sup> Organización Mundial de la Salud.

**Fotografías realizadas:**

*Fotografía 9*



**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 10*



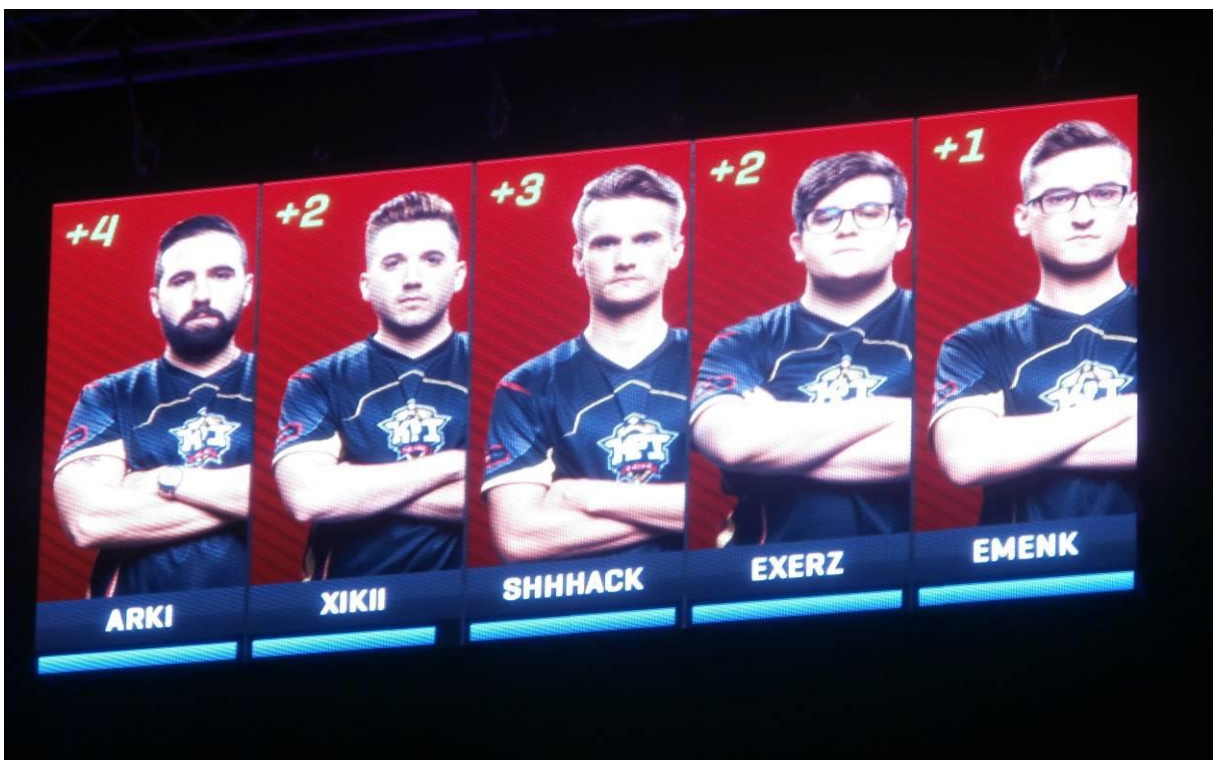
**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 11*



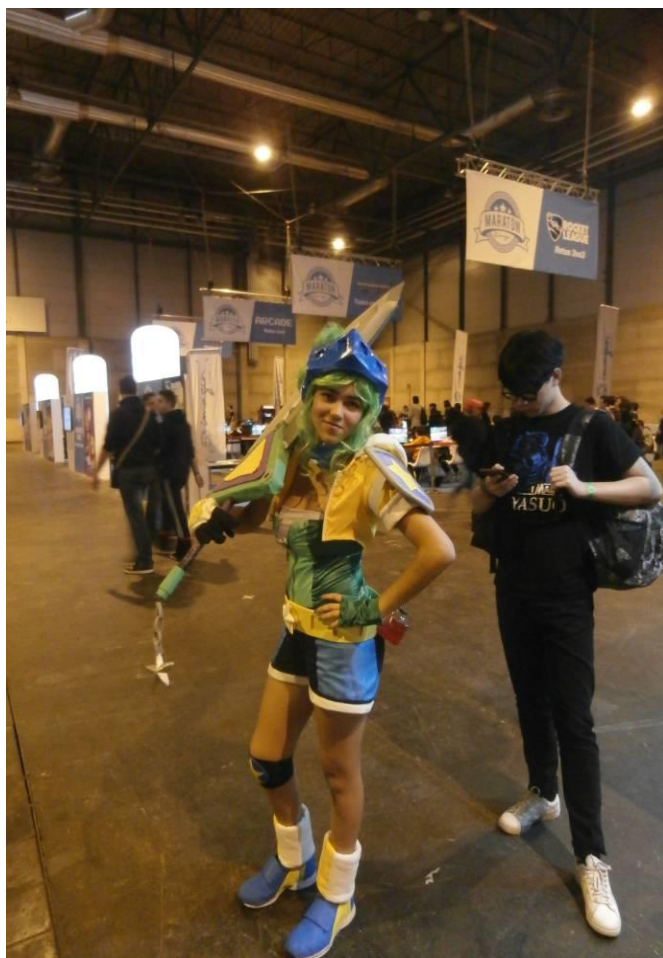
**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 12*



**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 13*



**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 14*



*Fotografía 15*



**Fuente:** Elaboración propia.

*Fotografía 16*



**Fuente:** Elaboración propia.

Fotografía 17



Fuente: Elaboración propia.

Fotografía 18



Fuente: Elaboración propia.

*Fotografía 19*



**Fuente:** Elaboración propia.