

número 5

la
diferencia
sexual

en el análisis de los videojuegos



CIDE/INSTITUTO DE LA MUJER
| Mujeres en la Educación |

la diferencia



sexual

en el análisis de los videojuegos

CIDE/INSTITUTO DE LA MUJER

© Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales)
CIDE (Ministerio de Educación y Ciencia)

DIRECTOR DE LA INVESTIGACIÓN

Enrique Javier Díez Gutiérrez (Coordinador)
(Pedagogo, Filósofo y Trabajador Social. Profesor de la Universidad de León.
España)

INVESTIGADORAS E INVESTIGADORES

Eloína Terrón Bañuelos (Trabajadora Social. Equipos de Orientación Educativa y
Psicopedagógica. León. España)

Matilde García Gordón (Psicóloga Clínica. León. España)

Javier Rojo Fernández (Informático. Profesor de Instituto de Secundaria. Segovia.
España)

Rufino Cano González (Pedagogo. Profesor de la Universidad de Valladolid. España)

Dayamí Blanco Jorrín (Psicóloga. La Habana. Cuba)

Rosa Castro Fonseca (Trabajadora Social. Equipos de Orientación Educativa y
Psicopedagógica. León. España)

Han colaborado:

Rosa Eva Valle Flórez (Pedagoga. Profesora Universidad de León. España).

Olaia Fontal Merillas (Pedagoga e Historiadora del Arte. Profesora Universidad
de León. España).

Alberto Lena Ordóñez (Filósofo. Investigador Honorario la Universidad de Éxeter.
Inglaterra).

Bárbara Bandiera (Filóloga. Padua. Italia).

Laura de Pablos (Maestra).

Miguel Angel Ramón Rodríguez (Director Centro educativo. Cuba).

M^a Adelia Terrón Bañuelos (Directora Liceo Internacional. Francia).

Maquetación y realización: PardeDÓS

Imprime: Seg. Color

ISBN: 84 - 688 -9969 - 0

NIPO: 615/04-102-3

NIPO: 207-04-076-5

Depósito Legal: M-51208-2004

Contenido

INTRODUCCIÓN	9
El objeto de investigación: los videojuegos	13
Origen y evolución de los videojuegos	17
Antecedentes	17
De 1940 a 1960	17
De 1970 a 1980	18
De 1980 a 1990	20
De 1990 a 1995	22
De 1995 hasta el 2005	24
Soportes de los videojuegos	28
Tipos de videojuegos	30
Los videojuegos más utilizados	40
Objetivos de la investigación	46
Técnicas metodológicas	48
Proceso de investigación	64
Capítulo I: ANÁLISIS DEL TRABAJO DE CAMPO	67
Aplicación de los cuestionarios	70
Uso de los videojuegos	71
Utilización de los videojuegos según el sexo	74
Frecuencia de uso de los videojuegos	75
Ocupación del tiempo libre	82
Tipos de videojuegos más usados	84
Lugar de juego	91
Jugar solo/a o acompañado/a	93
Supervisión del juego	95
Cómo se suelen conseguir	98
Percepciones sobre los videojuegos	100

¿Para qué se juega? Finalidad y motivación del juego	100
Aspectos que potencian los videojuegos	102
Habilidades que potencian los videojuegos	104
Sexismo	106
Percepción sobre el manejo en función del sexo	106
¿Juegos para chicos y juegos para chicas?	106
Percepción sobre los/las protagonistas	108
Relaciones entre los hombres y las mujeres	112
Roles de los hombres y las mujeres	113
Justificación de la violencia en los videojuegos	114
Análisis videográfico	116
PRO EVOLUTION SOCCER	117
LOS SIMS	119
GTA (GRAND THEFT AUTO): VICE CITY	122
FIFA 2004	126
COUNTER STRIKE	128
CALL OF DUTY	130
POKÉMON	131
KING´S QUEST	133
SILENT HILL	135
EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	138
RESIDENT EVIL	140
SPLINTER CELL	143
TOMB RAIDER	146
KINGDOM HEART	148
MOTO GP3	150
TEKKEN 4	152
THE GETAWAY	154
HALF LIFE	156
GRAN TURISMO	159
HARRY POTTER Y LA CÁMARA SECRETA	161
FINAL FANTASY	163
SUPER MARIO BROS	169
METAL GEAR SOLID	171

AGE OF EMPIRES II	174
ZELDA	176
SWAT	178
MORTAL KOMBAT: DEADLY ALLIANCE	179
STREET FIGHTER	182
DEAD OR ALIVE XTREME BEACH VOLLEYBALL	184
RISE OF NATIONS	186
INDIANA JONES EN BUSCA DE LA ATLÁNTIDA PERDIDA	188
PRINCE OF PERSIA	190
JEDI KNIGHT	193
UNREAL TOURNAMENT	195
WARCRAFT	198
KNOCKOUT KINGS 2000	200
REPUBLIC: THE REVOLUTION	202
COMMANDOS	204
ENTER THE MATRIX	209
BLOODRAYNE	211
DIABLO II	213
MAX PAYNE	216
BRATZ	218
VIETCONG	219
PRODUCT NUMBER 03	221
STATE OF EMERGENCY	222
Otros videojuegos revisados	223
Otros instrumentos de investigación	248
Estudios de casos	249
Conclusiones de los estudios de casos	263
Entrevistas	264
Grupos de discusión	279
Observaciones	288
Conclusiones de las observaciones	309
Análisis documental	310

Capítulo II: CONCLUSIONES	319
Se aprende con los videojuegos	322
Lo que se aprende	323
¿El medio justifica los fines?	325
¿Qué tipo de valores se aprenden?	327
El sexismo de los videojuegos	329
El sexismo explícito	330
El uso de los videojuegos según el sexo	332
La imagen de mujer	338
Los datos de nuestra investigación	338
La “nueva imagen” de las protagonistas femeninas	340
Los estereotipos de género en la imagen	342
La imagen del hombre para el hombre	343
La publicidad de los videojuegos	344
El rol de la mujer	346
Las investigaciones hechas sobre el rol	346
Los datos de nuestra investigación	350
Los estereotipos de rol	352
El modelo masoquista	353
El modelo sádico	354
Modelo “barbie”	355
El sexismo implícito: los valores de la cultura “macho”	358
La competitividad y el triunfo como esencia	362
La violencia de la “cultura macho”	363
La guerra de los hombres	365
La violencia como criterio de calidad	367
¿Nos afecta?	371
Quienes creen que no	371
Quienes creen que sí	372
La violencia vende	375
¿La violencia como espacio de catarsis?	377
La insensibilidad ante la violencia	379
El racismo de la “cultura macho”	380
El maniqueismo ideológico	383

Nosotros: “los buenos” / ellos: “los malos”	383
La construcción virtual del miedo	385
La construcción ideológica de la realidad	386
La “militarización” del juego	387
La visión bélica del mundo	389
El “pensamiento único” se instala	389
La inmediatez y la impulsividad de la “cultura macho”	390
La irresponsabilidad de la “cultura macho”	394
La dificultad de admitir el sexismo	396
Las consecuencias del sexismo	398
“El juego de los videojuegos no me juega”	401
Todos y todas somos responsables	403
Capítulo III: PROPUESTAS	409
Acción preventiva desde todas las instancias sociales y culturales	412
Nuestro poder como consumidoras y consumidores	418
El compromiso de los derechos generacionales	420
Enseñar para la vida	422
Educar en el análisis de los videojuegos	424
Elementos de análisis de los videojuegos	426
Introducción del análisis en el currículum educativo	430
¿Videojuegos “valiosos”? (En busca del valor perdido)	433
Videojuegos ¿alternativos?	434
Los Lemmings	434
Los Sims	435
Tetris	439
Edutainment	439
Aztecas	441
Misión Peligrosa	442
Go Fish	443
Serie Gartu	444
Los videojuegos para niñas	446
Otro tipo de videojuegos es posible	449

Kwane en Sinpapelandia	449
Simulaciones constructivas	450
BIBLIOGRAFÍA	453

Introducción

La desigualdad de género nos está poniendo muy difícil la comprensión mutua, e incluso aquello que llamamos felicidad.

Marina Subirats

Desde la década de los 80, los videojuegos se han transformado en un fenómeno de masas a nivel mundial. Su industria mueve más dinero que Hollywood, y son pocos los niños y niñas que desconocen a Mario, Sonic o a otros personajes de videojuegos¹.

En los últimos años el juguete más regalado a niños (en menor medida a niñas) y adolescentes es el videojuego en sus versiones para consola u ordenador (Ortega Carrillo, 2003). El boom de los videojuegos, su constante crecimiento e imprevisible futuro, hacen de este producto tecnológico de consumo para el entretenimiento, el ocio, la información y, por supuesto, para la educación, una poderosa herramienta interactiva de doble filo, apta como recurso pedagógico y didáctico para el desarrollo y fomento de habilidades sociales y cognitivas, pero, también, y con cierta frecuencia, favorecedora de valores ligados a la violencia, la agresividad y la discriminación de todo tipo.

El tema de los videojuegos, aun cuando tenga una trayectoria histórica de más de veinticinco años, presenta lagunas importantes y opiniones contrapuestas entre los propios expertos y expertas. Es por ello que se demandan estudios e investigaciones diversas acerca de su uso, de su conveniencia, de las características significativas que poseen, del tipo de información y pautas conductuales que transmiten, del lenguaje que utilizan, del planteamiento y solución que dan a los problemas que presentan y de sus efectos entre la población juvenil en tanto que candidatos “vulnerables”.

¹ La industria española de videojuegos ha facturado 800 millones de euros. En el 2003 en todo el mundo se vendieron 371.550.000 unidades de videojuegos. En España la cifra asciende a 11.625.000 unidades (Gaceta Universitaria de la Universidad de Valladolid, 2004, nº 474, 8 de marzo, 12-13).

Teniendo en cuenta, hoy en día, que los videojuegos se han instalado en la vida lúdica de una gran mayoría de niños, niñas, adolescentes y jóvenes, hemos considerado necesario analizar y evaluar sus "bondades" y sus "miserias" desde una perspectiva suficientemente amplia, teniendo en cuenta su proyección recreativa y educativa.

A veces hay una tendencia a la simplificación de la realidad en algunos debates que surgen en el campo del conocimiento y la investigación. Así, se ha hablado, respecto a la visión y el posicionamiento sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, de un "enfrentamiento" entre tecnófobos/as y tecnófilos/as. Parece que esto se está extendiendo al tema que nos ocupa: los videojuegos.

Queremos advertir, como afirmación inicial y rotunda, que nosotras y nosotros no estamos, por principio, en contra de los videojuegos; que nos gustan y que consideramos una oportunidad extraordinaria las posibilidades de aprendizaje y disfrute que nos pueden ofrecer las nuevas tecnologías y los propios videojuegos para todos y todas, no sólo para las personas más jóvenes.

Esta investigación surge de nuestra preocupación ante el tipo de videojuegos que más se están comercializando, vendiendo y consumiendo, y los valores implícitos y explícitos que conllevan los mismos. Porque como dice Puggelli (2003, 118) "el factor más importante por medio del cual los videojuegos son vehículos de socialización, es el de los valores". Tenemos que tener en cuenta, como plantea esta autora, que "el conocimiento estratégico que procede del proceso de socialización es el más importante: se aprende, por ejemplo, que la autoridad es siempre jerárquica, (...) la importancia de la fuerza, de la tenacidad, de las armas, del encanto" (120).

La sociedad, la democracia, la justicia, la solidaridad, la ciudadanía responsable, la libertad, etc., no se construyen en abstracto. Son valores que vamos aprendiendo en interacción con la realidad y las personas que nos rodean. Y no hay espacio, ni tiempo, ni lugar que sea indiferente o neutral respecto a esta construcción.

Los medios de comunicación masivos se han convertido en una poderosa herramienta de influencia y conformación de opinión y visión sobre la realidad. Y los videojuegos con los que nuestros niños y niñas, adolescentes, jóvenes y adultos y adultas juegan, son un poderoso elemento de conformación del pensamiento y la visión de la realidad. Según la investigación de la FAD (2002, 10), Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, también "pueden definirse como un instrumento de información, que cumple importantes funciones hegemónicas en la perpetuación de muchos estereotipos".

Como dice Estalló (1995, 117), "se ha hablado mucho acerca de la neutralidad de los videojuegos en cuanto a los valores que implican. Dificilmente pueden considerarse estos entretenimientos como algo aséptico y carente de contenido. Podemos

señalar que los videojuegos constituyen instrumentos mediante los que el niño comprende el medio cultural que le rodea. Representan, fielmente, simbolismos sociales y construcciones culturales de nuestro entorno, lo que debe permitirnos comprender sus contenidos y, a la vez, sus posibilidades como transmisores de valores. Terry Toles afirma que el juego y las actividades de entretenimiento configuran una sutil expresión de los modos de percibir la realidad que una cultura determinada posee”.

En este sentido, el origen de esta investigación ha sido responder a una pregunta: ¿La permanencia de determinados estereotipos de género que perviven en nuestra sociedad contemporánea está siendo alentada y potenciada por los modelos que reproducen determinados videojuegos cada vez más frecuentemente utilizados por la juventud? Tratamos de indagar no sólo en las imágenes que muestran, sino en los valores que construyen y desarrollan estos videojuegos, e incluso en toda la publicidad comercial que gira en torno a su promoción. Hemos querido adentrarnos en el modelo de hombre y de mujer, de sociedad que los alienta.

Algunos autores y autoras afirman que, si bien es cierto que existen videojuegos violentos, es necesario también señalar la existencia de videojuegos inofensivos al jugador/a, que educan y desarrollan toda una serie de habilidades y aprendizajes enriquecedores. Algunos autores y autoras llegan a afirmar, sin citar las fuentes o las investigaciones a las que hacen referencia en la mayoría de casos, que “estudios realizados en torno al carácter educativo del videojuego, desmienten sus efectos perjudiciales y, por otro lado, valoran aspectos positivos como instrumento de aprendizaje en el área de informática, el desarrollo de capacidades visoespaciales y sensoriales o la motivación por el logro. Los efectos de adicción y de aislamiento que generan los videojuegos son desestimados y, en su lugar, subrayan el poder de socialización entre los adolescentes que comparten conocimientos, trucos o modificaciones” (Belanche Alonso, 2003).

Pues bien, queremos analizar los videojuegos más utilizados, los más comprados y demandados por los usuarios y usuarias de todas las edades, y comprobar si realmente estos videojuegos fomentan estos aprendizajes tan positivos. No queremos quedarnos en los tópicos. Queremos encontrar y analizar videojuegos potencialmente enriquecedores que fomenten ese tipo de aprendizaje que todos los pedagogos y pedagogas exaltan. Queremos, pretendemos y perseguimos, en definitiva, encontrar en estos videojuegos un elemento favorecedor del aprendizaje de nuestra juventud y proponer su aprovechamiento como otro recurso educativo en las aulas y en la educación no formal.

Estamos completamente de acuerdo con el planteamiento que hace la FAD (2002) en la presentación del estudio que realizaron bajo la coordinación de Elena Rodríguez San Julián, en el que dicen que “después de nuestra investigación no podemos asegurar que los problemas de los videojuegos estén donde se señalan sino más bien en el establecimiento de un clima en el que resulta normal mantener

determinados niveles de actitudes violentas, sexistas, machistas, discriminadoras, intolerantes, etc. Ese clima de permisividad no deja de tener un carácter de normalidad puesto que no es "real", sólo es un juego. Ahí, y no en las situaciones extremas, parecerían estar los problemas. Esos problemas que, acaso, no tienen que ver con que faciliten o promuevan la violencia, sino con que banalizan y degradan el clima ético de la propia manera de divertirse. Eso, al margen de que "enganchen" o no, o de que promocionen las propias habilidades o no lo hagan".

Como dice *Amnistía Internacional*, en su tercer informe sobre los videojuegos, el Preámbulo de la Convención sobre los Derechos del Niño, Convención ratificada por España, afirma que los niños y niñas deben ser educados en el espíritu de los ideales proclamados en la Carta de las Naciones Unidas y, en particular, en un espíritu de paz, dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y solidaridad. Por eso señalan que el videojuego desempeña un papel crucial en el desarrollo y educación de los y las menores, y que contribuye a fomentar, como cualquier otro juguete, actitudes que pueden estar o no en consonancia con el respeto a determinados valores.

Por eso, creemos que los videojuegos también pueden educar positivamente, promover la igualdad de género y enseñar valores adecuados entre las personas usuarias en permanente proceso de socialización desde el punto de vista evolutivo y educativo. ¿Cómo no podrán hacerlo cuando en la construcción de un videojuego se invierte más de un año de trabajo de muchísimos profesionales y más de trescientos millones de euros? Con un equipo así y tales recursos económicos ¿no seremos capaces de conseguir que cada videojuego sea una síntesis paradigmática de los principios de aprendizaje más coeducativos, que promuevan los valores más ajustados en pos de la igualdad de hombres y mujeres en nuestra sociedad? Nosotros y nosotras creemos que sí.

El objeto de investigación: los videojuegos

No es tarea sencilla definir qué son los videojuegos. En primer lugar, porque, a menudo, el concepto de videojuego es utilizado de forma indistinta para hacer referencia tanto a su componente tecnológico, el hardware, como al tipo de juego o software. En segundo lugar, porque el mercado oferta multitud de posibilidades (consolas domésticas, máquinas recreativas, ordenadores personales...) que presentan distintas propuestas de videojuegos en constante evolución.

Partiendo de la definición de videojuego elaborada por Levis (1997, 27) "un videojuego consiste en un entorno informático que reproduce sobre una pantalla un juego cuyas reglas han sido previamente programadas" y siguiendo a Marqués (2000), se podría entender por videojuegos todo tipo de juego electrónico interactivo que oferta una serie de actividades lúdicas (contenido), cuyo punto de apoyo común es el medio que se utiliza (plataforma electrónica), con independencia de su soporte (ROM interno, cartucho, disco magnético u óptico, on-line) y de la plataforma tecnológica que utiliza (máquina de bolsillo, videoconsola conectable al TV, máquina recreativa, microordenador, vídeo interactivo, red telemática, teléfono móvil).

Dejamos de lado, en esta investigación, aquellos otros específicamente diseñados para ser utilizados con un fin didáctico y que algunos/as denominan "edutainment"² o "edujuegos". La diferencia con los videojuegos comerciales es la intencionalidad de unos y de otros. El fin del edutainment es no sólo entretener y divertir, sino también, y no en menor medida, aprender. Como dicen algunos críticos/as, con cierta ironía, "no se trata de 'perder' el tiempo jugando, hay que aprender algo durante el juego" (Grup F9, 2000a, 53).

Pero queremos ir más allá de esta descripción "técnica" y adentrarnos en lo que para nosotros y nosotras es el objeto propio de esta investigación: los contenidos de los videojuegos, los relatos o narraciones que en ellos se producen y los personajes que los pueblan. Como plantea García Jiménez (1996), mediante el uso de videojuegos los niños y las niñas se introducen en los relatos hipermedia y con ellos abren nuevos vectores en la dimensión cognitiva y comunicativa que estos relatos en tanto hechos narrativos, conllevan. Estos aparatos se incluyen, tempranamente, en el espacio lúdico y sus historias les narran una lectura sociocultural previa a la intervención mediadora de las instituciones educativas. Por eso, se podrían

² La combinación de los conceptos de educación y entretenimiento (*education* y *entertainment*) ha dado origen al término edutainment. Nosotros podríamos decir "Eduversión" (Educación y Diversión).

entender como discursos narrativos porque poseen la capacidad de contar historias utilizando imágenes visuales y acústicas que se articulan tecnológicamente con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta configurar discursos constructivos de textos, cuyo significado son las historias.

Frente a la contemplación de la televisión o el cine que, aunque mantengan intelectualmente estimulados y activen la imaginación, dejan poca iniciativa a la persona que los ve, los videojuegos exigen una implicación activa en el propio desarrollo de los mismos. El jugador/a se ve obligado a tomar decisiones que le involucran en el proceso del juego. El jugador/a se siente incluido en el juego porque el programa le ofrece desempeñar un rol en la trama en un contexto simulado ligado a la fantasía (escenas desarrolladas en el espacio o en tiempos lejanos). La sensación de implicarse en un rol produce una fuerte identificación en el jugador/a que asume como propias las coordenadas del relato. Esto es lo que los hace esencialmente diferentes al resto de los fenómenos audiovisuales contemporáneos. Pero no podemos olvidar que la estructura y el contexto de los videojuegos también están claramente delimitados y definidos de antemano. La presencia del narrador o la narradora queda disimulada en la aparente intervención del usuario/a sobre la trama narrativa y lúdica. "Jugamos" a ser narradores creativos capturando el espacio lúdico, comprando la libertad vigilada por las tecnologías (García Jiménez, 1998).

"Los relatos digitales se inscriben en el contexto sociopolítico de fines de siglo y se constituyen en signos culturales (función iconológica) y, en este sentido proponen una determinada interpretación del mundo, sus hechos y sucesos (función ideológica). Es importante entonces, no descuidar la perspectiva histórica de las producciones culturales a fin de profundizar en el estudio de la función ideológica que los discursos narrativos digitalizados ofrecen para la interpretación de los códigos culturales con los cuales se narran las historias" (García Jiménez, 2001).

Los videojuegos ocupan el lugar del juguete tradicional, pero no comparten los mismos estantes de las jugueterías y de las tiendas comerciales. El ingenio comercial ha ideado sitios privilegiados para ellos, junto a otros artefactos informáticos o específicamente en locales destinados al efecto. Los encontramos ocupando espacios privados, en los hogares y, generalmente, en el cuarto de los niños y niñas. También se han instalado en los espacios semipúblicos: en los cibercafés o cibercentros, en los lugares de entretenimiento, en los salones de juego a los que se puede acudir en busca de entretenimiento a cambio de unas cuantas monedas. Se

han constituido en un objeto más del paisaje cotidiano y, salvo en determinados sectores, no encuentran demasiada resistencia en el momento de su adquisición.

Este objeto, el videojuego, no surge de la propia invención creativa del jugador o de la jugadora, sino que es propuesto desde el mercado tecnológico de nuestros días y, paulatinamente, ha ido ganando espacios y cap-



Super Mario Bros. Nintendo

turando usuarios/as- consumidores/as, hasta el punto de convertirse en una de las más prósperas industrias, tal como puede corroborarse en el incremento vertiginoso del Imperio de Nintendo, una empresa japonesa fundada en 1889 para la fabricación de naipes, seguida por Sega, empresa fundada con capitales norteamericanos en 1951 también en Japón. Entre ambas, se estima que movilizan alrededor de 10.000 millones de dólares anuales (Navegante.com, 2003). Según ADESE (2003, 3) "en 2003, las ventas mundiales podrían alcanzar los 28.000 millones de euros". En este informe de julio de 2003, se afirma que "uno de cada 3 europeos juega regularmente con videojuegos (ordenador y consolas). En Europa (Francia, Alemania, Italia, España y Reino Unido) el 25% de la población juega regularmente con videojuegos" (ADESE, 2003, 11).

Si nos referimos a España, los videojuegos movieron en el año 2000 más de 270 millones de euros (unos 45000 millones de pesetas) (*Ciberpaís*, 2001) Según ADESE (2003, 3) en España "el año 2002 cerró con una facturación global que ascendió a 710 millones de euros, un 22,5% más con respecto a 2001" (ADESE, 2003, 10). En nuestro país unas 2.000 personas trabajan directamente en compañías de videojuegos, 3.000 en puntos de venta y 5.000 en empleos indirectos. En la concepción y desarrollo de uno de estos programas cada vez invierten más medios humanos y materiales (la inversión para desarrollar un título puede estar en torno a los 300 millones de pesetas)³.

¿Por qué han llegado a difundirse tanto? García Jiménez (2001) explica que, evidentemente, las condiciones estructurales de este fin de milenio han sentado las bases para que esto ocurriera. Ha sido de suma importancia para su crecimiento el desarrollo deliberado de la multiplicación de canales de información y de emisoras que operan en la internacionalización de las comunicaciones, situación potenciada por el desarrollo tecnológico alcanzado que ofreció la posibilidad de concentrar mayor poder de control en manos de quienes producen las tecnologías en desmedro de quienes solamente las consumen. Para generar mayor consumo se requiere, entonces, "crear la necesidad" de consumir lo que se produce. Paradójicamente esta situación aparece en el discurso de los consumidores como la posibilidad de acceder a los conocimientos tecnológicos con sólo estar "conectados", o con poder controlar, operativamente, los artefactos. Y qué mejor pronóstico para este mercado internacional que apelar a las jóvenes generaciones para el ingreso en la sociedad del futuro, al alcance de un "clic". Sin duda, la precocidad de los actos de consumo nos plantea un nuevo interrogante acerca de la manera en que el niño o la niña ejerce este "control social" y de las habilidades que evidencia frente a situaciones que le demandan una respuesta activa. En tal sentido es clave dife-

³ En España se han creado dos master en el año 2004 para elaborar videojuegos en la Universidad Pompeu Fabra y en la Universidad Europea de Madrid. En sesiones teóricas y prácticas plantean cómo diseñar, producir y comercializar videojuegos. La Universidad Ramon Llull ofrece un curso de postgrado y una especialidad la Universidad de Valencia. En EEUU se ha creado también esta misma titulación: desde el 20 de noviembre de 2003 se imparte en la Universidad Southern de California (La Gaceta Universitaria de la Universidad de Valladolid, 2004, nº 474, del 8 de marzo, 5).

renciar que el niño o la niña pequeña, más que “consumidor/a” (en el sentido estricto del término) es un niño/a-que-realiza-un-acto-de-consumo (Brée, 1995).

Origen y evolución de los videojuegos

En este capítulo presentamos una breve historia de los videojuegos. No se trata de un recorrido pormenorizado, sino de un análisis de cómo surgen estos juegos y en qué contexto se han desarrollado, buscando comprender qué motivaciones han provocado que evolucionen de una forma tan rápida y fulgurante y qué tipo de valores han promovido.

Antecedentes

Los ordenadores, tal y como los conocemos, no tienen más allá de medio siglo de historia. La idea de un dispositivo así se debe a Babbage, profesor inglés que acompañado de su alumna favorita Ada Byron (la primera programadora informática) se lanzó a un proyecto absolutamente visionario y descabellado para aquella época de 1830, que nunca llegó a materializarse de manera operativa; tendría que pasar un siglo para que la necesidad militar de hacer cálculos matemáticos para trayectorias balísticas, impulsase la creación de una máquina basada en las ideas de Babbage. Fueron los estadounidenses los que presentaron un artefacto mastodónico llamado Mark I, diseñado por Howard Aiken para la IBM. Al Mark le seguiría, en 1946, el ENIAC de los ingenieros Mauchly y Eckert, con sus 18000 válvulas de vacío y sus cientos de kilómetros de cableado.

De 1940 a 1960

Un científico llamado Willy Higginbotham, que trabajaba en los laboratorios Brookhaven Nacional, decidió hacer un juego interactivo en 1958 para animar "el día anual del visitante". Con un osciloscopio, una computadora analógica y unos interruptores básicos creó un sencillo juego de tenis para dos personas, en el que una pelotita cuadrada rebotaba en la pantalla y las personas jugadoras debían golpearla con sus raquetas hasta que uno perdiera. A pesar de la sencillez del juego, la gente se divertía con él y había largas filas para probarlo.

En 1961, un estudiante del Instituto de Tecnología de Massachusetts, Steve Russell, diseñó un juego interactivo que le llevó cerca de seis meses terminar en su primera versión: un juego simple de dos personas jugadoras que controlaban la velocidad y dirección de dos naves que disparaban torpedos tratando de destruirse entre sí, mientras evitaban la gravedad solar. Russell llamó a este juego *Space War*.

Ya con el programa hecho, otras personas estudiantes fueron añadiendo elementos: un fondo de estrellas, detalles más reales de gravedad. El "SpaceWars" unía una primitiva y lenta computadora de orientación personal a un monitor de tubo de rayos catódicos constituyendo el primer juego interactivo.

De 1970 a 1980

A finales de los 60, el ingeniero Baer idea la posibilidad de incluir algún tipo de juego a desarrollar en la pantalla del televisor. En 1966, Ralph H. Baer (el padre de los videojuegos) diseñó el prototipo de la primera consola de juego concebida para ser utilizada con un televisor doméstico. Peregrina de compañía en compañía en busca de fondos para su proyecto hasta que una compañía llamada MAGNAVOX compra en 1971 la tecnología del proyecto de Baer y comienza a desarrollar comercialmente el primer sistema de videojuego casero conocido con el nombre de *Odyssey*. El sistema contaba con un juego simple de ping pong. Era una máquina, muy sencilla, que generaba dos puntos cuadrados para representar a las dos personas jugadoras (las raquetas), una pelota y una línea central. No había efectos de sonido ni podía llevar cuenta de los puntos hechos (la persona jugadora debía hacerlo mentalmente).

A comienzos de los años 70, Nolan Bushnell (el padre de la industria del videojuego), desarrolla *Computer Space*, una versión para una sola persona. Junto con su colega Ted Dabney fundan la histórica compañía ATARI con la misión de desarrollar juegos electrónicos.

El 29 de mayo de 1972, Bushnell probó el juego de ping pong de Odyssey. Le gustó tanto que contrató a uno de los programadores, Alan Alcorn, y junto con él desarrolló el primer juego exitoso de Arcade basado en la idea de Willy Higginbotham: *Pong*. Pong fue el primer juego de monedas que tuvo un éxito impresionante y convirtió a Atari en la compañía de más rápido crecimiento en América.

Pong supuso una auténtica revolución entre los juegos de las salas recreativas. Consistía en una surrealista simulación de una partida de tenis jugado sobre una pantalla de televisión. La representación gráfica era absolutamente simple. Dos rectángulos cumplían las funciones de jugadores y un pequeño cuadrado oscilaba de lado a lado de la pantalla, según fuese la pericia del jugador/a. Los controles eran dos ruedas que regulaban la posición del rectángulo-jugador/a en función del eje vertical de la pantalla. Pong introducía un concepto nunca visto hasta el momento: la puntuación; de esta manera, cada partida se convertía en un duelo entre dos personas por conseguir el mayor número de puntos.



Atari, en 1973, lanzará el primer juego arcade de laberintos (*Gotcha*) y en 1974, el primer videojuego de conducción (*Gran Trak 10*). Fueron los primeros juegos de su clase en dos géneros que más tarde demostrarían ser muy populares. Es sorprendente observar la publicidad de este juego, como de la mayoría de los de Atari. Como dicen Demaría y Wilson (2002, 24) "obsérvese que las primeras hojas de producto de Atari siempre mostraban a un chico y su novia [al menos así la carac-

terizan estos autores] ¿Querían decir que jugar a videojuegos era una buena manera de conocer chicas?”. La utilización de la mujer como reclamo publicitario desde los orígenes de los videojuegos parece que no ha evolucionado demasiado.

Pero no sólo de forma explícita y abierta se hace, sino que se juega con lo subliminal como forma de potenciar el “atractivo” de un producto dirigido, parece, casi exclusivamente al público masculino. Tim Skelly que trabaja en Star Castle, diría en una entrevista que el campo estelar de este videojuego era el contorno de una mujer de una revista de desnudos (Demarúa y Wilson, 2002, 28). Pero esto no era un caso excepcional. De los dos pósters del juego Centipede, uno de ellos mostraba una mujer verde desnuda y borrosa saliendo de entre unas setas, aunque luego éste no se comercializó porque se consideró que la idea era demasiado arriesgada (Demarúa y Wilson, 2002, 79).

Pero sigamos con la evolución de los videojuegos en estos años. A mediados de los años 70 empiezan a hacerse populares diferentes juegos: *Tank* en 1974; en 1975, *Gun Fight*, un juego tipo viejo oeste. En 1976 Nolan Bushnell lanzó el primer juego de carreras con perspectiva en primera persona: *Night Driver* y *Breakout* (programado por los empleados de Atari Steve Jobs y Steve Wozniak quienes un año después fundaron Apple Computers).

En 1976 aparece la primera respuesta crítica a la violencia en los videojuegos, tras el lanzamiento del juego arcade *Death Race*. El juego proponía a los jugadores y a las jugadoras competir conduciendo sus coches y atropellando zombis para puntuar.

Lo cierto era que en 1976 había muchos juegos, pero sólo Pong y sus “allegados” habían entrado en los hogares. Surge así el Video Entertainment System (VES, sistema de entretenimiento de vídeo), una consola doméstica multicartucho (se le podían incorporar e intercambiar varios cartuchos de juegos diferentes). La más famosa fue la Atari 2600.

También en los años setenta nacieron las primeras consolas portátiles con un solo juego. La primera con cierto éxito fue *Football* de Mattel.

Será a finales de los 70 cuando se produzca el auge de los videojuegos con la aparición de clásicos como *Space Invaders* de Taito (Japón) y *Asteroids* de Atari. Space Invaders supuso un inicial renacimiento de la industria del videojuego. En él era imposible ganar. Los aliens siempre destruían las bases y la torreta láser del jugador/a. En 1979 se creó ACTIVISION por desarrolladores de Atari, que generaría gran cantidad de secuelas en los 80.

De 1980 a 1990

A principios de los años 80 aparecen los ordenadores PC. Es la época de los ordenadores Amstrad. En 1980 también apareció Odyssey 2 de PHILLIPS y el sistema de videojuegos Intellivision (televisión inteligente) de MATTEL.

En cuanto a juegos destacaron *Zork*, *Última* y otro clásico: *Pac-Man* de NAMCO, en el que un hambriento personaje tenía que comer puntos en la pantalla. Además de *Battle Zone* de Atari (que, por cierto, fue la base de programas para entrenamiento militar) y *Defender* de WILLIAMS, el primero en tener un "mundo artificial" en el que además de disparar a las "hordas alienígenas" tenía que salvar a las personas abducidas antes de que se convirtieran en mutantes enemigas.

La filosofía de los juegos era, en todos, como la resumía el diseñador de Cinematronics, Tim Skelly: "que haga ruido, que sea rápido y que se dispare un montón" (Demaría y Wilson, 2002, 58), de tal forma que, como dicen estos autores, "lograba hacerte olvidar cualquier cosa mientras te durara la moneda que habías echado en la máquina" (61).



1981 es un año histórico e importante para un gigante: NINTENDO, pues apareció el famoso *Donkey Kong*, diseñado por Shigeru Miyamoto. En él surge uno de los personajes más duraderos de la historia de los videojuegos (Mario), aunque por entonces era un carpintero llamado Jumpman. Es la historia de un gorila que huye de su amo, un carpintero, y secuestra a la novia de éste. El carpintero tiene que perseguir al gorila a través de una serie de escenarios industriales para rescatar a la chica. Desde los mismos inicios, las mujeres juegan el papel de víctimas secundarias y excusa del juego, con un modelo de portada del videojuego rubia, con generoso escote, pechos remarcados y falda desgarrada que deja ver buena parte de la pierna. Si a ella la ponen llorando y gritando de terror, al carpintero lo muestran despreocupado y seguro de sí, afrontando al gorila. Es el modelo que se inicia y se mantiene a lo largo de los años.

En 1982, todas las compañías querían entrar en el negocio. Había en esa primavera 50 compañías creando juegos para Atari 2600. Pero alrededor del año 1983 comienza a venirse abajo el mercado de los videojuegos; Mattel y Atari comienzan a perder dinero a causa de sus juegos de baja calidad.



No obstante, se vendió mucho la Commodore 64 (computadora casera) y se comercializó el videojuego *Dragon's Lair*, un juego que usaba técnicas de programación en láser disk, lo que le dio buen sonido y animaciones. El argumento si-

tuaba a los hombres y a las mujeres "donde siempre": Dirk el Osado trataba de rescatar a la princesa Daphne (qué pensaríamos de ella si se la hubiera llamado "la osada") del secuestro del dragón Singe.

En 1984, el negocio del videojuego entra en crisis. Los buenos juegos fueron escasos. En 1985, cuando "cayó" todo el imperio, apareció Nintendo con el Nintendo Entertainment System (NES), que incorporaba el juego *Super Mario Bros* consiguiendo gran éxito.

"Super Mario Bros se editó en 1985 y, desde su lanzamiento, se convirtió en el juego emblemático de Nintendo. El personaje principal del juego era Mario, un plomero con un mostacho de aire italiano que había aparecido por primera vez en Donkey Kong, aquel innovador juego de 1981. (...) Super Mario Bros ofrecía al público algo más que un protagonista simpático y bonachón. A diferencia de la enorme mayoría de los cartuchos de juego de la 'generación Atari' y de los programas para microordenadores de la época, la razón de ser de Super Mario no era la violencia. Super Mario Bros introducía el ingenio y el humor allí donde la norma eran las batallas y la destrucción. Además Super Mario popularizó el uso del laberinto en los juegos informáticos" (Levis, 1997, 71). Aunque esta visión es bastante suave, pues Mario (aún carpintero) surge como el malo que había capturado al gorila, obligando a Junior a arriesgar su vida para salvar a su papá en Donkey Kong Jr. Posteriormente, ya en Mario Bros, se le presenta en compañía de su amigo Luigi, con el fin de limpiar las alcantarillas de tortugas, poniéndose debajo de ellas y saltando para ponerlas al revés y darles una patada para sacarlas de la pantalla. No obstante, es necesario reconocer que las características de Mario no responden a los modelos de "héroes a la moda", pues fue diseñado como un hombre de mediana edad, barrigudo, con un gran sentido de la justicia, que no era guapo ni atlético. Los juegos de SuperMario supusieron el inicio de la idea de los laberintos dentro de los juegos informáticos e introdujeron, por primera vez, un personaje ingenioso y de buen humor con el cual simpatizar.

En 1986 aparecieron más consolas caseras: Sega con Sega Master System, Commodore con Amiga y Atari con 7800.

Mientras, Richard Garriott creaba la serie *Ultima*, un juego de rol que ha seguido sacando versiones exitosas. Y la nueva compañía Br derbund creaba títulos tan memorables como Prince of Persia, Carmen Sandiego y Myst. Aunque algunas compañías, como The Learning Company, ya habían combinado anteriormente entretenimiento y enseñanza en ordenadores, Br derbund se hizo famosa por tales juegos y logró dotar de gran popularidad al género llamado "edutainment". El juego que mejor definiría el término edutainment sería la serie *Carmen Sandiego* (de Br derbund). La serie Living Books, que contaba con libros infantiles animados interactivos, fue otro legado de títulos educativos de esta compañía. Por su parte, la compañía Sierra crea *King's Quest*, un videojuego en tercera persona. El concepto de tercera persona cambió el modo de crear aventuras. Antes, se trataba

de historias que se experimentaban desde el propio punto de vista del jugador o jugadora, ahora aparece un personaje, que ya no eres tú, sino él o ella, y que hace falta definir quién es y cómo va a interactuar con los demás, puesto que tiene su propia personalidad.

En 1987 Electronic Arts (EA) lanza su primer juego doméstico: *Skate or Die*. En 1984 el ruso Alexey Pajitnov crea *Tetris*, basado en un rompecabezas tradicional de ese país (pentominos: figuras que se encajaban para formar una caja) y en 1985 se pasó al PC.

Sega lanza en 1989 su sistema de 16 bits llamado Sega Genesis, que tuvo un enfoque para público adolescente por sus juegos de deportes hechos por EA SPORTS. En este año, esta empresa realizó una nueva consola llamada en Europa Megadrive y un nuevo protagonista con un papel similar a los "Mario" de Nintendo. Se trataba del puercoespín *Sónico*, un personaje inspirado en la estética de los dibujos de la factoría Disney.

En el mismo año aparece el rey de los sistemas portátiles: el Game Boy, diseñado por Gunpei Yokoi. La popularidad de la consola Gameboy de Nintendo se debió a su pequeño tamaño, introduciendo a los más pequeños/as en el mundo de los juegos de ordenador y a los adultos/as a través del Tetris, videojuego que se regalaba al comprar la consola.

"Es interesante llamar la atención acerca de la elección de este nombre pues puede proporcionarnos una clave interesante acerca de la cultura Nintendo. No parece casual que se haya preferido boy (niño en masculino) a los genéricos de child o kid. Nintendo, con esta nueva consola, buscaba ampliar su segmento de mercado, muy limitado por entonces a condicionantes de sexo y edad, hacia un público de mayor edad" (Levis, 1997, 85).

De 1990 a 1995

La definitiva implantación de los videojuegos como fenómeno social dio vida exitosa a los fabricantes de consolas. Por primera vez, construir consolas no tiene como único sentido servir a un reducido y privilegiado grupo de usuarios y usuarias, sino ofertar equipos demandados por un número cada vez mayor de personas de todas las clases y condiciones, especialmente de jóvenes.

El CD-ROM y la tecnología 3D cambiaron el panorama del diseño y el desarrollo de videojuegos. Los juegos crecieron en tamaño y calidad técnica, pero esto supuso que los costes se dispararan y que los ciclos de desarrollo pasaran de meses a años. Ya no era posible que una sola persona desarrollara un juego. Para tener éxito era necesario equipos de especialistas y gigantescas maquinarias de marketing. A finales de los noventa, unas cuantas compañías como Electronics Arts,

Infogames y UbiSoft, poseían la mayoría de las compañías de videojuegos y sus marcas comerciales.

En 1991 ocurrieron dos eventos muy importantes en la era de los videojuegos. El primero, el lanzamiento de la Super NES de 16 bits de Nintendo, con lo que se da pie a la "guerra de 16 bits" entre Sega y Nintendo. El segundo marcó la industria de Arcade: CAPCOM aparece con el juego *Street Fighter II*, y causó una revolución junto con todas sus traslaciones a sistemas caseros.

Los ordenadores evolucionan y aparecen las tarjetas gráficas en color. El ratón se populariza con la entrada del entorno Windows. Aumenta la velocidad y capacidad de almacenamiento de los ordenadores. Todo ello lleva a que cada vez se extiendan más los videojuegos en los ordenadores personales.

Los tipos de juegos se diversifican. Los hermanos Millar diseñan *Myst* que se lanzó en 1993 y su secuela *Riven*. Surge también DOOM de id Software, base de buena parte de lo que ha hecho la industria de los juegos en años sucesivos (modo multijugador/a, modo duelo en partidas multijugador/a). Will Wright crea el juego de simulación *SimCity*, que permite controlar el nacimiento de una ciudad y, posteriormente, toda una serie de expansiones de gran éxito comercial. Peter Molyneux se convierte en el padre del género denominado "god game" (simulación divina) al crear *Populus*. La compañía Blizzard comercializa en 1994 *Warcraft: Orcs and Humans* que junto con *Command & Conquer* de Westwood marcó el comienzo de un nuevo género como la estrategia en tiempo real (RTS). Los *Lemmings*, pequeños roedores que pasean por todas partes y modifican el planteamiento de los juegos arcades unipersonales, al introducir una forma de colaboración que no se había dado hasta entonces. Empieza a ser posible conducir coches de carrera, pilotar aviones, etc.

Llegan las aventuras gráficas. Juegos con guiones estructurados, como en las películas, en los que los personajes actúan en función de las decisiones que adoptan las personas jugadoras. La persona jugadora pasa a ser la protagonista de Indiana Jones o de Star Trek.

Joseph Lieberman y Herb Col, senadores de EE.UU., pusieron en marcha una campaña contra la violencia en los videojuegos y la "cultura de la carnicería" reinante, como en *Mortal Kombat*, en el que la sangre saltaba con cada golpe y los movimientos finales podían llegar a arrancar el corazón o el espinazo al adversario. Pero la industria de los juegos no se permitió sucumbir a la censura y a la posible pérdida de ingresos. La violencia, afirmaba, era parte del juego, y los avances tecnológicos permitían un mayor realismo.

Al final, las multinacionales de los videojuegos ofrecieron una solución de compromiso: *Entertainment Software Rating Board* (ESRB, un consejo de calificación del software de entretenimiento), que creó un sistema de calificación de edad

para los videojuegos en 1994. Dicho sistema "alertaba" en las cajas de los videojuegos de material potencialmente "ofensivo", aunque sin impedir el acceso a las personas jóvenes a juegos violentos o de otro tipo que pudieran ser considerados inadecuados para ellas.

De 1995 hasta el 2005

A partir de mediados de los 90 el mercado se divide en dos vías bien definidas: juegos aptos para PC's y para consolas. El desarrollo tecnológico, el abaratamiento de producción, los nuevos microprocesadores de alta velocidad, supusieron la posibilidad de fabricar consolas con una potencia enorme, pero concebidas y optimizadas para servir como plataforma de juegos multimedia. Ese mismo abaratamiento de precios permitió un uso diversificado de los PC y la creación de programas de juegos específicamente ideados para las computadoras. Con la incorporación de la tecnología multimedia, se aprovechan todas las capacidades que ofrecen los ordenadores. Se presentan los juegos en formato CD-ROM y DVD, todos ellos destinados al mercado del ordenador personal. Algunos juegos comienzan a utilizar imágenes en tres dimensiones y técnicas basadas en la realidad virtual.

Paralelamente, surgen nuevas consolas. En 1995 aparece la Sega Saturn de 32 bits con lector de CD, y la PlayStation de Sony. A continuación Nintendo contrataca en el '96 con un sistema de longitud de palabra de 64 bits (la longitud de palabra mide la capacidad de un procesador para tratar simultáneamente más o menos bits en un determinado instante). Esta longitud fue superada por una de 128 bits en el año 1999, era la Sega DreamCast, un equipo con un amplio hardware equivalente en potencia al de un ordenador personal. Incluía módem y un procesador a 200 MHz. Este potencial, al servicio único de un juego, suponía acrecentar al máximo la calidad multimedia de los programas que corrían en la consola. En 2000 salió al mercado la PlayStation 2 y ya para entonces las consolas se vendían a millones no sólo en Japón y EEUU sino también en el resto del mundo económicamente desarrollado.

Las consolas, desde entonces, han ido adquiriendo nuevos potenciales, con mayores velocidades, mejor procesamiento de gráficos, interfaces con Internet, etc. Aparecen nuevas versiones de la Game Boy (Game Boy pocket, Game Boy Color, Game Boy Advance...), la X-Box de Microsoft, la Game Cube de Nintendo, la consola móvil de Nokia N-Gage que utiliza la tecnología Bluetooth (sin cables) y GPRS (por satélite) que permite jugar con otras personas sin ningún cable, etc.

Paralelamente, las máquinas recreativas de videojuegos han llevado una vida plagada de altibajos, y si tuvieron su gran momento en los 80 y comienzo de los 90, a partir de ahí han convivido a la baja sin disponer de mejoras sustanciales que las hicieran comparables, en versatilidad, a las consolas o los juegos de PC.

Tampoco parecía optimista el mercado de videojuegos para ordenadores; los PC tenían, a principios de los 90, altos precios que hacían de su posesión un tema más empresarial que de ocio familiar. Era lógico que su tiempo de uso estuviese dedicado a las gestiones económicas o al tratamiento de datos; sólo el gran derrumbe de precios de mediados y finales de los 90 y la consiguiente conversión de los ordenadores en un electrodoméstico más, permitió que se volviese a creer en la posibilidad de incorporar a los PC un potencial de diversión que, hasta entonces, estaban restringido a las consolas o las máquinas de los salones recreativos.

Surgen juegos emblemáticos que tienen un éxito inusitado. *Diablo II* vendió su primer millón de copias en sólo 18 días. La compañía Eidos en 1996 estaba en lo más alto de la lista de ventas con *Tomb Raider*. Su protagonista, relatan Demaría y Wilson (2002, 286) trataba de ser algo distinto de los típicos 'cachas' masculinos. El primer personaje era Lara Cruz, de tipo amazona y 'cachas', algo demasiado cercano todavía al estereotipo masculino. Sin embargo, Cruz pronto dejó paso a Croft, y así nació Lara, con su propia historia incluida: una joven con buena educación y de familia rica, más parecida a James Bond que a Rambo, convirtiéndose en "el primer sex-symbol" de los videojuegos.

Deus Ex ofrece historias complejas, dilemas reales y distintos estilos de juego con posibilidades diferentes, ya que cada problema puede tener múltiples soluciones. *Age of Empires*, juego que cambia con los jugadores/as y en el que cada civilización del juego tiene sus puntos débiles, fuertes y estilos (aunque muy estereotipados). *Unreal*, *Duke Nukem 3D* (mundo lleno de clubes nocturnos, bailarinas de striptease).

El uso de internet afecta básicamente al uso de los videojuegos. Battle.net (versión del Diablo para Internet) tenía casi 9 millones de cuentas activas, y más de un millón de partidas diarias en 2001. Se utilizan espacios ofrecidos por organizaciones, grupos de aficionados, empresas que presentan demostraciones de juegos, intercambio de opiniones, trucos, etc. Pero también se juega a través de internet, y con otras personas videojugadoras desde otras partes del mundo. Se desarrollan increíblemente los juegos on line, donde un jugador puede compartir partida con otras muchas personas, además de las inmensas posibilidades que aportó para ello la llegada de la banda ancha. *Ultima Online* fue el primero de varios juegos multijugador/a online masivos con éxito.

Los fabricantes de consolas, desde luego, no se han dejado amilanar por los puntuales contratiempos que han sufrido (las pérdidas que el pujante mercado de videojuegos ha ocasionado, se han incrementado por políticas desmesuradas y de pugna continua entre los diferentes fabricantes), y han continuado ofertando productos arropados por poderosas campañas publicitarias que han logrado situarse como el juego preferido de niños, niñas y adolescentes. Las videoconsolas con conexión a Internet y lector de DVD, videoconsolas cada vez más potentes y con mayor capacidad tienen que competir con los PC's que se implantan definitiva-

mente en las casas, modernas máquinas con muchas posibilidades entre las que está el juego de última generación. Algunos comienzan a utilizar imágenes en tres dimensiones y técnicas basadas en la realidad virtual.

A partir de ahí, muchos ya conocemos la historia restante hasta el día de hoy, cuando tenemos en puertas nuevos sistemas, nuevos juegos, Matrix, la realidad virtual, y un sin fin de nuevas posibilidades que facilitan que cada vez la realidad se parezca más a la fantasía (¿o es al revés?). Actualmente se vislumbra un futuro en el que la incorporación de sistemas, cada vez más sofisticados, va a definir un nivel de interdependencia fantasía-realidad capaz de difuminar los límites entre ambos conceptos, generando, quizás, un nuevo término para denominar esta zona de fusión.

El campo de los videojuegos sigue en continuo crecimiento. Cada año aparecen nuevas consolas, y se aplican nuevas tecnologías, y sobre todo, se ofrecen cientos de juegos cada vez más espectaculares y complicados. Las pequeñas empresas son absorbidas por las grandes corporaciones. Lo que ha generado una actitud más empresarial en el desarrollo y creación de juegos, a costa, de la innovación.

La absorción de PYMES por multinacionales, la velocidad exigida en diseño de productos por las personas consumidoras, la ilimitada búsqueda de rentabilidad en las empresas, promueve necesariamente la disminución de los ingredientes centrales de la calidad creativa, dando lugar, consiguientemente, a la pérdida de elementos innovadores.

El futuro de los videojuegos, apuntan expertos/as y creadores/as, girará en torno al aumento de las dosis de realismo y al incremento del llamado "motor de inteligencia" del juego que permitirá un enfrentamiento casi inteligente con o contra la máquina. Posiblemente veremos también el uso masivo de juegos múltiples a través de redes como internet y el acople de dispositivos periféricos de tipo sensorial para incrementar las sensaciones táctiles. Los procesos multimedia enriquecerán la apariencia de los juegos con nuevos formatos de imagen, hologramas y fondos reales. Las pantallas pasarán a ser planas y de plasma, los dispositivos de memoria se harán más capaces y económicos y, de resultas, los juegos podrán tratar sobre historias más elaboradas y amplias.



Pero lo que no parece evolucionar son los valores y los contenidos básicos sobre los que versan la mayoría de los videojuegos más vendidos y la publicidad que circula alrededor de ellos (como vemos en la imagen, ya desde sus comienzos la mujer aparece como reclamo de un "aparato" destinado a hombres). Parece que en lo que se invierte es en la tecnología cada vez más sofisticada, pero poco en aspectos más "intangibles" que faciliten un mundo más humano y mejor.

De hecho, Nintendo apuesta por el público femenino para vender una Game Boy Advance “pensada exclusivamente para chicas”. La empresa nipona ha realizado un estudio que desvela que más del 33% de las encuestadas, entre 20 y 35 años, está interesada en adquirir esta Game Boy. Por ello ha asociado a su Game Boy el color rosa!, pensando en este público potencial. Hay que tener en cuenta que la Game Boy fue pensada inicialmente para niños pequeños (*Gaceta Universitaria* de la Universidad de Valladolid, 2004, nº 474 del 8 de marzo, 5).

Lo cierto es que los videojuegos cada vez son un fenómeno más extendido y universal, que ocupa a cada vez mayor número de personas, pero que incide, especialmente, en menores y adolescentes en proceso de crecimiento y socialización. Su influencia en la construcción de formas de entender y pensar la realidad, en ellos y ellas, es poderosa, y es algo que debemos conocer y analizar, cada vez con mayor profundidad y rigor.

Soportes de los videojuegos

Hablar de videojuegos supone todo un lenguaje “sofisticado y técnico” que aparece en torno a esta nueva tecnología. Necesitamos aclarar los tipos de soporte sobre los cuales podemos encontrar los videojuegos, así como el tipo de juegos existentes en el mercado actual, para aclarar el objeto de nuestro estudio en esta selva enmarañada de terminología nueva.

Los videojuegos informáticos pueden presentarse en distintos soportes. Aunque responden a estructuras parecidas, las características propias de cada uno de estos soportes determinan modos de uso y tipos de programas de juego específicos para cada uno de ellos.

Los soportes más habituales son los siguientes (Levis, 1997; Marqués, 2003):

Plataformas de videojuegos

Máquina recreativa	Desde las máquinas de “pinball” a los simuladores de realidad virtual.
Red telemática	Juegos interactivos en red (Internet, intranets...).
Microordenador	Juegos interactivos en soporte CD-ROM, DVD, disco...
Videoconsola	Master System, Mega Drive, Game Gear, Mega CD, 32X, Saturn, Dreamcast, Nintendo 64, PlayStation1, PlayStation2, PSX, XBOX,...
Máquina de bolsillo	GameBoy, Game Boy Advance SP, NeoGeo pocket, N-Gage (híbrido entre móvil y consola), GP32 (de Virgin Play), PSP de Sony...
Teléfono móvil	Teléfonos móviles en general.



Los primeros juegos informáticos se realizaron para **máquinas recreativas**. En la actualidad, las salas recreativas cumplen una función muy importante en el mercado de los videojuegos. Sirven para evaluar las novedades del mercado y el éxito de los juegos. En este tipo de plataformas dominan los juegos Arcade que, por un lado, son sencillos, permitiendo el acceso de un mayor número de potenciales jugadores y, por otro, ejecutando partidas de corta duración para lograr así el mayor beneficio económico posible.

La **red telemática** hace alusión a los juegos en red en los que se utiliza la máquina para jugar con otras personas aprovechando el potencial de conexiones remotas que posibilitan las redes informáticas.

El **microordenador** u ordenador personal es una de las plataformas actuales más potentes de videojuegos. Cada vez hay más ordenadores en las casas, lo cual facilita su uso con finalidades lúdicas. La mayoría de los juegos de ordenadores actuales se encuentran en formato CD-ROM y DVD. En estos ordenadores personales se pueden instalar emuladores de las videoconsolas para poder jugar con sus juegos.



Las **videoconsolas** necesitan ser conectadas al televisor. Se caracterizan por utilizar cartuchos o sistemas propios de lectura de discos compactos. Estos sistemas están concebidos con la única finalidad de jugar. El problema es que cada empresa ha comercializado un tipo de videoconsola y ha desarrollado juegos específicos para ella, siendo incompatibles con las demás.

Las **máquinas de bolsillo** son consolas portátiles que no necesitan conectarse al televisor. Llevan incorporada una pantalla de visualización. Esta es una ventaja que permite al usuario poder jugar en cualquier lugar sin depender de ningún tipo de conexiones. El tipo de juegos que suelen utilizar son arcades dirigidos, mayoritariamente, al mundo infantil.



Tipos de videojuegos

Los seres humanos tenemos una fuerte tendencia a clasificar y catalogar lo que nos rodea, como si de esa forma pudiéramos controlarlo. Lo mismo pasa con los videojuegos. Pero estos juegos, como la mayoría de los productos informáticos, admiten diversos criterios de clasificación. En función de quién catalogue, las clasificaciones son diferentes: profesionales de la informática, empresas de software, revistas de informática, profesionales de la educación, investigadores del tema, etc.

Algunos de ellos son fáciles de catalogar dado que se les puede situar claramente en un determinado grupo. Pero otros los podemos considerar mixtos, es decir, que pertenecen a dos o más grupos, por lo que su clasificación se torna más ambigua y difícil.

En 1984, Chris Crawford (Goldstein, 1993) hace una clasificación de los videojuegos en tres grandes categorías a partir del tipo de estrategias implicadas: juegos de acción y destreza, juegos de estrategia, juegos cognitivos. Según Crawford, los juegos de acción y destreza son aquéllos que enfatizan habilidades perceptivas y motoras y suelen hallarse en los salones recreativos; los juegos de estrategia se centran en la solución de problemas e incluyen los juegos de aventura y los juegos de rol, pudiéndose hallar en sistemas domésticos y portátiles. Finalmente, los juegos cognitivos no aparecen descritos en la revisión consultada de Goldstein.

Garner (1992), aplicando unos criterios de clasificación que se ajustan a las necesidades concretas de su investigación, organizó los videojuegos en función de cuatro criterios distintos:

- La perspectiva del jugador/a: se trata de un criterio de clasificación que hace referencia a la forma en que el jugador/a se incorpora a la actividad de juego (manipulación de objetos –en los que el jugador/a controla los movimientos y actividades de un objeto, vehículo, arma; manipulación del personaje -en los que el jugador/a controla los movimientos y actividades de un personaje-; en primera persona –en los que se crea al jugador/a la ilusión de que está enfrentándose directamente con la actividad que se desarrolla en la pantalla-).
- El campo de percepción: cómo se utiliza la pantalla para presentar un universo particular a partir de un programa de juego determinado (de límites fijos -en los que la pantalla presenta al jugador/a los límites donde tendrá lugar el juego-; de ventana fija -en los que la pantalla no define los límites conceptuales del juego sino que los personajes u objetos pueden moverse más allá de los ejes de la pantalla, dando la sensación de que el juego se lleva a cabo en un universo

y que cada pantalla o ventana representa un área del mismo-; de ventana móvil -en los que se crea la apariencia de un foco de visión móvil en lugar de fijo-).

- Las capacidades interactivas: competición individual, competición interactiva indirecta (los jugadores/as van alternando sus turnos); competición interactiva directa (los jugadores/as utilizan los objetos o personajes del juego para competir entre ellos) y cooperación/competición interactiva directa (los jugadores/as comparten el esfuerzo para vencer a los enemigos generados por el juego, sin que se excluya la competencia).
- El escenario de juego: naturaleza del universo del juego en el que se desenvuelve el jugador/a (realidad auto-generada -específicamente diseñada para el juego-, realidad transferida -simulación de nuestra vida diaria-, realidad negociada -la que combina las dos realidades anteriores en un contexto determinado).

Meggs (1992), establece cinco categorías de videojuegos en función del tipo de juego: juegos de acción/aventura (en ellos los personajes recorren distintos escenarios o entornos y vencen a enemigos o superan circunstancias difíciles); juegos de acción/arcade (ponen en práctica distintas habilidades para destruir o defenderse de invasores espaciales u otro tipo de atacantes); juegos de simulación (réplicas de actividades tales como la conducción de un coche de carreras); juegos de deportes; juegos de estrategia (incluyen desde el juego del ajedrez a juegos orientados a la solución de crímenes misteriosos; juegos de los negocios de bolsa).

La pediatra estadounidense Funk (1993b) clasifica los videojuegos partiendo de la propia temática que desarrollan los juegos, atendiendo a su carga violenta o educativa en:

- De violencia fantástica: presentan una acción principal en la que un ser fantástico debe luchar, destruir o evitar ser matado mientras intenta alcanzar un objetivo;
- Deportivos: la acción central se refiere a cualquier tipo de deporte, incluyendo las carreras y la lucha;
- Temas generales: el objetivo principal es vencer a la máquina, sin que para ello deba aparecer una historia concreta y sin que la lucha o la destrucción sean aspectos prioritarios;
- De violencia humana: presentan la misma estructura que los de violencia fantástica, pero el protagonista de la historia es un ser humano;
- Educativos: tienen como finalidad aprender alguna información nueva o descubrir otras formas de utilizar esa información.

Martín y otros (1995), clasifican los videojuegos en siete tipos distintos a partir de las características generales del desarrollo del juego:

- (a) Arcade. Son los juegos de ordenador más tradicionales. En ellos el jugador a través de un personaje debe superar una serie de obstáculos de creciente dificultad, matar a los enemigos que le atacarán y coger una serie de objetos que le serán útiles en el transcurso del juego. Dentro de esta categoría, los autores citan otras variantes que no cuentan con un componente violento tan manifiesto. Es el caso de los simuladores deportivos y, especialmente, los juegos de lucha o los juegos de construcción, en los que se deben ir encajando distintas piezas para ir formando figuras determinadas a gran velocidad y con una dificultad que aumenta progresivamente.
- (b) Aventura. Parten de la idea de conseguir un objetivo determinado en un ambiente de aventura y peligro en el que el jugador deberá superar dificultades, resolver problemas o enigmas, o derrotar a sus enemigos.
- (c) Estrategia. En este tipo de videojuegos se suele reproducir una situación compleja en la que el jugador debe controlar una serie de variables para lograr una meta concreta.
- (d) Juegos de rol. Son una simulación de los juegos de mesa que llevan el mismo nombre, donde el ordenador juega el papel de director del juego y contiene las reglas del mismo.
- (e) Simuladores. Reproducciones muy sofisticadas de aparatos o actividades complejas como, por ejemplo, los simuladores de vuelo, de conducción de vehículos o de realización de deportes concretos.
- (f) Educativos. Juegos en los que prima una finalidad más educativa que de puro entretenimiento.
- (g) Juegos de mesa. Reproducciones de gran parte de los juegos de mesa tradicionales.

Estalló (1995, 1997a) combina dos criterios distintos: por un lado las habilidades y recursos psicológicos necesarios para el juego y, por otro, el desarrollo y temática del juego en sí. De esta forma, se establecen cuatro grandes divisiones de los videojuegos: en Arcades (Plataformas, Laberintos, Deportivos y Dispara y olvida), Juegos de Simulación (Instrumentales y Situacionales – Mitológicos, socioeconómicos, bioecológicos y deportivos-), Aventuras conversacionales o de Estrategia (Aventuras gráficas, Juegos de rol y War-Games) y reproducciones de Juegos de Mesa.

La FAD (2002, 17), en su investigación, utiliza la siguiente clasificación de los tipos de videojuegos:

- a) Juegos de plataforma. En los que se trata de ir pasando de una plataforma a otra a base de precisión (por ejemplo, Pokemon, Supermario Bros, etc.)
- b) Simuladores. En los que se trata de dirigir y controlar aviones, coches, motos, en situaciones realistas (por ejemplo, GT2, Driver, B-17 Fly Fortress, etc.)
- c) De práctica de algún deporte. Consisten en jugar a un deporte concreto, sin que el juego sea un simulador (por ejemplo, FIFA, Snowboard supercross, etc.)
- d) De estrategia deportiva. Resalta la estrategia además de la práctica del deporte, por ejemplo, creando equipos, comprando jugadores, planificando campeonatos, etc. (por ejemplo, PCFutbol, Manager, etc.)
- e) De estrategia no deportiva. En los que se trata de controlar y planificar situaciones, ciudades, guerras, etc. (por ejemplo Sims, Comand and Conquer, Age of Empires, Comandos, Black and White, etc.)
- f) De disparo. Evolución de los “marcianitos”, en los que el juego consiste en alcanzar con disparos de cualquier tipo de arma a cosas o personajes que se mueven (por ejemplo, Quake, Point Blank, Halflife, etc.)
- g) De lucha. En los que el juego consiste fundamentalmente en la lucha cuerpo a cuerpo entre personajes, utilizando técnicas de artes marciales o armas (por ejemplo, Tekken, Dead or Alive, Mortal Kombat, etc.)
- h) De aventura gráfica. El juego trata de recrear una aventura con personajes, a través de pruebas y situaciones que se van sucediendo (por ejemplo, Lara Croft, La fuga de Monkey Island, etc.)
- i) De rol. En los que se asume al personaje; normalmente, la temática se refiere a aventuras o combates (por ejemplo, Final Fantasy, Baldur’s Gate, Diablo, etc.).

A pesar de que hemos manejado distintas clasificaciones, a decir verdad, todas presentan serias dificultades para poder delimitar de una forma clara y exacta cada videojuego.

Todas tienen, como es lógico, ventajas pero también inconvenientes.

Consecuentemente, hemos optado por crear una nueva, aún cuando, al igual que el resto, puede presentar zonas difusas y un tanto ambiguas. No obstante, creemos que responde más a los distintos tipos de videojuegos que hay actualmente y a

unos criterios de clasificación basados más en contenidos y valores que transmiten los videojuegos, que a una simple diferenciación de los mismos en función de criterios meramente técnicos o comerciales.

La clasificación propuesta se puede observar en el cuadro siguiente.

Tipo de videojuego	Ejemplos
Arcade (juegos tipo plataforma y laberinto)	Pacman, Mario, Sonic, Doom, Quake, Street Fighter, Prince of Persia, 3D-Wolfenstein
Deportes y simuladores deportivos	FIFA, PC Football, NBA, Formula I GrandPrix
Juegos de acción y de rol	King Quest, Indiana Jones, Monkey Island, Final Fantasy, Tomb Raider
Simuladores y constructores	Sim City, Tamagotchi, The Incredible Machine
Juegos de estrategia	Estratego, Warcraft, Age of Empires, Civilitation
Juegos de mesa	Parchís, ajedrez, tres en raya, Trivial
Juegos de combate (juegos de tipo "disparo" o shooter, de combate, de guerra y de lucha individual o entre "mafias")	Halo, Vietcong, Commandos, Call of Duty, Counter Strike, Korea, Swat, Chicago 1930, Mafia

Dada la rápida evolución del mundo de los videojuegos, toda clasificación resulta siempre mejorable. De hecho, muchos de los videojuegos que clasificamos dentro de una categoría, podrían encuadrarse en varias de ellas, puesto que cada vez las diseñadoras y diseñadores incluyen juegos más complejos y que agrupan varias modalidades y categorías en cada videojuego.

A continuación describimos, brevemente, las características más importantes que definen a cada uno de los principales tipos de videojuegos.

Los **Arcade** son los primeros juegos que aparecieron en el mercado. Su estructura exige una serie de actividades que precisan destrezas psicomotrices para que la persona que juega pueda ir pasando de una pantalla a otra siempre que supere una

serie de pruebas de destreza. La rapidez en responder a esas pruebas es una de las características más importantes de estos videojuegos, incluso más que la propia estrategia del juego. Han sido diseñados para todas las edades, pero son mucho más abundantes para los niños y niñas pequeñas.

Estalló (1995, 134) los define como “aquellos videojuegos cuya principal característica es la demanda de un ritmo rápido de juego, y que exigen tiempos de reacción mínimos, atención focalizada y un componente estratégico secundario. Este último, si bien puede estar presente en el juego, resulta de relativa sencillez y no varía de una partida a otra”.

El mismo autor señala una serie de características que particularmente utilizan este tipo de videojuegos, y que destacamos en los siguientes puntos (134 y ss.):

- Ritmo rápido de juego, pues se caracterizan por una acción trepidante que imposibilita la atención por parte del jugador a otro estímulo que no sea el propio juego, lo cual genera una importante fatiga;
- Ausencia de componente estratégico, pues no precisan planificación de las acciones que deberán desarrollarse en un momento posterior, a lo sumo la práctica repetida facilita el aprendizaje (por un mecanismo de ensayo y error) de una serie de estrategias que resultan ventajosas para el jugador/a, pero que no presentan variaciones de una partida a otra —en el juego *Space Invaders* se advierte que la nave del jugador goza de cierto margen de seguridad cuando está colocada en los extremos de la pantalla; o en Pac-Man que los cuatro fantasmas que le persiguen tienen diferentes conductas, siendo el de rosa el más rápido pero que le persigue durante un período de tiempo más corto, o que la velocidad de Pac-Man varía en las diferentes zonas del laberinto, haciéndole más vulnerable en las zonas zigzagueantes—. Lo cual supone un conjunto de reglas, no explícitas en el juego, aunque no exigen una previsión estratégica clara.
- Atención focalizada, como consecuencia de las dos anteriores características. Para seguir el ritmo que impone el juego es preciso orientar todos los sentidos hacia él.

Los más habituales, que son los juegos de plataforma, suelen tener como protagonista a un personaje infantil o un dibujo animado que a lo largo de diversas pantallas o escenarios (plataformas) debe ir eliminando diversos obstáculos hasta conseguir cumplir la misión asignada. A medida que van pasando pantallas las dificultades aumentan, bien sea porque se reduce el tiempo para llevarlas a cabo o porque el número de adversarios a eliminar es mayor. Cada vez que supera una pantalla se avanza más en el objetivo final del juego. Un ejemplo de este tipo de videojuegos es *Dyna Blaster* que consiste en llegar a salvar a una princesa (las mujeres parecen estar condenadas a este papel secundario y pasivo) que ha sido raptada y encerrada en un castillo.

También están los juegos de laberinto en los que el núcleo fundamental del desarrollo gira alrededor de un laberinto, cuya principal característica suele ser su considerable extensión. La pantalla, normalmente, es sólo una ventana que permite observar una fracción de dicho laberinto. En esta categoría podemos señalar el juego *Wolfenstein-3D*, precursor de Doom.

Los juegos de **deporte** simulan situaciones de distintos deportes. Integra todos los videojuegos que tienen un contenido relacionado con las actividades deportivas, aunque los objetivos finales del juego o los formatos sean diferentes. Así, forman parte de este grupo los juegos que consisten en simular directamente y sin más la práctica de deportes sobre la pantalla (jugar al fútbol, esquiar, etc.), definir y ensayar tácticas y estrategias en simulaciones de deportes de competición (crear y modificar equipos, establecer campeonatos según los recursos de los equipos, etc.) o simuladores de manejo de aparatos que, en este caso, se referirían a máquinas de competición deportiva (por ejemplo, motos).

Desde el Pong, uno de los primeros videojuegos que simulaba una partida de tenis, en la que una pelota se movía de un lado a otro de la pantalla y mediante cursores se simulaban raquetas que golpeaban la pelota, hasta los videojuegos actuales en los que se visualizan los jugadores/as desde diferentes perspectivas y se da un alto grado de interactividad, hay una gran diferencia. Pero todos tienen la misma finalidad: representar un espacio deportivo en el que se practica una competición. Se podría afirmar que existe un juego para cada uno de los deportes, y cada vez se parecen más a la realidad, como *PC-Fútbol*.

Los **juegos de acción** son todos aquellos en los que el jugador/a indica al personaje que protagoniza la acción lo que debe hacer para llegar a un objetivo concreto, que se le va indicando a lo largo de toda la aventura. La característica común de este tipo de juegos estaría en la elaboración y sofisticación de las historias, argumentos y escenarios, independientemente de la variedad temática. En todos los tipos de este grupo es común que los jugadores vayan avanzando en dichos argumentos, en algunos casos pudiendo adoptar y definir personajes o representando los movimientos y decisiones de los personajes protagonistas que aparecen en las pantallas del juego. Las historias o situaciones, que normalmente requieren un alto y largo nivel de implicación de los jugadores/as, se desarrollan en escenarios progresivos en los que los personajes protagonistas tienen personalidades definidas, recursos de actuación variados, y se van enfrentando a retos (pueden ser combates o luchas, pero el objetivo del juego no es el combate en sí mismo) que a medida que consiguen superar les van acercando más a la conclusión del juego.

Dentro de estos juegos de acción están los denominados "*juegos de rol*" donde un grupo de personas jugadoras tiene que interactuar dentro del juego. Estos juegos establecen un conjunto de reglas que básicamente definen las razas posibles, las profesiones permitidas y los atributos máximos y mínimos de cada personaje. Cada jugador/a asume o representa un papel, de tal forma que ha de sentirse identifica-

do con dicho rol. Estos juegos están destinados a permitir a los participantes el análisis de los tipos de relaciones personales dadas en una situación concreta. Suponen gran cantidad de información, pues el personaje o rol que asume la persona videojugadora tiene que tener en cuenta muchos elementos y posibilidades que se le ofrecen a lo largo del juego.

Los **simuladores y constructores** son videojuegos en donde el jugador/a se sumerge en un mundo virtual que simula aspectos reales de la vida. Se pueden clasificar estos videojuegos en "simuladores instrumentales" y "constructores". Los simuladores instrumentales invitan al jugador/a, individualmente o en competición con otro/a, a conducir un vehículo a través de una carretera llena de obstáculos, que tiene que superar para llegar a la meta en el menor tiempo posible; a conducir motos, naves espaciales, barcos, etc. Fueron los primeros juegos de este tipo que se comercializaron. Tienen su origen en los simuladores de vuelo empleados en el entrenamiento de pilotos aéreos. Se restringen a la simulación de tecnologías militares o elitistas (aviones, automóviles deportivos, etc.) Este tipo de juegos permite al usuario/a asumir el mando de situaciones o tecnologías específicas. Un juego típico de esta clase es *GPRIX* en donde, tras elegir el tipo de moto y el circuito, compites sólo o contra un adversario. No obstante, este tipo de simulación instrumental tiene como fin, o bien hacer deporte o bien combatir, por lo que hemos situado los videojuegos cuya simulación es instrumental en los juegos deportivos o en los de combate.

Los constructores proponen experimentar el proceso de planificación y construcción de ámbitos espaciales y temporales, como puede ser el desarrollo de una ciudad, una empresa o toda una civilización. Tienen una sutil, pero sustancial diferencia respecto a los simuladores instrumentales. En este caso, el jugador/a debe asumir un papel concreto, determinado por el tipo de videojuego y comportarse con arreglo a sus conocimientos. Este tipo de videojuegos requiere del jugador/a un elevado componente de planificación y anticipación de sus acciones, lo que unido a un ritmo de juego relajado hace que el tiempo de reacción sea una variable que interviene de modo marginal en el desarrollo del juego y en periodos de tiempo claramente definidos.

Una característica propia de este tipo de videojuegos es el desarrollo de cada partida según diferentes condiciones iniciales, ante las que se puede ensayar una serie de tácticas que permitan dar con la forma más adecuada de solución. En muchas ocasiones, estos juegos generan condiciones al azar, de modo que los jugadores/as puedan enfrentarse constantemente a situaciones nuevas. Un ejemplo clásico es *Sim City*.

Los **juegos de estrategia** son los que suponen un proceso de coordinación de acciones simultáneas o sucesivas, de tal forma que todas ellas nos permiten alcanzar de una forma efectiva la finalidad perseguida. El usuario/a adopta una identidad específica (un protagonista usualmente de ficción) y sólo conoce el objetivo final del juego. La acción se desarrolla mediante la utilización de una serie de formas

verbales (órdenes) que el programa reconoce y la posesión de objetos que aparecen en los diferentes escenarios y que serán imprescindibles en momentos posteriores del juego. El jugador/a debe diseñar una estrategia o línea de actuación que irá manteniendo o variando a lo largo del juego en función de los resultados que vaya obteniendo. Pueden facilitar el desarrollo del razonamiento hipotético, de la lógica en la toma de decisiones. Dada la complejidad de la estructura de este tipo de videojuegos, así como su larga duración, cada sesión puede archivarse para continuar en la próxima sesión a partir del punto donde se había llegado en la anterior.

En los juegos de estrategia, la toma de decisiones en la planificación de las actuaciones va reconvirtiendo los escenarios y las posibilidades del propio juego. Muchos de estos videojuegos son sagas de historias que se continúan en productos posteriores, y por su alto nivel de complejidad y elaboración en muchos casos, requieren de "pistas" que es frecuente poder encontrar en revistas o foros especializados y que, normalmente se intercambian con otros jugadores/as.

Este grupo de juegos comparte algunas características de los simuladores, teniendo un ritmo similar al de la simulación, pero con una duración global notablemente mayor. La contrapartida es que una vez que uno de estos juegos se ha finalizado difícilmente se vuelve a jugar. Un ejemplo de este tipo de videojuegos es el clásico *Indiana Jones* y sus diferentes modalidades.

Los **juegos de combate** son todos aquellos que sitúan la acción en un campo de batalla, que puede ir desde el espacio reducido de una sala de combate al escenario de una guerra. La finalidad esencial del juego consiste en destruir al "enemigo". Dentro de ellos podemos diferenciar varios tipos. Los *juegos de "disparo" o shooters* en primera persona que consisten esencialmente, en apuntar y disparar a todo lo que se mueva, y que centra la visión del juego en la percepción "subjetiva" del que está apuntando y disparando, no viéndose más que el extremo del arma que dispara (por ejemplo, *Killzone*). Buena parte de los juegos de disparo o shooters también se podrían enmarcar en el tipo de juego "antiterrorista", pues la situación que plantean es bastante parecida (por ejemplo, *Counter Strike*) o en el tipo de guerra (por ejemplo, *Call of Duty*). Pero hemos querido diferenciarlos por la característica tan especial que asume el videojugador en el que ya no tiene que "identificarse" con el protagonista del juego, sino que él mismo es el protagonista del juego a través de la consola o el ordenador que se convierten en una extensión de sí mismo pues lo maneja como si fuera un rifle o un arma con el que va matando a los "oponentes". Los *juegos de "antiterrorismo"* en los que, sin situar la acción en una guerra declarada, se supone que hay que combatir a grupos terroristas que "amenazan la paz mundial" (aunque en algunos también se puede elegir el bando "terrorista"), por ejemplo, *Socom*. Los *juegos de guerra* propiamente dichos, en los que la acción se desarrolla en una de las cientos de guerras que han acontecido en la humanidad (Vietnam, Guerras Mundiales, etc.), o en una posible guerra futura, incluso galáctica (por ejemplo, *Homeworld*). Y, por último, los *juegos de lucha*

individual, en los que, en una especie de tatami o escenario de lucha, se produce un enfrentamiento cuerpo a cuerpo entre diferentes contendientes. Ejemplos de este tipo de juego serían *Mortal Kombat*, *Tekken*, etc. Así como los *juegos de lucha entre "mafias"* que se disputan el control de ciudades o la lucha por el tráfico de drogas o de cualquier otro sistema de conseguir dinero y poder de forma ilegal. El caso es representar la situación que sea en la que la finalidad fundamental sea combatir con otros seres humanos, tratando de eliminarlos y conseguir la victoria o el poder.

Los **juegos de mesa** están basados en los clásicos juegos de cartas, parchís, ajedrez, tres en raya, etc. Al igual que éstos, la persona videojugadora tiene que cumplir una serie de reglas específicas para cada uno de ellos. En la mayoría, el jugador/a puede jugar contra otro adversario o contra la propia máquina. Pueden facilitar la organización del espacio (tres en raya), la decisión estratégica (ajedrez, parchís), etc.

Estos videojuegos utilizan la tecnología informática para sustituir el material del juego (tablero, fichas, dados) y eventualmente al adversario. Un ejemplo es el *Monopoly*.

Los videojuegos más utilizados

Hemos querido analizar los videojuegos más atractivos a los/as niños/as, adolescentes y jóvenes. El problema es que el mercado de los videojuegos está cambiando continuamente. Se producen nuevos videojuegos, se actualizan versiones de videojuegos ya existentes, etc. Por eso es difícil señalar cuáles son los videojuegos que tienen más éxito en el mercado. Es necesario tener en cuenta la fecha en que se hace la investigación para contextualizar dichas preferencias.

Nos hemos inclinado por aquellos videojuegos que, a pesar de estos cambios constantes, tienen una cierta permanencia en el mercado o son actualizados en nuevas versiones, pero siguen siendo el mismo juego en su estructura básica.

Para establecer los videojuegos más demandados, comprados y utilizados, hemos manejado diversas fuentes de información:

- Listas de éxitos de revistas sobre videojuegos: en concreto se han consultado las revistas *Micromanía*, *Computer Hoy Juegos*, *Hobby Consolas*, *Screenfun*, *Game Live PC*. Por ejemplo, la revista *Micromanía* en su número 100, correspondiente a agosto del 2003, establece los mejores videojuegos elegidos por el equipo de la revista, aquellos juegos que se han convertido en clásicos y punto de referencia para valorar el resto y la selección que hacen las personas lectoras sobre los mejores juegos de todos los tiempos.
- Encuestas en espacios que venden o alquilan estos videojuegos: se ha consultado en grandes superficies, tiendas de videojuegos, bibliotecas públicas que prestan videojuegos y videoclubs.
- Los videojuegos más vendidos en España y en algunos países del extranjero, donde más comercio de este tipo de videojuegos hay actualmente. Se han recopilado los éxitos de ventas en Japón, en Estados Unidos y Gran Bretaña para todo tipo de consolas en general del 1 al 15 de julio de 2003, así como en España en este mismo período. Además, se han clasificado también los videojuegos más vendidos en España en función del tipo de consola utilizada. Se han tenido en cuenta todas las ventas producidas en establecimientos de informática, juegos, hipermercados, grandes almacenes e internet. Los datos son elaborados por GFK para ADESE (Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento).
- Páginas webs dedicadas a videojuegos: www.ociojoven.com en la cual sobre 11.462 votos se han destacado 10 videojuegos como "los mejores de la historia"; en la web www.meristation.com hay varios top 10, según el tipo de videojuegos y las plataformas en las que se juegan; <http://www.ciao.es/>

- Cuestionarios pasados a niños/as, adolescentes y jóvenes. Una de las preguntas específicas del cuestionario pasado ha sido "¿cuál es tu videojuego preferido?". Como resultado se establecieron los 20 videojuegos más elegidos.
- Informes de investigaciones anteriores: De las investigaciones previas, la más destacada en su momento fue la de Provenzo (1991) realizada en Norteamérica. Este autor señaló los juegos mejor valorados en esa época por los usuarios (Provenzo, 1991, 40). Pero hemos utilizado datos de investigaciones actuales como la de IDSA (2003) que nos indica que los más vendidos en el 2002 han sido *The Sims*, *Gran Theft Auto: Vice City*, *Gran Theft Auto 3* y *Warcraft III*.

Una vez analizados estos datos y contrastada la información de los diversos medios, hemos establecido el siguiente "ranking" (ciertamente provisional y sujeto a los continuos cambios que se producen en este sector) que creemos que muestra los 20 videojuegos más estables en las diferentes listas.

Videojuego	Breve descripción	Imagen
	<p>Juego de simulación consistente en asumir la función de diseñar los personajes, instalarlos en una casa y actuar para que los Sims representen su propia vida dentro de una sociedad de consumo del mundo desarrollado.</p>	
	<p>Simulador de fútbol en el que la/el jugador/a elige un equipo (selección nacional o club) y tiene que tratar de llevarlo a la victoria en varias competiciones de copa o ligueras.</p>	
	<p>Simulador de iniciación en el mundo criminal en Vice City. Nos propone encarnar a un maleante de poca monta que, para sobrevivir, cumple encargos de la mafia y la policía corrupta. Extorsionar o asesinar son algunas de las acciones para sobrevivir. Todas las misiones exigen robar un coche y viajar de un lugar a otro, visitando a la gente para recibir encargos o quitarles de en medio.</p>	



Juego de estrategia al más puro estilo del espionaje. El protagonista es Solid Snake. Antiguo agente de las fuerzas especiales de élite "Foxhound" antes de retirarse, es llamado a lo largo de las diversas entregas de este videojuego para diversas misiones que tienen que ver con una tecnología de alto secreto denominada "Metal Gear" en manos de "terroristas".




Simulador deportivo. El objetivo es jugar al fútbol (hacer regates, disparos, pases y centros), asunto central de este videojuego. Entrenar a los miembros del equipo en distintas tácticas y estilos de juegos que los lleven a la victoria.




Juego de terror. Tres años después de la muerte de su esposa, James Sunderland recibe una carta de ella en la que le dice que le espera en su "lugar especial" de la ciudad de Silent Hill. La protagonista es una mujer en un ambiente claustrofóbico. Tanto los sonidos como las imágenes tratan de contribuir a crear una atmósfera de presión y miedo en torno al drama que vive la protagonista.




Final Fantasy es una saga. Comienza cuando la Tierra se esta muriendo y la gente espera el cumplimiento de una profecía: cuatro guerreros, cada uno con un "orb", llegaran para renovar el mundo. El juego empieza con pruebas standard: rescatar a la princesa, despertar al Rey dormido, detener a la bruja ciega, etc. Toda una epopeya que se ha extendido a numerosas versiones.

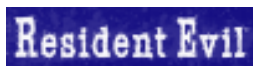




Juego basado en la trilogía de Tolkien, completamente integrado en la trama de las dos primeras películas, haciendo inserciones en la acción a partir de escenas del metraje original.



Juego de lucha denominado "Mortal Kombat", milenaria competición donde participan los luchadores "más fuertes" del mundo. Dividido en una lucha de "buenos" contra "malos", cada cual utilizará sus artes para eliminar a sus contrarios y proclamarse campeón.



La ciudad de Raccoon tiene miedo, la gente no se atreve a salir a las calles por la noche. "Criaturas devoradoras de hombres" atacan a los ciudadanos en actos de extrema violencia. Ante esta situación las autoridades reclaman la puesta en marcha del equipo S.T.A.R.S.



Sam Fisher es el protagonista de Splinter Cell, un hombre que tiene que ejecutar una serie de misiones mezcla de espionaje (infiltración) y eliminación de supuestos enemigos. Más que trama, este videojuego se basa en objetivos que hay que cumplir, para pasar a la siguiente misión.



Lara Croft es una de las leyendas de la historia del videojuego. Es "la saqueadora de tumbas más sexy" al decir de los publicistas. La acción del videojuego consiste en trepar, saltar y luchar en medio de ruinas mayas o tumbas reales en busca de reliquias ancestrales, al estilo de Indiana Jones.





El protagonista es Dante, un medio humano con sangre de demonio en las venas. Cuando los demonios comienzan nuevamente su invasión, su tarea es luchar contra esta amenaza.



Juego basado en la película Matrix. La realidad no es como todos piensan. Las máquinas han creado un mundo virtual falso para controlar a los seres humanos... ¡y así poder cultivarlos! Los protagonistas son Niobe (la capitana de una nave de la flota rebelde) y Ghost (un "filosófico" asesino).



Sora, Riku y Kairi viven en la isla Destiny. Un día, su mundo es separado, y de la oscuridad vienen las formas que buscan la destrucción, y llevándose a Riku y Kairi. Sora consigue una extraña espada con forma de llave. En otro lugar del universo, el rey se ha perdido, dejando al mago de la corte, Donald y al caballero real, Goofy con la responsabilidad de encontrar al soberano. Su única respuesta es buscar a aquel que tiene la espada llave...



Videjuego en torno al deporte de competición en motos cargado de detalles en los circuitos, pilotos y motos. Ofrece diversos modos de juego: jugar una temporada del mundial, modo multijugador, minijuegos...



Continuación de Tekken 3. 20 años después de que Heihachi arrojara el cuerpo de Kazuya a un volcán, se entera de que sigue vivo. La Corporación G recuperó los restos de Kazuya y utilizó su tecnología en biogenética para devolverle la vida. Heihachi decide convocar el *The King of Iron Tournament 4* para atraer a Kazuya, y ahí empieza la acción...





Charlie Jolson, el jefe de una banda criminal, secuestra al hijo de Mark, un ladrón de bancos. Éste entrará de nuevo en el mundo del hampa para liberar a su hijo de las garras del hombre más temido entre los criminales.



Juego de conducción. En el modo Gran Turismo, hay que sacarse los primeros carnets en la escuela de conducción, comprarse el primer coche e irle incorporando los primeros accesorios que hay en el taller, para incrementar su potencia después de competir en algunas carreras.



Adaptación de la segunda película de Harry Potter. En esta ocasión Harry se ve obligado a investigar el pasado de Hogwarts, la escuela donde esta aprendiendo magia, para resolver el misterio de porqué habitantes de la casa están muriendo a un ritmo lento pero continuo. El juego esta destinado al público infantil.



Objetivos de la investigación

Seguidamente describimos los objetivos que vertebran esta investigación.

1. Analizar los estereotipos de género que aparecen en los videojuegos más utilizados:
 - a. En la presentación de las imágenes de hombres y mujeres (imagen física, vestuario, etc.).
 - b. En los roles desempeñados por hombres y mujeres.
 - c. En el modelo de hombre y de mujer que aparece en los videojuegos.
 - d. En las relaciones entre personajes (entre hombres, entre mujeres, entre hombres y mujeres).
 - e. En las acciones que desempeñan los personajes.
 - f. En la comparación entre los comportamientos de hombres y mujeres en las acciones.
 - g. En el entorno en el que desarrolla el videojuego.
2. Analizar los comportamientos de los chicos y chicas adolescentes en el uso de los videojuegos en diferentes contextos (casas particulares, salas de videojuegos, etc.)
3. Conocer si los chicos y chicas jóvenes se identifican con los modelos que presentan los protagonistas de los videojuegos y los valores que promueven.
4. Analizar la publicidad que rodea a estos tipos de videojuegos, investigando el tipo de valores de género que promueven.
5. Promover en los usuarios y usuarias, y responsables educativos el conocimiento de estos productos.
6. Contribuir a la concienciación social respecto a los valores –concretamente de tratamiento de género- a que contribuye este tipo de juegos.

7. Ofrecer alternativas mediante la identificación de videojuegos que ofrezcan oportunidades didácticas, desarrollo de valores y reconocimiento de género desde el respeto y la tolerancia.

Además de estos objetivos generales y, a la vez fundamentales, que han orientado toda la investigación, hemos diseñado objetivos más secundarios, pero que eran complementarios y apoyaban el análisis de los primeros como por ejemplo:

Identificar los hábitos de uso de los videojuegos en los niños, niñas y personas jóvenes.

Estudiar las preferencias de los chicos y chicas con respecto al uso de videojuegos.

Conocer el control que tienen las personas adultas sobre la utilización de estos videojuegos por parte de los chicos y chicas.

Identificar las relaciones que se establecen entre el uso de los videojuegos y el rendimiento académico.

Conocer la visión que tienen las personas jóvenes sobre los valores que transmiten los videojuegos.

Técnicas metodológicas

Hasta ahora la mayoría de las investigaciones se han limitado a aplicar cuestionarios para conocer las opiniones de los usuarios/as de videojuegos o a analizar las carátulas de las cajas en las que se venden estos juegos (Provenzo, 1991; Estalló, 1995; Urbina Ramírez y otros, 2002, etc.), aunque alguna más reciente empiezan a adentrarse en profundidad en la propia visión de las personas adolescentes y jóvenes y, en cierta medida, en el análisis de los propios videojuegos (FAD, 2002).

Nosotros y nosotras hemos querido ir más allá, siguiendo esta línea de investigación abierta por la FAD (2002). Por una parte hemos querido analizar no sólo el envoltorio externo de los videojuegos, sino los contenidos de los propios videojuegos, la dinámica de los mismos, su desarrollo, las posibilidades que ofrecen, etc. Por eso hemos tenido que dedicar muchas horas a aprender a jugar con videojuegos. Pero sobre todo a jugar con ellos, pues avanzar en la progresión de un videojuego no lleva simplemente horas, lleva días, semanas y, a veces, meses. Especialmente los juegos de rol o los de estrategia, donde la evolución del juego es muy diferente a lo largo del mismo, no sólo por la propia historia que se desarrolla, sino también por los diferentes caminos que puedes emprender en función de las decisiones que tome el propio jugador o jugadora. Hemos tenido que aprender a jugar en diferentes máquinas, para poder experimentar sus múltiples posibilidades en diferentes plataformas (PS1, PS2, PC, Xbox, etc.)

Por otra parte, hemos querido conocer cómo reaccionan los propios chicos y chicas ante ellos. Hemos entrado en casas, en escuelas, en cibercentros, en tiendas de alquiler y de compra de videojuegos, en internet para observar a niños, niñas y personas adultas jugando y hablando sobre ellos. Hemos escuchado sus conversaciones, nos hemos reunido con ellos/as y debatido sobre su experiencia directa con los videojuegos. Hemos entrevistado a comerciales de estos productos para conocer su punto de vista y su forma de ver el fenómeno de los videojuegos. Hemos analizado las revistas de videojuegos que las personas adolescentes consumen. Hemos participado en partidas multijugador/a y hemos estado presentes en campeonatos de juegos en red, analizando tanto las reacciones de los y las participantes, como el contexto en el que se producían. Esto ha supuesto también la posibilidad de investigar la propia reacción de los y las adolescentes y jóvenes ante la presencia de personas adultas en un espacio dominado habitualmente por las personas jóvenes.

En este sentido hemos tratado de conjugar estas dos visiones sobre el objeto de estudio en esta investigación: nuestro análisis como investigadoras y la percepción que tienen las personas jóvenes como usuarias de los videojuegos.

El estudio, por tanto, desde su arranque obligó a una compleja estructura de fases de análisis progresivas. Para ello se han utilizado instrumentos de investigación de corte esencialmente cualitativo, pero también hemos utilizado los cuestionarios, más de corte cuantitativo. Consideramos que la triangulación de ambas metodologías nos podía ayudar a contrastar las diferentes informaciones obtenidas, enriqueciendo y complementado el análisis.

Las características técnicas de las diferentes fases son las que se detallan a continuación, de acuerdo a los instrumentos aplicados:

1. **Análisis bibliográfico de fuentes documentales:** análisis y revisión de marcos teóricos, investigaciones previas disponibles, etc. No se ofrece de forma separada, sino que se ha integrado todo el material bibliográfico encontrado a lo largo de la investigación en los distintos apartados de las conclusiones de la misma. Todas las fuentes documentales consultadas se han referenciado en el apartado correspondiente de "bibliografía".
2. **Cuestionarios:** Realización de un cuestionario y aplicación a adolescentes y jóvenes de todo el territorio español. Diseñado inicialmente para niñas y niños a partir de los 12 años, fue posteriormente adaptado a menores de 12 años. La finalidad era llevar a cabo una exploración inicial que nos permitiera acercarnos al fenómeno de los videojuegos, conocer quién los usaba con más frecuencia, dónde y cuándo los usaba, cómo los conseguían, cuáles eran los videojuegos más utilizados..., pero, sobre todo, cuál era la percepción subjetiva que tienen las personas videojugadoras sobre los mismos.

Descripción de la población encuestada

El universo de análisis ha sido la población de menores y adolescentes españoles, de edades comprendidas entre 6 y 24 años, dado que la media de edad de quienes utilizan videojuegos se ha ido prolongando progresivamente y nos encontramos que, cada vez con mayor frecuencia, hay personas adultas que también hacen uso de ellos.

Una de las primeras investigaciones sobre quiénes utilizaban los videojuegos fue llevada a cabo en Norteamérica en 1989 por Provenzo (1991). Provenzo situó la edad media de las personas usuarias mayoritarias de videojuegos entre los 8 y los 15 años de edad. "A finales de 1992 un 90% de sujetos reconocía haber jugado alguna vez, con la salvedad que en este caso se incluyeron también las respuestas de individuos cuya edad comprendía un rango de 12 a 35 años" (Estalló, 1995, 45).

No obstante, con datos más actuales, Gros y su equipo (1998, 35), consideran que "la realidad parece estar cambiando bastante; por un lado, la edad de inicio de los

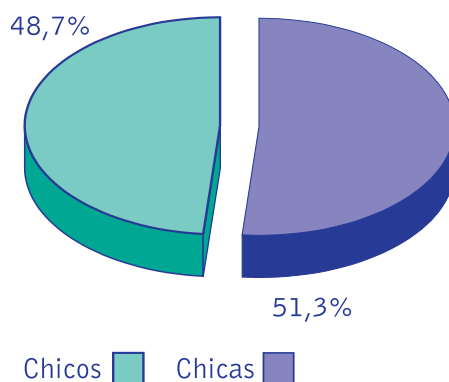
jugadores es cada vez más temprana; los ordenadores domésticos y sobre todo, las consolas tipo Game Boy han contribuido mucho a acercar los juegos a niños y niñas a partir de los 5 y 6 años. Por otro lado, los juegos de aventuras y simulación han incorporado a un sector de la población adulta". Otros autores como Rabasco (1997) afirman que la edad media del consumidor de videojuegos se ha ampliado a 28 años, debido a que cada vez hay más videojuegos con mayores niveles de complejidad.

Sanz, Maeso y Borreguero (2004, 5) afirman que la edad de las personas que usan videojuegos se ha ampliado de 25 a 35 años, siendo 13 la edad en la que se empieza a jugar.

Por lo tanto, podemos concluir que el perfil de edad de la persona videojugadora hoy día se desvía de la media, tanto hacia arriba como hacia abajo. Actualmente podemos considerar que el universo de población que usa los videojuegos va desde los 6/10 años hasta los 24/30 años.

A tenor de estos datos, hemos diseñado una muestra no estratificada de 5.000 personas encuestadas de edad entre 6 y 24 años, lo que supone un margen de error total para el conjunto de la muestra, y en el supuesto de $p=q$ (para las estimaciones más desfavorables), en un nivel de confianza del 99,7%, de $\pm 2,37\%$.

% por sexo de la muestra participante



Descripción del cuestionario utilizado

Partimos del cuestionario sobre uso y actitudes ante los videojuegos diseñado por Alfageme y Sánchez (2003) y lo modificamos para ajustarlo a los objetivos que nos habíamos marcado en esta investigación.

Diseñamos dos modelos: uno, más completo y elaborado, pero más complicado, que se aplicaría a partir de los 12 años en adelante. Y otra versión más sencilla y con un lenguaje más simple para que se pudiera aplicar a niños y niñas con menos de 12 años.

El que denominamos “de secundaria”, puesto que se iba a aplicar a chicos y chicas mayores de 12 años, es el siguiente:

Cuestionario sobre videojuegos

Este cuestionario tiene por objeto conocer tu valoración sobre los videojuegos.

No hay respuestas CORRECTAS o INCORRECTAS, sino la expresión de tus opiniones.

Todos los datos recogidos en este cuestionario son de carácter anónimo y serán tratados de forma rigurosamente confidencial.

GRACIAS POR TU VALIOSA AYUDA Y POR EL TIEMPO DEDICADO

Sexo: Mujer Hombre Edad: Curso que estudias: _____

Centro en el que estudias: _____ provincia: _____

El centro es: Público Privado Concertado Zona: Rural Urbana

Notas medias que sueles tener:

Sobresaliente Notable Aprobado Suspenso

Nivel adquisitivo familiar: Bajo Medio-bajo Medio-alto Alto

¿Usas ordenador regularmente?: Sí No

¿Dónde?: Escuela Casa Cibercafé Otros _____

¿Cuántas horas a la semana?:

De 1-5 h. Entre 6-10 h. Entre 11-20 Entre 20-30 h. Más de 30 h.

¿Qué conocimientos informáticos tienes?: Nulos Básicos Avanzados

¿Qué tipos de programas usas?:

Procesadores de texto Dibujo Hojas de cálculo Internet

Otros (especificar) _____

¿Utilizas videojuegos? Sí No

¿Con qué frecuencia? Poca Bastante Muy a menudo Constantemente

¿Dónde los usas?

Casa propia Casa amigos/as Cibercafé Escuela Otros (especificar)

¿Cuándo los usas? Días de clase Fines de semana Todos los días

¿Cómo los sueles conseguir?

Comprados Prestados Pirateados De Internet Otros _____

¿Qué tipos de videojuegos usas más habitualmente? (elige sólo una opción):

- Juegos Arcades (plataformas, laberintos, deportivos y dispara y olvida) Tetris, Super Pang, Crash Bandicot, etc.
- Juegos de Simulación (instrumentales, situacionales y deportivos) FIFA 2002, Gran Turismo III, etc.
- Juegos de Estrategia (aventuras gráficas, juegos de rol y juegos de guerra) Tomb Raider, Age of Empires, etc.
- Juegos de Mesa (cartas, culturales, etc.)

¿Cuántas horas juegas a la semana?:

De 1-5 Entre 6-10 Entre 11-20 Entre 20-30 Más de 30

¿Alguna persona adulta te controla las horas que juegas?

No Sí (Padre Madre Familiar Profesor/a

¿Alguna persona adulta controla el contenido de los juegos?

No Sí (Padre Madre Familiar Profesor/a

¿Cómo sueles jugar?

Con tus amigos Con tus amigas Con ambos Depende del videojuego

Modo de jugar habitual: Individualmente En red A través de internet

¿Para qué juegas? Para divertirme simplemente Para mejorar mi aprendizaje

Para pasar el tiempo Para superarme Para relacionarme con otros aficionados/as Para ...(especificar) _____

¿Quién crees que juega más a los videojuegos? Chicos Chicas

¿Quién crees que es mejor jugando a los videojuegos? Chicos Chicas

¿Piensas que existen videojuegos para chicas y otros para chicos? Sí No

Si has dicho que sí, ¿en qué crees que se diferencian? _____

Qué temática de videojuegos prefieres: De violencia De estrategia Deportivos

De simulación Educativos Temas generales Otros temas (especificar) _____

Lo más atractivo de los videojuegos es: Alcanzar las metas Vivir aventuras
 Superar mi propio record Superar el record de mis amigos/as Iniciarme en la informática Otros motivos (especificar) _____

Elige qué aspecto crees que potencian los videojuegos entre los pares de conceptos propuestos:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Los videojuegos son violentos | Los videojuegos no son violentos <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Potencian la agresividad | Reducen la agresividad <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Potencian la competición | Fomentan la colaboración <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Crean adicción | No crean adicción <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Son sexistas | No son sexistas <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Tienen contenidos racistas | No tienen contenidos racistas <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Reducen la creatividad | Aumentan la creatividad <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Provocan trastornos personales | Ayudan a mejorar la personalidad <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Potencian la sociabilidad | Reducen la sociabilidad <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Desarrollan la inteligencia | No desarrollan la inteligencia <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Producen aislamiento | Potencian las relaciones <input type="checkbox"/> |

¿Cuál es tu videojuego preferido? _____

Ordena las siguientes tareas según les dediques menos horas (1) a más horas (6)
 Realizar tareas escolares Jugar videojuegos Lectura Ver la TV Salir con amigos/as Juegos al aire libre

¿A qué años comenzaste a jugar con los videojuegos? _____

¿Qué tipo de habilidades crees que mejoran los videojuegos? (señala las 3 más importantes en tu opinión):

Desarrollo de reflejos Capacidad de atención Habilidades búsqueda de información Habilidades organizativas Agilidad mental Desarrollar imaginación Desarrollo de la capacidad de análisis Habilidades para la toma de decisiones Habilidades para la resolución de problemas Otras (especificar) _____

¿Cuáles son las metas a lograr en los videojuegos?

Alcanzar poder Alcanzar dinero y fama Conquistar tierras Derrotar enemigos y rivales Otras (especificar) _____

Elige qué aspecto crees que tienen habitualmente los protagonistas de los videojuegos entre los pares propuestos:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Persona con juventud | Persona de edad avanzada <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Hombre | Mujer <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Blanco/a | No blanco/a <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Fuerte físicamente | Débil físicamente <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Cuerpo esbelto | Cuerpo deforme <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Guapo/a | Feo/a <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> Agresivo/a | Pacífico <input type="checkbox"/> |

¿Quién prefieres que sea el o la protagonista en un videojuego?

Un hombre Una mujer ¿Por qué? _____

Las relaciones que se dan entre los hombres y las mujeres que aparecen en los videojuegos son: De amistad De dominio De compañerismo De apoyo Amorosas Sexuales Otras _____

¿Las misiones que tienen que realizar o los papeles que desempeñan las mujeres y los hombres en los videojuegos son las mismas? Sí No En caso de que sean diferentes, ¿en qué crees que se diferencian? _____

¿Justificas la utilización de la violencia en el videojuego? Sí No ¿Por qué? _____

Puedes añadir a continuación cualquier idea o propuesta que consideres oportuna sobre los videojuegos: _____

El segundo modelo de cuestionario diseñado, y que denominamos "de primaria", puesto que trataba de estar más adaptado a niños y niñas menores de 12 años, es el siguiente:

Cuestionario sobre videojuegos

Nos gustaría saber tu opinión sobre los videojuegos.

GRACIAS POR TU VALIOSA AYUDA Y POR EL TIEMPO DEDICADO

Marca una x en el cuadradito que coincida con tu opinión

Eres: Chico Chica

Tienes:

Menos de 7 años 7 o 8 años 9 o 10 años 11 o 12 años Más de 12 años

Curso que estudias: _____ Tu colé está en: Un pueblo Una ciudad

El nombre de tu cole es: _____ Tu cole está en la provincia de: _____

¿Juegas con videojuegos? Sí No

Los utilizas: Poco Bastante Muy a menudo Constantemente

¿Qué tipos de videojuegos usas más habitualmente? (elige sólo una opción):

- Juegos Arcades (plataformas, laberintos, deportivos y dispara y olvida) Tetris, Super Mario, Pokemon, etc.
- Juegos de Simulación (instrumentales, situacionales y deportivos) FIFA 2002, Gran Turismo III, Los Sims, etc.
- Juegos de Estrategia (aventuras gráficas, juegos de rol y juegos de guerra) Tomb Raider, Age of Empires, etc.
- Juegos de Mesa (cartas, culturales, etc.)

¿Cuántas horas juegas a la semana?:

De 1-5 Entre 6-10 Entre 11-20 Entre 20-30 Más de 30

¿Tus padres te ponen horario para jugar con los videojuegos? No Sí

¿Quién lo hace? Padre Madre

¿Tus padres controlan el contenido o de qué van los videojuegos? No Sí

¿Cómo sueles jugar? Sólo/a Con tus amigos Con tus amigas Con amigos y amigas Según qué juego

¿Quién crees que juega más a los videojuegos? Chicos Chicas

¿Quién crees que es mejor jugando a los videojuegos? Chicos Chicas

¿Piensas que existen videojuegos para chicas y otros para chicos? Sí No

Qué temática de videojuegos prefieres: De violencia De estrategia Deportivos De simulación Educativos Temas generales Otros temas (especificar) _____

Lo más atractivo de los videojuegos es: Alcanzar las metas Vivir aventuras
Superar mi propio record Superar el record de mis amigos/as Iniciarme en la
informática Otros motivos (especificar) _____

¿Crees que los videojuegos son violentos? Sí No

¿Crees que jugar con videojuegos te hace ser más agresivo? Sí No

¿Crees que los videojuegos están hechos más para chicos que para chicas? Sí
No

¿Cuál es tu videojuego preferido? _____

¿A qué años comenzaste a jugar con los videojuegos? _____

¿Quién prefieres que sea el o la protagonista en un videojuego? Un hombre Una
mujer ¿Por qué? _____

¿Crees que el objetivo o la misión del videojuego lo puede hacer lo mismo un
hombre que una mujer?: Sí No

Una vez definido el cuestionario, se realizó una prueba "piloto" de 50 encuestas
para validar las preguntas y ajustar algunos aspectos concretos.

El trabajo de campo se realizó entre los meses de mayo y noviembre de 2003.
Posteriormente los cuestionarios fueron depurados, tabulados y procesados me-
diante procedimiento estadístico a través del programa SPSS.

Una vez aplicados los cuestionarios y analizados en este programa informático de
estadística, recogimos los resultados obtenidos priorizando sus aspectos más rele-
vantes para el conjunto de la investigación en el apartado correspondiente ("apli-
cación de los cuestionarios").

3. Análisis videográfico: Análisis videográfico de los contenidos de distintos
videojuegos, representativos de los tipos más relevantes que se están vendiendo
actualmente en el mercado español y que tienen la máxima demanda por parte
del público. La finalidad era analizar los diferentes videojuegos de mayor utili-
zación entre los/las adolescentes a través de una plantilla de análisis que inclu-
yera todos los elementos de análisis descritos en el punto 1 de los objetivos.

El análisis videográfico de cada juego se ha llevado a cabo por un equipo for-
mado por dos personas del equipo de investigación y una persona videojugadora
o una persona experta en el juego objeto de análisis.

En todos estos videojuegos se ha procedido a un análisis de las diferentes categorías que podían ser indicadores de reproducción de estereotipos de género.

Exponemos aquí las categorías de análisis que hemos utilizado:

Proporción de personajes/ figuras masculinas y femeninas	Predominan los personajes/ figuras masculinos	Hay una proporción semejante	Predominan los personajes/ figuras femeninos	
Quiénes son los personajes principales del videojuego	Predominan los protagonistas masculinos	Hay una proporción semejante	Predominan las protagonistas femeninas	
Imagen de las mujeres				
Cuerpos exuberantes y sensuales	Cuerpos "normales"			
Caras "angélicas", con ojos grandes y gesto "añorado"	Caras habituales y con defectos (arrugas, granos, etc.)			
Vestuario insinuante y "sexy"	Vestuario corriente de diario			
Posturas eróticas	Sin posturas "insinuantes"			
Función que cumple el tipo de imagen de las mujeres	Erótica	Pasiva	Activa	Otra (especificar)
Rol que desempeñan las mujeres	Asertivo	Agresivo	Pasivo	Otra (especificar)
Acciones y comportamientos Matar, luchar, agredir Amar, cuidar, expresar sentimientos Competir Cooperar Otros (especificar)	Hombres	Mujeres	Ninguno	Ambos

Qué relaciones se dan	Entre hombres y mujeres	Entre hombres	Entre mujeres		
Amistad					
Sexuales					
De conquista					
De colaboración					
Qué tipo de lenguaje se utiliza preferentemente en el juego	El masculino	El femenino	Genérico		
Qué tipo de entorno propone el videojuego	Guerra y destrucción	Vida cotidiana	Ciencia Ficción	Tiempo histórico	Otro (especificar)
Qué tipo de valores se exaltan en el videojuego					
Competitividad			Cooperación		
Vale el que gana			No hay perdedores (todos/as ganan)		
Venganza por encima de justicia			Justicia como valor supremo		
Fuerza para conseguir objetivos			Solidaridad del grupo para avanzar		
Violencia como estrategia			Diálogo y reflexión como estrategia		
Estereotipo de los roles de la mujer			Igualdad de roles de hombre y mujer		
Dureza del hombre / belleza mujer			Ternura y cuidado como valor		
Ideológica y políticamente orientado			Crítico socialmente		
Los/as "otros/as" son mis enemigos			La diversidad es valorada y aceptada		
¿Se da una visión etnocéntrica?	Claramente	Implícitamente	En ningún momento		
¿Se tienen en cuenta los sentimientos de los otros, su dolor?	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede	
¿En el videojuego se manifiestan actitudes machistas?	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede	
¿Los personajes femeninos reflejan estereotipos machistas?	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede	

¿El videojuego está claramente dirigido a usuarios masculinos?	De forma clara	En parte	No	No procede
--	----------------	----------	----	------------

Una vez realizados los análisis videográficos, transcribimos aquellos que consideramos especialmente significativos en el apartado correspondiente de la investigación (“análisis videográfico”), y se llevó a cabo una síntesis de los resultados globales de todos los videojuegos analizados al finalizar dicho apartado.

4. **Estudios de caso:** Realización y análisis de estudios de caso en donde se pudiera contrastar, de una manera más cualitativa, las características diferenciales del comportamiento y reacciones de los chicos frente a las chicas a la hora de jugar con videojuegos. Para ello se llevaron a cabo análisis comparativos de diferentes casos entre dos jóvenes (chico y chica) sobre el uso de determinados videojuegos y las diferentes actitudes que manifiestan ante los mismos.

Cada estudio de caso ha supuesto someter a un “experimento controlado” por el investigador/a o el equipo de investigación a una pareja de ambos sexos. Durante un tiempo determinado se observaba el comportamiento, la interacción y los diálogos entre ambos en torno a un determinado videojuego.

El procedimiento que se ha seguido para cada estudio de caso ha comprendido los siguientes pasos:

- 1º Presentación del investigador/a al sujeto/a y de las finalidades que se pretenden con el estudio de caso, así como petición de permiso expreso para reproducir la sesión que se llevará a cabo. Confirmando por otra parte, la confidencialidad de los datos personales o de cualquier aspecto que el interesado/a manifieste expresamente.
- 2º Entrevista breve y recogida de información por el investigador/a en torno a características psico-sociales del sujeto/a de investigación siguiendo un modelo previamente acordado para todos los casos.
- 3º Se procede a instalar los videojuegos elegidos y se le pide a los sujetos que empiecen a jugar verbalizando al tiempo lo que hacen, sienten, piensan y que describan, en la medida de lo posible, lo que va ocurriendo en el desarrollo del videojuego, así como su valoración sobre el mismo.
- 4º Si el autoinforme (es decir, la verbalización que hacen) es impreciso, se complementa con una serie de preguntas por parte del investigador/a que permiten matizar la información.
- 5º Una vez concluida la sesión de juego, se les pide que hagan una valoración final del mismo y se les agradece su participación.

Esta situación “experimental” a la que se ha sometido a cada pareja ha pretendido analizar cómo reaccionaban ambos jugadores/as, de manera independiente y aislada en torno al mismo videojuego, elegido por el investigador o investigadora, o bien consensuado por ambos, con independencia de que fuera el juego preferido o más utilizado por cada uno de ellos. A continuación se trataba de comprobar cómo reaccionaban ambos jugando de forma conjunta y cooperativa ante el mismo videojuego, bien jugando simultáneamente si el videojuego lo permitía o consecutivamente alternando el juego entre ambos.

Los estudios de caso se han realizado, tanto en el contexto natural de los sujetos/as (habitaciones propias de sus casas) como en situaciones de laboratorio (salas de informática de la Universidad, despachos profesionales, colegios, etc.).

El análisis de casos se ha llevado a cabo entre los meses septiembre y noviembre de 2003, momento en que el tratamiento de cuestionarios y el análisis videográfico se encuentra lo suficientemente avanzado como para inducir el esclarecimiento descriptivo de datos. Los juegos objeto de observación se enclavan dentro de los subgrupos: simuladores, de aventura y estrategia, deportivos y genéricos (que integran dos o más subgrupos).

Una vez realizados los estudios de caso, se transcribieron y analizaron, componiéndose los informes que figuran en el apartado correspondiente (“estudios de caso”) y, según los temas, en distintos apartados de las conclusiones de la investigación. Cada informe de caso ha sido sometido a análisis discusivo por el equipo investigador.

5. Entrevistas: Análisis de entrevistas a informantes clave desde las distintas perspectivas del mundo de los videojuegos:

- por una parte los usuarios/as directos de los videojuegos, tanto habituales como esporádicos, es decir, los videojugadores/as;
- por otra parte los responsables de la comercialización, difusión y distribución de videojuegos, es decir, los responsables de ventas o de tiendas de distribución de estos videojuegos;
- pero también, padres y madres que, desde su perspectiva, conocen y valoran los videojuegos y su mundo.

Se intentaba recabar información, sobre las diversas posiciones que configuran el mundo de los videojuegos, a partir del relato de personas significativas, por su experiencia personal, por su trayectoria vital o por su ubicación profesional.

Las entrevistas fueron semiestructuradas, lo que significa que se siguió un guión con aspectos comunes para todos los entrevistados y entrevistadas. No obstante,

el guión permitía la apertura de temas por parte de los entrevistados/as, que aportaron información sobre otros temas que no estaban previstos a priori.

Una vez realizadas las entrevistas, se transcribieron y analizaron, componiéndose los informes correspondientes cuyo extracto global figura en el apartado correspondiente ("entrevistas") y, según los temas, en distintos apartados de las conclusiones de la investigación...

6. **Grupos de discusión:** Realización y análisis de grupos de discusión, formados por personas jóvenes de ambos sexos. Se realizaron trece grupos de discusión, tanto con personas usuarias habituales como con personas no usuarias de videojuegos, para valorar los elementos significantes del uso de videojuegos desde ambas perspectivas.

Su composición se estableció a partir de distintas variables:

- Personas usuarias y no usuarias habituales.
- Sexo (grupos mixtos, grupos de chicos y grupos de chicas).
- Edad (desde 7 años hasta 42 años, agrupados siempre en edades correlativas o cercanas, aunque en uno de los grupos de discusión se juntó deliberadamente a un grupo de personas adolescentes de entre 14 y 17 años, con un grupo de padres y madres, con la intención de contrastar los diferentes puntos de vista).

La composición final de cada uno de los grupos se detalla en el apartado correspondiente a los resultados de los grupos de discusión.

Una vez realizados los grupos, las conversaciones se transcribieron y analizaron, componiéndose los informes correspondientes y figuran, según los temas, en distintos apartados de las conclusiones de la investigación.

7. **Observación:** Análisis de los comportamientos de chicos y chicas en el uso de los videojuegos en diferentes contextos (casas particulares, salas de videojuegos, etc.). Se trataba de contrastar las conductas, la comunicación (tanto verbal como no verbal) y la interacción que las personas objeto de observación tenían a la hora de jugar con los videojuegos que utilizaban habitualmente.

Se diseñó una escala de observación que servía como pauta guiada para realizar dichas observaciones de una forma más sistemática. Aunque no siempre se aplicaba en toda su extensión, o se modificaba en determinadas ocasiones, en función de la situación concreta de la observación, ha sido la estructura fundamental a la que nos hemos adaptado todas y todos los investigadores.

La reproducimos a continuación.

Toma de decisiones:

- a. Quién selecciona el juego
- b. Cómo se inicia el juego
- c. Situaciones-problema que se dan
- d. Decisiones de riesgo/cálculo

Reacciones emocionales ante contenidos específicos:

- a. Manifestación de emociones
- b. Expresiones verbales
- c. Reacciones conductuales

Cooperación/competición

- a. Alta/baja interacción
- b. Comunicación / incomunicación
- c. Facilitación u obstrucción de logros a otros/as
- d. Pensamiento divergente o no
- e. Alta / baja confianza
- f. Menor / mayor miedo al fracaso

Comunicación

- a. Congruencia / incongruencia entre gesto y contenido
- b. Manipulación afectiva
- c. Conductas asertivas

Variables cognitivas

- a. Atención
- b. Precisión perceptiva
- c. Capacidad de análisis
- d. Planificación
- e. Procesamiento de información

Variables de personalidad

- a. Extra / introversión
- b. Reflexividad / Impulsividad
- c. Dependencia / independencia
- d. Alta / baja integración

Motivación

- a. Pertenencia a un grupo
- b. Dominio
- c. Ensayo de conductas

Análisis diferencial por sexos

- a. Interacción con personas del sexo contrario
- b. Conductas que promueve
- c. Expresiones y lenguaje que utiliza
- d. Creencias que manifiesta
- e. Reacciones ante los valores que presenta el videojuego
- f. Atribuciones en función del sexo

8. **Análisis documental:** Análisis tanto de las revistas de publicidad propias de videojuegos, como de los anuncios que se hacen de los mismos (en Internet, y en otros tipos de medios).

Se ha hecho un seguimiento de las principales revistas especializadas en videojuegos a lo largo de los últimos diez años, consultando con hemerotecas especializadas en videojuegos, así como las colecciones particulares de algunas personas aficionadas a los videojuegos que nos ofrecieron el acceso a estas revistas de forma gratuita. No obstante nos centramos en los últimos tres años, sobre todo para analizar la información que actualmente se está dando y la publicidad que se está utilizando.

Proceso de investigación

La investigación comenzó en febrero de 2003 a partir de una demanda del CIDE (Centro de Investigación y Documentación Educativa del Ministerio de Educación y Ciencia) y del Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales), dado que previamente, habíamos realizado una investigación sobre los valores de los videojuegos publicada en diversos medios (Díez, Terrón y Rojo, 2001).

A partir de este contacto inicial, se diseña el proceso de investigación, cuyos pasos iniciales comenzaron en el mes de marzo de 2003.

Durante los meses de abril y mayo se llevó a cabo la revisión bibliográfica de todas las investigaciones y publicaciones realizadas sobre el tema. Igualmente, se procedió a la construcción de los instrumentos de investigación (diseño de los cuestionarios y de la plantilla de análisis de los videojuegos) y el primer contacto con las personas participantes en la investigación (entrevistas) y la petición de permiso en los locales recreativos en los que se iba a realizar la observación participante.

A lo largo de los meses de junio se validaron los cuestionarios mediante una prueba piloto realizada en diferentes regiones de España, así como mediante la técnica Delphi de validación de expertos/as. Se reelaboraron los cuestionarios corrigiendo los defectos encontrados, modificando aquellos aspectos no suficientemente claros o ambiguos.

En julio y agosto, en función de la bibliografía consultada y de los datos iniciales de la validación del cuestionario, se estableció el marco teórico de referencia y se elaboraron las categorías de análisis que se iban a aplicar al resto de los instrumentos de investigación. En función de ellas, se diseñó una plantilla de análisis videográfico que sirvió como referencia, junto con el esquema de los cuestionarios, para el resto de los instrumentos (observación, entrevistas, grupos de discusión y estudios de caso).

A lo largo del mes de agosto se iniciaron los primeros análisis videográficos que han continuado durante los años 2003 y 2004.

En septiembre, una vez que los chicos y chicas habían vuelto de vacaciones, comenzamos a realizar entrevistas y grupos de discusión, así como la aplicación sistemática de los cuestionarios.

Desde el mes de octubre hasta el mes de diciembre de 2003 se llevaron a cabo entrevistas, observaciones participantes en salas recreativas, análisis documental

de revistas y de publicidad. Se empezaron a introducir los datos obtenidos, a través de los cuestionarios, en el programa estadístico (SPSS) y se continuó haciendo análisis videográficos y estudios de caso.

A partir del mes de noviembre se comenzaron a triangular los datos obtenidos a través de los diferentes instrumentos de investigación y a elaborar las primeras conclusiones provisionales sobre el tema.

Elaboramos un informe provisional entre enero y marzo de 2004 que se envió para su validación a expertos/as de diferentes organismos públicos e instituciones de investigación, con el fin de contrastar los resultados obtenidos, debatiéndose sus propuestas.

Por último, se reelaboró el informe definitivo a lo largo de los meses de abril a julio con las aportaciones recibidas y las correcciones finales, dando forma definitiva al presente documento en agosto y septiembre de 2004.



Capítulo I

Análisis del trabajo de campo

Capítulo I: Análisis del trabajo de campo

En este primer capítulo vamos a describir cuantitativa y cualitativamente los resultados del análisis de todo el trabajo de campo que se ha llevado a cabo a lo largo de la investigación.

Empezaremos con el análisis de los resultados de los cuestionarios aplicados, puesto que ello nos permitirá conocer la propia visión de las personas adolescentes y jóvenes sobre los videojuegos que ellos y ellas usan en mayor o menor medida, así como una primera aproximación al fenómeno.

Como elemento diferencial de la investigación nos detendremos a continuación en el análisis exhaustivo de los videojuegos como objeto de estudio. Hemos querido analizarlos en profundidad, pues son sus contenidos, la forma en que se presentan y la interacción entre estas dos variables, lo que pretendemos someter a una valoración crítica desde un punto de vista de género. Realizaremos un análisis videográfico de los videojuegos más vendidos y demandados.

En tercer lugar abordaremos el análisis de los videojuegos desde una perspectiva relacional (en la interacción videojugador/a y videojuego) a partir de los resultados de los análisis de casos, de las entrevistas y de las observaciones de campo. Por último, finalizaremos este capítulo con el análisis de las propias revistas especializadas en videojuegos.

Hemos querido triangular los instrumentos de investigación utilizados, puesto que intentamos percibir los diferentes ángulos de análisis, las distintas ópticas y enfoques en el tratamiento de este fenómeno que progresivamente se está convirtiendo en una alternativa de ocio cada vez más frecuente.

Aplicación de los cuestionarios

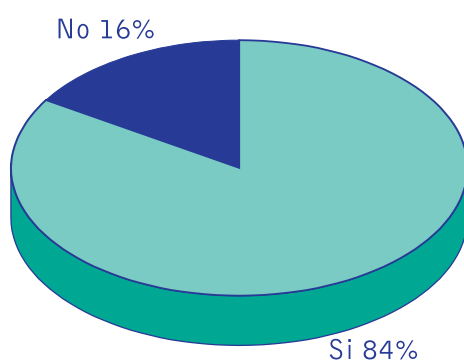
En este apartado desarrollamos los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos de los cuestionarios tratados con el programa estadístico SPSS.

Debemos puntualizar que en aquellos aspectos que sean posibles se compararán nuestros resultados con los de otras investigaciones que se han realizado tanto en el ámbito español como en el extranjero, para constatar las coincidencias y/o discrepancias que se puedan producir.

Uso de los videojuegos

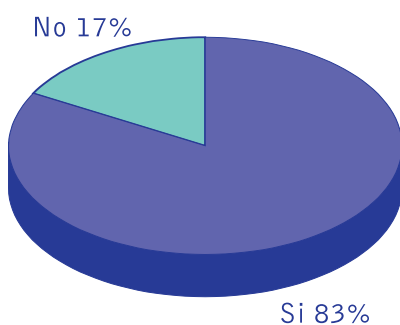
En la investigación que hemos realizado, como vemos en la tabla siguiente, el 84% de las personas que han contestado la encuesta utilizan los videojuegos, es decir, una inmensa mayoría de las personas jóvenes españolas tienen relación con los videojuegos.

Utilizas videojuegos

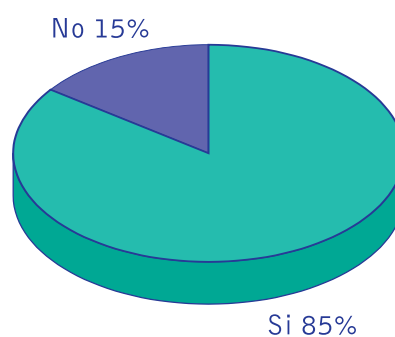


Las diferencias entre los estudiantes de primaria y los de secundaria son mínimas como vemos en las dos tablas siguientes. No obstante, destaca que los de primaria (con edades comprendidas entre 6 y 11 años) juegan un 2% más. Y esta tendencia se va acrecentando, especialmente con el uso de juegos a través de los teléfonos móviles. Hay que tener en cuenta que cuanto más jóvenes son los usuarios/as, más influenciables pues están en una etapa en la que se va formando su propia identidad de género y su escala de valores.

Secundaria: ¿Utilizas videojuegos?



Primaria: ¿Utilizas videojuegos?



Análisis comparativo entre primaria y secundaria

Si comparamos este dato con el que ofrecen De Miguel y De Miguel (2001) afirmando que el 45% de las personas utilizan videojuegos (el 33% de forma esporádica y el 12% con mayor asiduidad) observamos que el porcentaje que hemos obtenido es bastante más alto que el que facilita este estudio realizado en el año 2000. Podemos ver cómo estos porcentajes tienen un crecimiento exponencial en muy poco tiempo. Así en el estudio de la FAD (2002) se afirma que casi 6 de cada 10 adolescentes, es decir, el 58,5% de la juventud española son jugadores/as habituales de videojuegos. Vemos como esta tendencia se está acrecentando progresivamente, encontrando que en el 2003 este porcentaje llega al 84%.

Mientras que en nuestra investigación hemos hallado que sólo un 16% de las personas encuestadas no juegan a los videojuegos, en la investigación de la FAD, este porcentaje se situaba en un 41,5%, entre las personas que no juegan actualmente (un 36,7%) y las que no han jugado nunca (un 4,8%). Parece ser que ha habido una evolución significativa en este sentido y que cada vez es mayor la expansión vertiginosa de este fenómeno. Se está convirtiendo en una forma de ocio muy arraigada en una gran parte de la población.

Utilización de videojuegos según la edad

La edad de comienzo de utilización de los videojuegos se sitúa en torno a los 8 años para los chicos, aunque esta edad, es más tardía en el caso de las chicas, situándose en torno a los nueve años.

Edad de comienzo

Mujer	8,64
Hombre	7,7
Media	8,16

Parece que la edad de inicio de los videojuegos se está adelantando significativamente cada vez más. De hecho nos hemos encontrado en algunos casos niños y niñas utilizando la "game-boy" a los 5 y 6 años. Aunque estos, de momento, han sido casos excepcionales.

Un segundo resultado indicativo es que el uso de los videojuegos decrece a medida que avanza la edad. Los que más juegan son los chicos y chicas de 9 y 10 años (14,33%) y de 13 años (14,29%) como podemos ver en el gráfico siguiente, y a medida que aumenta la edad disminuye el número de los que juegan.

Esto parece ser una constante en la mayoría de las investigaciones que se han llevado a cabo en los últimos años.

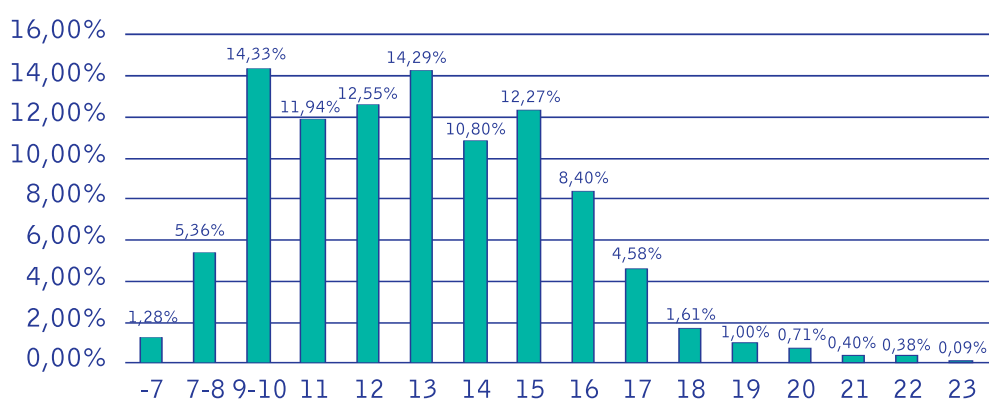
En 1995, Estalló decía que “la mayor concentración de jugadores habituales se dio en el grupo de adolescentes, al que le correspondió un 66% del total de jugadores habituales... El grupo de jóvenes presenta ya una importante disminución, y se registra un 30,2% de sujetos de esta edad entre los jugadores habituales, si bien entre el grupo de jóvenes esta categoría supuso únicamente el 10,9% de sujetos. En la edad adulta se mantiene, y aumenta, la misma tendencia, y se observa la existencia de tan sólo un 3,8% del total de jugadores habituales, lo que representa el 3,5% de su grupo de edad” (Estalló, 1995, 107).

La investigación más reciente de la FAD (2002) coincide en afirmar que la proporción de los usuarios/as actuales es muy superior entre los de 14-15 años (66,2%) y decrece según aumenta la edad (43,3% de los de 18 años); el 49% de los de mayor edad han probado pero no juegan en la actualidad y es muy superior la proporción de éstos (los de 18 años) que no han jugado nunca: 7,6% frente al 4% de los de los otros grupos de edad.

Si comparamos estos datos con el informe IDSA (2003), en Estados Unidos, podemos ver que en este país en el año 2002 el 37,9% de los videojugadores/as tenía menos de 18 años, el 39,5% estaba entre 18 y 36 años y el 22,7% tenía más de 36 años.

En nuestra investigación hemos encontrado que el tramo especialmente relevante en el uso de videojuegos va de los 9 a los 17 años de edad, pues es en estas edades donde más personas confiesan usar videojuegos.

Uso de videojuegos según la edad



Se ve claramente como la franja de edad de mayor uso de videojuegos se está dilatando progresivamente (84,58% entre 9 y 16 años). La temprana edad de inicio está afectando a la prolongación cada vez mayor del intervalo de edad en que se usan los videojuegos: se está distribuyendo, como consecuencia, el porcentaje de forma más equitativa entre las distintas edades.

Como concluyen en la investigación de la FAD, “el videojuego, que comenzó como un fenómeno casi exclusivamente infantil, ha ido acercándose a usuarios de mayor edad de forma progresiva, lo que tiende a matizar y difuminar las diferenciaciones. Actualmente, la mayoría tiende a situar el grueso de los usuarios de videojuegos en el amplio margen que va desde los 14 a los 30 años (aunque los datos disponibles corresponden a registros de ventas, algo que limita la posibilidad de extraer conclusiones al respecto).” (FAD, 2002, 50).

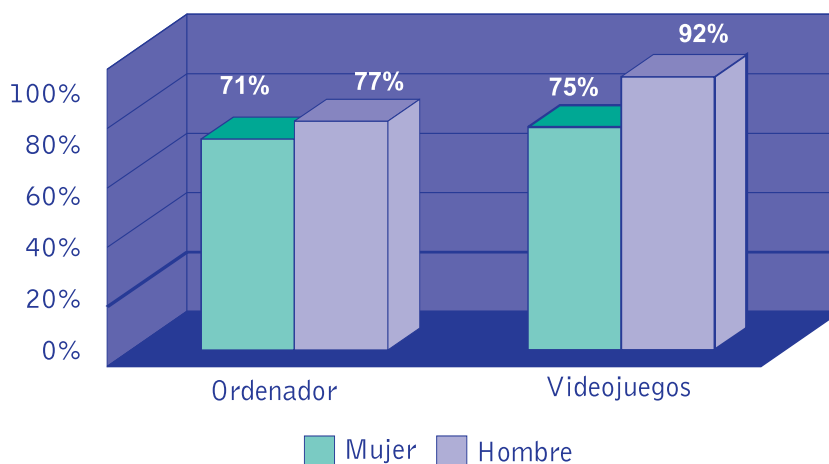
Utilización de videojuegos según el sexo

El porcentaje de chicos (76,64%) que usan ordenador es ligeramente mayor que el de chicas (71,26%). Con lo cual parece que no hay mucha diferencia en el uso del ordenador en función del sexo.

En cambio, sí se constata una diferencia relevante en el uso de videojuegos. Es mucho mayor el porcentaje de chicos (92,09%) que juegan, mientras que sólo el 74,66% de las chicas juegan a videojuegos. Este dato resulta especialmente significativo si se tiene en cuenta, como veremos a continuación, que la mayoría de chicas que juegan lo hacen con mucha menor frecuencia.

En estos resultados no hay diferencia entre las personas encuestadas que estudian en zonas rurales y los que lo hacen en zonas urbanas.

Uso de ordenador y videojuegos



En la investigación de De Miguel y De Miguel (2001) casi el doble de hombres que de mujeres conoce los videojuegos. Dado que la población encuestada en la investigación de estos autores abarca un abanico más amplio de edades en la época adulta, podemos concluir que a medida que aumenta la edad las mujeres tienen

menos interés por los videojuegos. Por eso, un dato significativo es que, dentro del sexo femenino, el grupo de edad con mayor conocimiento sobre videojuegos corresponde a las mujeres que trabajan en casa y no a las jóvenes de edades comprendidas entre los 16 y 18 años -como en el caso de los varones-. Parece que el conocimiento mayoritario de las mujeres sobre este fenómeno se debe al cuidado y atención sobre las actividades lúdicas de los hijos e hijas, más que a su práctica o uso. En cuanto a participación, destaca en la investigación de estos autores el hecho de que las mujeres rara vez encienden el ordenador o la consola para jugar, en cambio si hay alguien jugando, la mayoría de las veces no dudan en apuntarse.

Parece que esto es una realidad bastante común en todas partes, puesto que el informe IDSA (2003) refleja bastante coincidencia de estos resultados con la realidad de la sociedad norteamericana en la que el 71.5% de quienes usan videojuegos son hombres y el 28.5% son mujeres.

Algunos autores y autoras (Cassell y Jenkins, 1998; Children Now, 2003) consideran que la utilización de los videojuegos es una forma de acceso a la informática. Sin embargo, creemos que esta afirmación es muy discutible puesto que las destrezas y habilidades que implican el uso de los videojuegos (coordinación oculomanual, velocidad de reacción, etc.), no son condiciones necesarias para el uso de programas informáticos habituales.

De hecho, los propios encuestados/as cuando se les pregunta si los videojuegos les han servido para iniciarse en la informática, sólo un 4,8% de las mujeres y un 5% de los hombres consideran que les han ayudado para iniciarse en este campo. Hay que tener en cuenta, además, que buena parte de los videojuegos vienen en soportes que no tienen nada que ver con el mundo de la informática (videoconsolas, máquinas recreativas, game-boy, etc.)

Por eso cuestionamos que la incorporación tardía de las mujeres al mundo de los videojuegos se esté convirtiendo en un factor de discriminación y que sea otro elemento añadido a la denominada "brecha digital" (Beltrán Llera, 1999) entre las mujeres y los hombres en el acceso al mundo de la informática.

Frecuencia de uso de los videojuegos

En esta cuestión partíamos de la hipótesis formulada por Etxeberría (1999), según el cual los constantes sondeos que se realizan indican una tendencia creciente en el número de horas que se dedican a los videojuegos. De año en año, afirmaba este autor, el tiempo que los niños/as y adolescentes dedican a los videojuegos sigue en aumento.

Estalló (1995) agrupa a los jugadores y jugadoras en tres categorías⁴ (anecdóticos, regulares y habituales).

Categorías de videojugadores/as (Estalló, 1995)

	Anecdóticos 58%	Regulares 23%	Habituales 19%
Adolescentes	33	29	48
Personas jóvenes		20	23
Adultos/as	48	11	4

Dado que nuestra muestra la componen mayoritariamente personas adolescentes y jóvenes, y partíamos de la hipótesis de que la inmensa mayoría de ellas usaban videojuegos (como así ha sido), decidimos preguntarles de diversas formas por su frecuencia de uso.

Por una parte les pedimos que valoraran la frecuencia con la que jugaban a videojuegos dentro de una escala que iba de "poca frecuencia" a "constantemente", utilizando los diferenciales de bastante y muy a menudo como variables intermedias. Esta pregunta se formuló con el objetivo de ver la percepción que tenían los propios interesados/as en relación a la frecuencia de su uso. Dejando que ellos/as valoraran subjetivamente esas categorías.

Los resultados que obtuvimos son muy similares a los del trabajo de Estalló (1995). Muestran que más de la mitad de personas adolescentes y jóvenes juegan con poca frecuencia (52,38%), lo cual correspondería al 58% de los jugadores / as anecdóticos de su muestra. De igual forma, el 26,75% de los jugadores/as que consideraban que jugaban con "bastante" frecuencia, sería equiparable al 23% de los jugadores/as regulares de Estalló. Y, finalmente, el 20,87% de los que juegan "muy a menudo" y "constantemente" podrían equivaler al 19% de los habituales de esa investigación.

⁴ Jugadores/as anecdóticos: aquellos/as que reconocen jugar una vez al mes o menos. Jugadores/as regulares: aquellos/as que juegan entre tres veces por mes y una vez a la semana. Jugadores/as habituales: aquellos/as que juegan desde más de una vez a la semana a más de una vez al día

Frecuencia de uso de videojuegos

Poca	52,38%
Bastante	26,75%
Muy a menudo	14,31%
Constantemente	6,56%

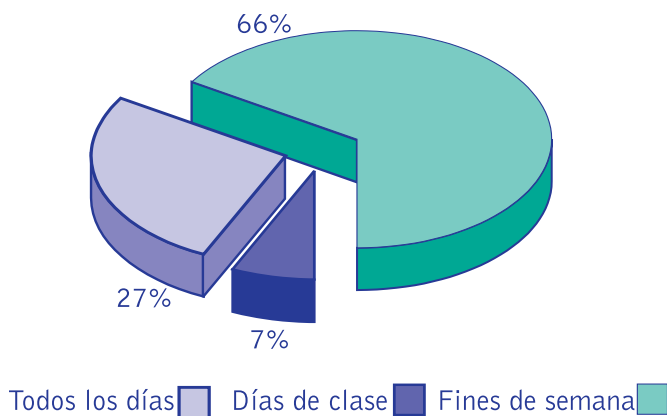
Una visión superficial de los datos que se ofrecen en los dos estudios podría llevarnos a una conclusión precipitada de que no ha habido variación en la frecuencia de uso de los videojuegos/as por parte de las personas jóvenes actualmente. Pero cuando traducimos esta percepción subjetiva de la frecuencia de uso a categorías objetivas expresadas en términos temporales (días, horas, etc.), el análisis cambia sustancialmente, como veremos a continuación.

Pues bien, en función de esa primera respuesta más de tipo subjetivo (su propia percepción de la frecuencia de uso), se les preguntaba qué días concretos de la semana los utilizaban. Se agrupó la respuesta en la siguiente escala: durante los días de clase, sólo los fines de semana o todos los días, independientemente de si eran días de diario o festivos. Esto nos permitió hacer una nueva agrupación, a partir de la que propuso Estalló (1995), que se podría denominar de la siguiente forma:

- "JUGADORES/AS DE FIN DE SEMANA": que juegan sólo los fines de semana o días de vacaciones
- "JUGADORES/AS DIARIOS": que juegan durante los días de clase
- "JUGADORES/AS HABITUALES": quienes juegan todos los días, tanto los festivos como los de diario

Comprobamos que la mayoría los usa los fines de semana (65,96%), frente a un 6,55% que los usa habitualmente los días de clase y un 27,49% que los usa todos los días. Esto nos permite ver que, comparativamente con los resultados de Estalló (1995), ha aumentado significativamente la frecuencia. Han desaparecido prácticamente los/as jugadores/as anecdóticos/as de los que hablaba Estalló y se ha incrementado sustancialmente la presencia de los/as jugadores/as de fin de semana (65,96%), y habituales 27,49%.

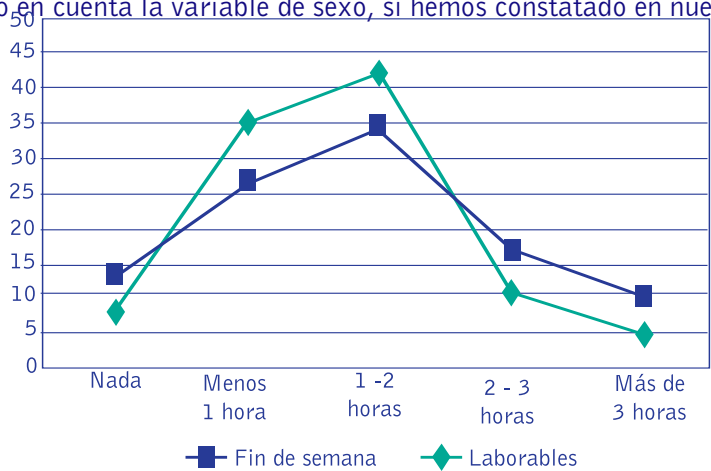
Cuándo usas videojuegos



Esto nos indica que actualmente no hay prácticamente jugadores/as que jueguen sólo una vez al mes o menos. Además, la mayor frecuencia se concentra en los jugadores/as de fin de semana. Pero viendo que el número de horas que juegan casi la mitad de los chicos (más de 6 horas a la semana el 46%), estos fines de semana parecen ser intensamente "cibernéticos"... para los chicos. Esto coincide con el estudio hecho por la FAD en el año 2002, según el cual, jugar a los videojuegos es algo que hacen el 95,2% de las personas jóvenes españolas entre los 14 y 18 años. Es más, casi el 60% lo hace en la actualidad de forma cotidiana. Hasta tal punto los videojuegos son una parte importante del ocio juvenil, que el 25% de las personas adolescentes españolas juegan casi todos los días de la semana y la mayoría de ellas lo hace una media de más de dos horas por sesión (el 19,6% de quienes juegan lo hacen a diario; el 22,8% juegan entre 3 y 6 días a la semana; un 34,7% uno o 2 días semanales y el 21,9% dicen jugar alguna vez al mes o rara vez). Por lo que tenemos que, del 58,5% de las personas jóvenes españolas de entre 14 y 18 años que juegan habitualmente a videojuegos, un 42,4% juega al menos 3 días a la semana, o incluso todos los días, y una de cada cuatro personas adolescentes afirman emplear en esa actividad más de dos horas diarias entre semana.

Tiempo dedicado a jugar (FAD, 2002)

Teniendo en cuenta la variable de sexo, sí hemos constatado en nuestra investiga-



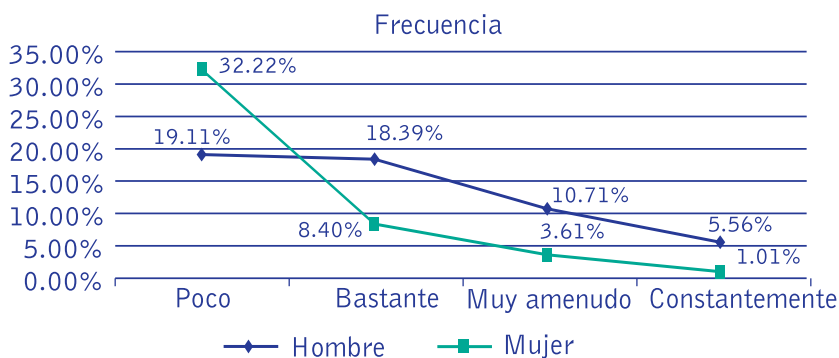
ción una diferencia sustancial. Las chicas de forma mayoritaria afirman jugar con poca frecuencia, y sólo un 1% de ellas ha elegido la categoría “constantemente”. Por el contrario, los chicos han contestado de forma más repartida, destacando que casi un 6% han escogido la categoría “constantemente”.

Frecuencia de uso de videojuegos según el sexo

Esto se puede ver gráficamente en la siguiente representación:

Frecuencia	Hombre	Mujer
Poco	19,11%	32,22%
Bastante	18,39%	8,40%
Muy a menudo	10,71%	3,61%
Constantemente	5,56%	1,01%

Frecuencia de uso de videojuegos según el sexo



También se observa esta misma tendencia en la utilización habitual de los videojuegos, ya que los chicos los usan mucho más todos los días. Las chicas los usan mayoritariamente sólo los fines de semana y menor tiempo en proporción a los chicos.

Distribución temporal del uso de videojuegos según el sexo

		Sexo	
		Mujer (%)	Hombre (%)
Cuándo los usas	Días de clases	3,26	3,30
	Fines de semana	34,87	31,10
	Todos los días	7,88	19,59

Por tanto, podemos decir que los chicos son jugadores de “fines de semana” y “habituales”, mientras que las chicas son más bien jugadoras esporádicas de “fines de semana”. No obstante, si sumamos los chicos que juegan todos los días con los que juegan durante los días de clase, tenemos que casi la mitad juega a lo largo de la semana de forma habitual.

Vemos también que el porcentaje de jugadores “diarios” es muy pequeño tanto en chicos como en chicas. Lo cual sorprende cuando se contrasta con el número de horas que afirman jugar cotidianamente, especialmente los chicos. Esto lo podemos ver analizando las horas que juegan a la semana.

Número de horas semanales que juegan en función del sexo

	Mujer	Hombre
1-5 hrs	38,07%	31,56%
6-10 hrs	5,42%	13,01%
11-20 hrs	1,18%	5,51%
20-30 hrs	0,66%	1,89%
más de 30 hrs	0,48%	2,23%

Los chicos son los que más horas juegan a la semana. Las chicas han elegido de forma mayoritaria la franja menor de tiempo (38,07%); mientras que, en el caso de los chicos, las respuestas se encuentran más repartidas en la escala. Vemos que el 13,01% son chicos que juegan más de seis horas a la semana. Pero aún se incrementan mucho más las diferencias, cuando analizamos el tramo de más de 30 horas (lo que supondría como mínimo una media de más de 4 horas diarias de juego): sólo hay un 0,48% de mujeres, mientras que el porcentaje de chicos alcanza el 2,23%.

Parece ser que el videojuego de media y alta frecuencia es una actividad casi exclusivamente masculina, y que resulta mínimo el número de jugadoras de alta o media frecuencia. Estos datos se confirman contrastándolos con los resultados de la mayoría de las investigaciones realizadas hasta el momento.

Ya hace más de una década, en un estudio realizado por Funk (1993), en la sociedad norteamericana, en el que se ofrece una clasificación de los usuarios/as en función del número de horas semanales y en razón del sexo del jugador, las diferencias eran significativas.

Horas/ semana	1 - 2 horas	3 - 6 horas	Más de 6 horas	Nada
Chicos	36%	29%	23%	12%
Chicas	42%	15%	6%	37%

Estalló también comparte este análisis: “el 63,6% de los varones son jugadores regulares o habituales, en tanto que esta cifra sólo alcanza el 22,1% de las mujeres” (Estalló, 1995, 106).

Más recientemente, en el estudio de la FAD (2002) se ha encontrado que la frecuencia semanal de juego es inferior entre las chicas que entre los chicos: mientras que casi la cuarta parte de ellos (24,6%) juega a diario, tan sólo hacen lo mismo el 10,9% de ellas. Entre las chicas es muy superior el porcentaje de las que juegan rara vez o en alguna ocasión de forma esporádica a lo largo de un mes: 39% frente al 13,7% de los chicos.

En la investigación realizada en Alemania por Fromme (2003) con mil ciento once niños y niñas de entre 7 y 14 años, el 55,7% de los chicos y el 29% de las chicas dijeron que jugaban regularmente. Cerca del 40% de los chicos y el 51% de las chicas dijeron que jugaban de vez en cuando y aproximadamente un 6% de los chicos y un 20% de las chicas dijeron que nunca jugaban. Afirman, por tanto, que los chicos juegan más a menudo y más regularmente que las chicas.

Un dato que nos ha parecido significativo reseñar es la diferencia que se produce entre el uso de videojuegos por parte de las personas jóvenes de zonas rurales en relación al uso que hacen de ellos las de zonas urbanas.

Hemos observado que las chicas de las zonas urbanas juegan más horas que las de zonas rurales y lo mismo ocurre con los chicos. Destacar que sólo el 0,66% de los chicos que residen en zonas rurales juegan más de 30 horas semanales, mientras que hay una mayor proporción de chicos de ciudad que juegan durante este tiempo (un 1,57%).

Número de horas semanales que juegan en función del sexo y hábitat

			Zona	
			Rural	Urbana
Mujer	Horas a la semana	1-5 hrs	12,54%	25,53%
		6-10 hrs	1,71%	3,71%
		11-20 hrs	0,32%	0,86%
		20-30 hrs	0,25%	0,41%
		más de 30 hrs	0,20%	0,27%
Hombre	Horas a la semana	1-5 hrs	10,88%	20,66%
		6-10 hrs	3,46%	9,56%
		11-20 hrs	1,75%	3,76%
		20-30 hrs	0,48%	1,41%
		más de 30 hrs	0,66%	1,57%

El diferente acceso a esta tecnología en el campo y en la ciudad, las distintas formas de ocio que aún perduran en estos dos ámbitos, y el coste económico de los videojuegos, pueden ser factores explicativos de esta diferencia.

Ocupación del tiempo libre

En este apartado analizamos cómo ocupan el tiempo libre las personas encuestadas, y el espacio de los videojuegos en ese marco global.

Ocupación del tiempo libre (donde 1 es menos y 6 más dedicación)

	1	2	3	4	5	6
Realizar tareas escolares	16,71%	13,23%	15,45%	15,63%	12,86%	26,12%
Jugar videojuegos	31,31%	18,05%	15,40%	13,10%	11,31%	10,83%
Lecturas	28,80%	23,89%	15,95%	11,10%	11,58%	8,68%
Ver la tv	8,04%	15,85%	19,00%	22,01%	21,38%	13,72%
Salir con amigos/as	7,28%	9,31%	12,36%	16,50%	22,09%	32,45%
Juegos al aire libre	18,33%	20,06%	19,48%	16,95%	15,04%	10,14%

Sin tener en cuenta la variable sexo, vemos que globalmente la tarea a la que dedican más tiempo las personas encuestadas es "salir con los amigos/as" (54,54% sumando las columnas 5 y 6), seguido de "realizar las tareas escolares" (38,98%). Por el contrario la tarea a la que indican dedicar menos horas es la "lectura" (52,69% sumando las columnas 1 y 2) seguido de "jugar a los videojuegos" (49,36%) y "juegos al aire libre" (38,39%).

Si sumamos los porcentajes del tiempo dedicado a los videojuegos y a ver la televisión encontramos que un 57,24% (sumando las columnas 5 y 6) eligen estas dos opciones como las de mayor dedicación, incluso mayor a la de salir con los amigos/as. Hay que tener en cuenta que hace unos años el juego al aire libre era más asequible y fácil para los chicos y chicas. Pero, actualmente, sobre todo en el entorno urbano, está surgiendo el "miedo a la calle", como expresaban algunos padres y madres en las entrevistas. Por lo que se ha perdido este lugar como espacio preferente de ocio, reclusándose en el núcleo familiar. En función de la seguridad sentida por las personas adultas, los niños y niñas ven constreñidas sus alternativas lúdicas, recurriendo a la televisión o a los videojuegos, aun a pesar de que aparecen como una opción de actividad de ocio a realizar sólo en cuarto lugar.

Cuando se incluye la variable sexo como variable diferencial vemos que sí que hay datos que muestran discrepancias importantes.

Ocupación del tiempo libre de las mujeres (donde 1 es menos y 6 más dedicación)

Mujeres	1	2	3	4	5	6
Realizar tareas escolares	13,58%	8,83%	14,37%	16,99%	15,65%	30,57%
Jugar videojuegos	42,81%	18,40%	14,13%	8,36%	7,31%	8,98%
Lecturas	19,28%	25,60%	19,46%	15,29%	13,63%	6,75%
Ver la tv	6,00%	16,05%	18,20%	22,86%	23,04%	13,85%
Salir con amigos/as	6,75%	8,41%	11,66%	15,72%	24,19%	33,27%
Juegos al aire libre	20,52%	22,99%	20,33%	17,12%	11,80%	7,23%

Ocupación del tiempo libre de los hombres (donde 1 es menos y 6 más dedicación)

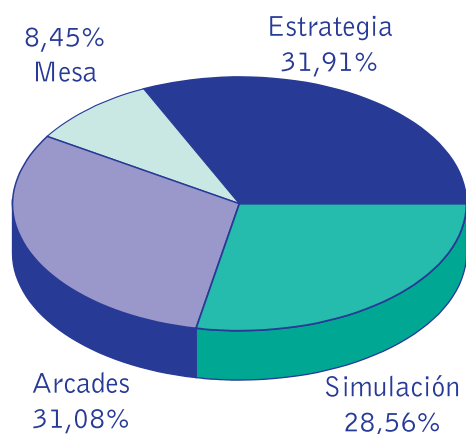
Hombres	1	2	3	4	5	6
Realizar tareas escolares	20,12%	18,01%	16,63%	14,20%	9,86%	21,17%
Jugar videojuegos	18,90%	17,71%	16,79%	18,18%	15,60%	12,82%
Lecturas	39,12%	22,09%	12,11%	6,59%	9,31%	10,78%
Ver la tv	10,11%	15,66%	19,89%	21,08%	19,63%	13,62%
Salir con amigos/as	7,86%	10,30%	13,08%	17,37%	19,88%	31,51%
Juegos al aire libre	16,00%	16,87%	18,59%	16,80%	18,53%	13,21%

Vemos que las chicas dedican más tiempo (46,22%) que los chicos (31,03%) a realizar tareas escolares (sumando las columnas 5 y 6). Que los chicos la tarea a la que menos horas dedican es a la "lectura" (61,21% sumando las columnas 1 y 2), no así las chicas (44,88%); y que el "jugar a los videojuegos" ya no se encuentra entre las tareas que menos horas dedican los chicos: pasa a ser la cuarta actividad la que dedican más tiempo.

Tipos de videojuegos más usados

Los tipos de videojuegos más usados por la muestra encuestada son los de estrategia, arcades y los que menos los juegos de mesa.

Tipo de videojuego más usado

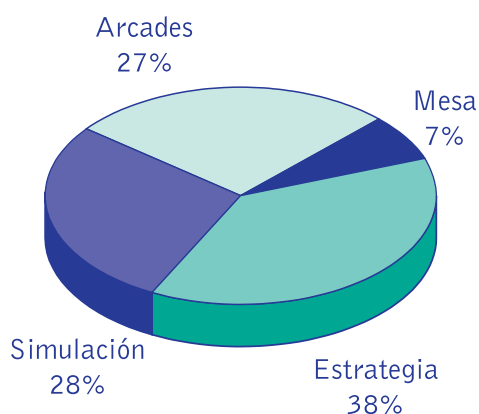


Sí hay una diferencia sustancial en cuanto a la preferencia del tipo de videojuegos en función de la edad. Es significativo que en secundaria los juegos "arcade" son elegidos en menor proporción que en el caso de primaria.

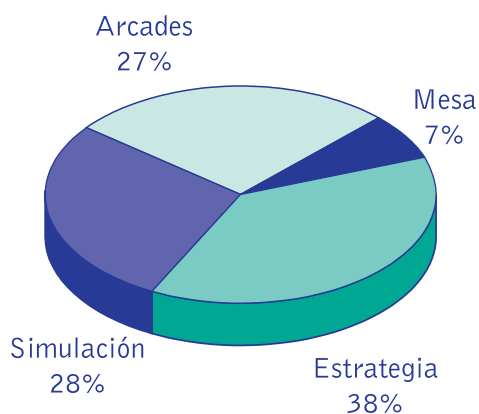
En edades más tempranas se juega mucho menos a "estrategia" y más a "arcade", tal como se puede comprobar en la comparación entre estos dos gráficos.

Análisis comparativo de los tipos de videojuegos más usados según edad

Videojuegos más usados (Secundaria)

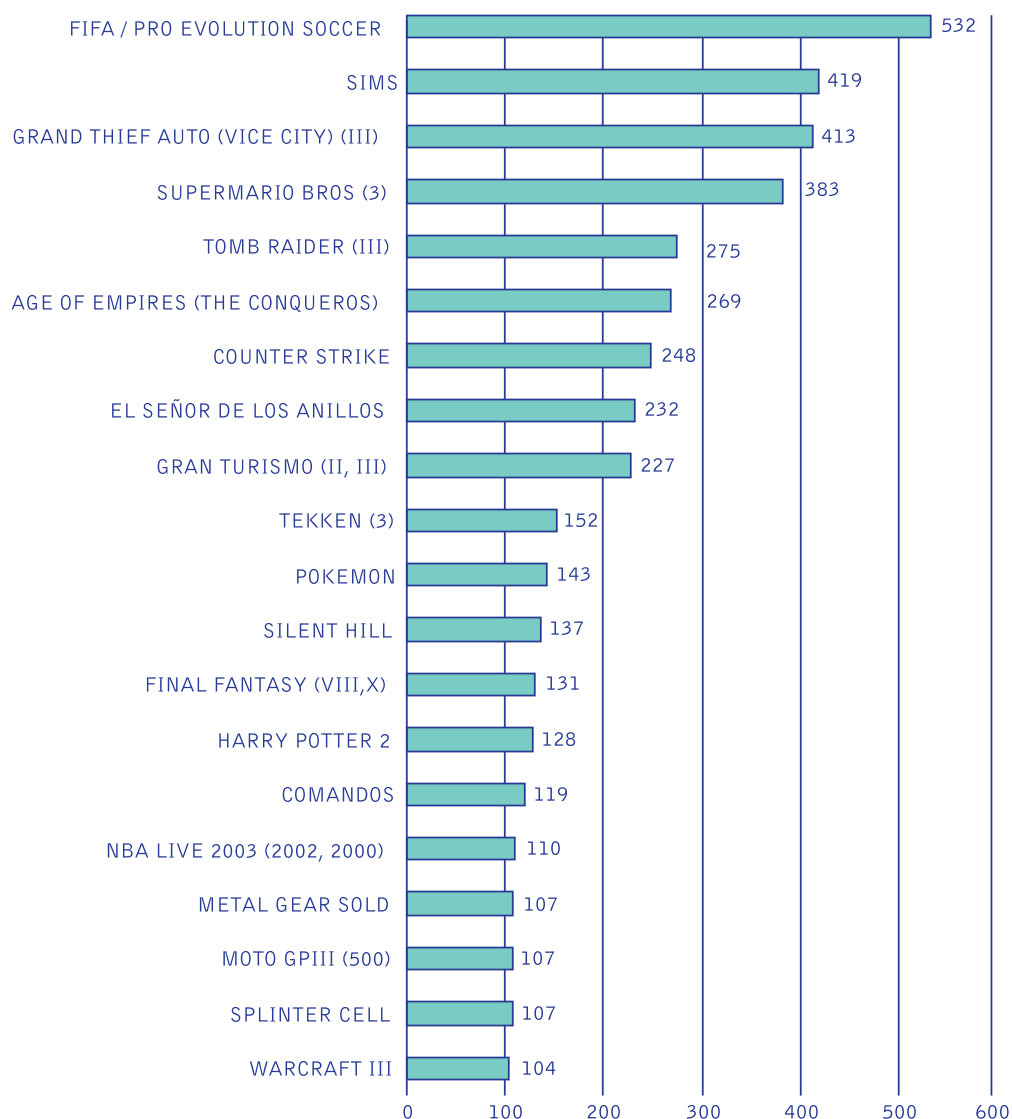


Videojuegos más usados (Primaria)



Para concretar aún más, podemos observar en la siguiente tabla los 20 videojuegos más jugados, según las personas encuestadas en nuestra investigación.

Videojuegos más elegidos



Destaca que los tres más elegidos son simuladores. Esta jerarquía de preferencias en los videojuegos coincide precisamente con las elecciones que habivIDEOJUEGOS M´ELEGIDOSTualmente hacen los chicos sobre los tipos de videojuegos que más les gustan, como se verá más adelante.

La elección puede tener un nivel de análisis más profundo en cuanto a contenidos de estos simuladores. Estos tres juegos están definidos, cada uno de ellos respectivamente, por un 'valor' esencial: competición, dinero y violencia. Esta "trinidad",

formalmente distinta, constituye en el fondo las tres herramientas básicas del mismo ejercicio del poder.

Se puede constatar que hay una coincidencia bastante apreciable con los resultados de la mayoría de las investigaciones que se han realizado actualmente en nuestro contexto.

Así, por ejemplo, Etxeberría (1999) aludiendo a la investigación llevada a cabo en la Universidad de Valencia, dirigida por la profesora P.M. Pérez Alonso-Geta en el año 1992, en que se analizaron 1.600 menores de toda España, con edades comprendidas entre 9 y 14 años, resalta que los juegos catalogados como "educativos" reciben una bajísima valoración por parte de los niños/as y adolescentes, mientras aquellos que tienen como tema la violencia ocupan una primera situación con cerca de un 50 % del mercado. Además de los juegos que más se vendían en el mercado, el 57 % de los 272 juegos examinados tenían un carácter violento, con luchas, peleas o guerras. El otro 43 % lo componían los juegos de carreras de coches y motos, el fútbol y basket y finalmente otro tipo de juegos de diversión neutra. Es de destacar también el escaso protagonismo que tenían los juegos de mesa (parchís, ajedrez, etc.) en la elección de las personas usuarias.

Igualmente, según el estudio de la FAD (2002) el tipo de juego más utilizado es el de "practicar algún deporte" (46,8% de jugadores lo usan con bastante o mucha frecuencia). Lo siguen el de "aventuras gráficas" (38.5%), el de "disparo" (35.7%) y el de "lucha" (35.5%). Los menos usados serían los de "plataforma" (27%) y "rol" (26.3%). En este mismo sentido, según el informe de julio de 2003 de ADESE los tipos de videojuegos más utilizados en España serían los siguientes: Plataforma (13,4%), Deportes (13,9%), Carreras (14,9%), Aventura (22,5%) y Acción (29,7%).

Tipos de videojuegos más usados según la edad

	>7	7-8	9-10	11	12-14	15-17	18-20	21-24
Arcades	62.71%	47.33%	37.68%	35.05%	25.59%	28.79%	27.16%	35.42%
Simulación	18.64%	19.34%	28.78%	34.31%	28.31%	28.17%	26.54%	33.33%
Estrategia	6.78%	18.11%	22.10%	22.20%	38.60%	37.11%	33.95%	20.83%
Mesa	11.86%	15.23%	11.45%	8.44%	7.50%	5.93%	12.35%	10.42%

Observamos que cuando las personas encuestadas son más jóvenes juegan de forma mayoritaria a juegos arcades y cuando ya tienen 11 años se equiparan los porcentajes de los que juegan a juegos de arcades y los que lo hacen a los de simulación.

Entre los 12 y 17 años el tipo de videojuego más utilizado es el de estrategia, mientras que a medida que avanza la edad cambia la tendencia prefiriéndose más los de simulación.

Como concluye la investigación de la FAD (2002), “lo que sí parece aceptado es que los usuarios de consolas tienen una edad media inferior a los usuarios de PC, algo que puede condicionar los géneros y contenidos de estos soportes (acción y plataforma los primeros, estrategia y rol los segundos, por ejemplo). Así, los elementos visuales, sonoros y de animación pueden contribuir a seducir a los usuarios más jóvenes, mientras componentes como el guión y los personajes se potenciarán a medida que aumenta la edad del jugador. Evidentemente, habrá algunos juegos dirigidos a un público infantil y otros de temática más adulta, pero entre tales límites existe todo un amplio abanico difícilmente clasificable”.

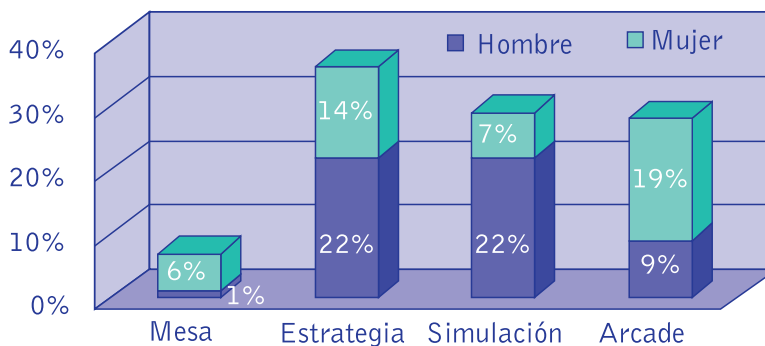
Estalló (1995, 46), al igual que la FAD, afirma que “los sujetos más jóvenes tienden a ser usuarios de videojuegos de consolas y decantan sus intereses hacia los juegos de tipo Arcade y aventuras conversacionales (estos últimos requieren una edad mínima de alrededor de 11-12 años). Los jugadores de más edad se inclinan por videojuegos basados en simulaciones, aventuras gráficas, juegos de rol, etc., y muestran un escaso y anecdótico interés por los de tipo Arcade”.

Tipos de videojuegos más usados según el sexo

Nos preguntábamos también si influye la variable sexo en el tipo de videojuegos más usados. Nos preguntábamos si, cómo afirma Estalló (1995, 63), haciendo alusión a “la mayor parte de investigaciones”, se puede afirmar que “existen patrones de juego diferenciales entre hombres y mujeres”. Y si estos ‘patrones’ confirman que “el juego femenino tiene unas características eminentemente sociales y el masculino se inclina más hacia el logro personal y la superación”.

Lo primero que constatamos en la investigación es que sí hay diferencias respecto al sexo en cuanto al tipo de videojuegos que más suelen utilizar las personas encuestadas.

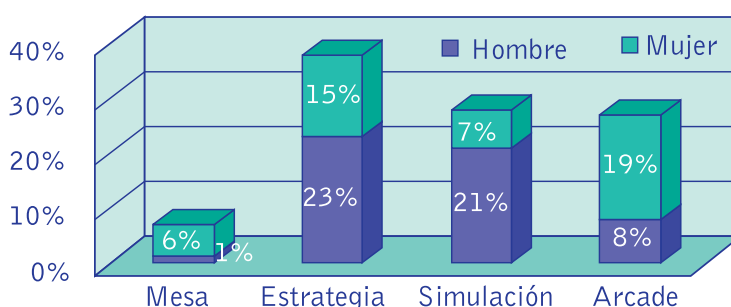
Videojuegos más usados según el sexo



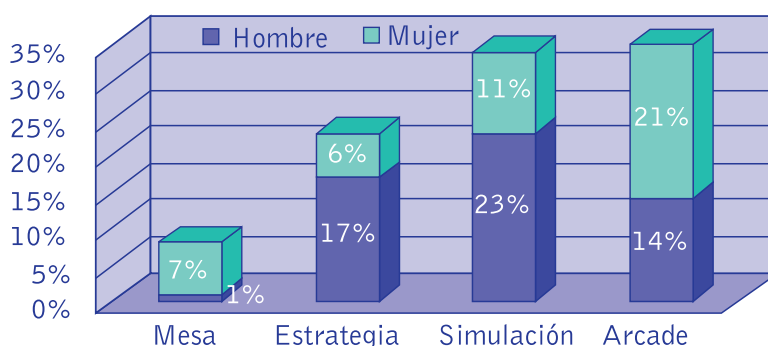
Inicialmente podemos constatar que, de todas las personas encuestadas, las chicas juegan más a videojuegos de mesa (6,14% del total de la población) y tipo Arcade (18,99%) mientras que los juegos de simulación y de estrategia son mayoritariamente elegidos por chicos (21,80% y 21,51%, respectivamente).

Pero hay diferencia entre los chicos y chicas de secundaria respecto a los más jóvenes de primaria. Como podemos observar en los siguientes gráficos, las chicas mayores tienden a jugar a juegos de tipo Arcade menos agresivos.

Videjuegos más usados según el sexo (Secundaria)



Videjuegos más usados según el sexo (Primaria)



Estos datos corresponden a la elección de las personas encuestadas sobre el tipo de juegos más usados habitualmente en función de la clasificación 'técnica' que se presentaba en el cuestionario y que respondía a una síntesis de las catalogaciones que habitualmente se hacen en este campo entre los expertos/as e investigadores/as del tema.

Un análisis más detallado, matizando el tipo de temática a la que aludían las personas encuestadas al elegir el tipo de videojuegos, revela que la clasificación

técnica utilizada tradicionalmente para agrupar los videojuegos no nos da información suficiente sobre el tipo de contenidos reales de los mismos. A modo de ejemplo, en la tipología clásica se incluye en la denominación de “arcades” tanto juegos como *SuperMario* o *Pokemon*, de contenido más lineal, junto a juegos de contenido más complejo y elaborado, como *Final Fantasy*.

De ahí la necesidad de avanzar sobre esta clasificación ‘técnica’, y profundizar en la agrupación temática de los mismos. Es decir, necesitamos matizar esta primera respuesta con los datos aportados por la pregunta que se les hace posteriormente sobre la temática de videojuegos que prefieren las personas encuestadas, agrupada en una escala que clasifica los contenidos temáticos de los videojuegos en: “de violencia”, “de estrategia”, “deportivos”, “de simulación”, “educativos”, “generales” y en donde se les da la opción de especificar otro tipo de temática que no se hubiera tenido en cuenta y que la persona encuestada propusiera.

Pues bien, en relación a la temática elegida, los contenidos de los videojuegos preferidos por los chicos son los de tipo deportivo (25,68% del total de la población), los de estrategia (23,88%), los de violencia (20,86%) y los de de simulación (14,23%). Mientras que los tipos de videojuegos que prefieren las chicas son de estrategia (21,25%), deportivos (11,80%) y de temática general (9,81%).

Tipo de contenidos preferidos por los y las videojugadores/as

		Mujer (%)	Hombre (%)
De violencia	Si	6,45%	20,86%
	No	41,92%	30,77%
De estrategia	Si	21,25%	23,88%
	No	27,12%	27,74%
Deportivos	Si	11,80%	25,68%
	No	36,57%	25,95%
De simulación	Si	8,91%	14,23%
	No	39,43%	37,43%
Educativos	Si	7,67%	2,63%
	No	40,71%	48,98%
Temas generales	Si	9,81%	3,46%
	No	38,54%	48,19%

Esto nos da un primer matiz que hace referencia a que los videojuegos con contenidos violentos son elegidos mayoritariamente por los chicos (20,86%) y en muy poca proporción por las chicas (6,45%). Que los juegos deportivos son también un dominio mayoritario de los chicos (25,68%) frente a las chicas que sólo los utilizan un 11,80%, a pesar de ser los segundos más elegidos por ellas. Y que, finalmente, los juegos educativos y de temática general son elegidos en mucho mayor grado por las chicas (7,67% y 9,81% respectivamente) frente a un escaso 2,63% y 3,46% de los chicos. Empieza, por tanto, a apreciarse diferencias sustanciales sobre la temática de los contenidos que prefieren ambos sexos.

No nos queremos detener en los de estrategia porque parece que los porcentajes son bastante similares en este caso, y tampoco en los de simulación, puesto que este término muchas de las personas encuestadas manifestaron que era ambiguo y que no sabían realmente a qué se refería, por lo que preferimos obviarlo.

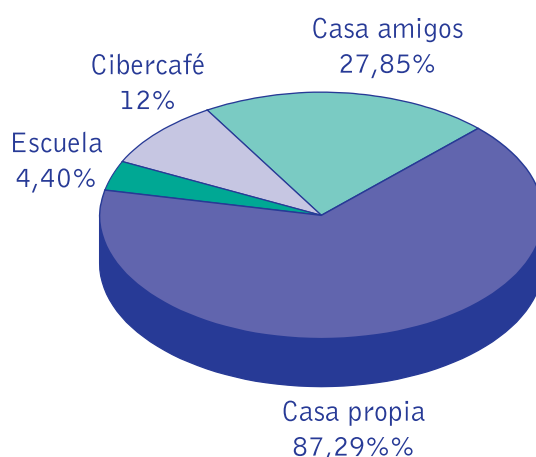
Parece que estos resultados coinciden con las investigaciones realizadas hasta el momento: las preferencias por los videojuegos de contenido agresivo y violento están más ligadas a los hombres que a las mujeres, que se decantan hacia juegos en los que aparecen títulos exentos de violencia o con menor contenido agresivo, más fantásticos y humorísticos y caracterizados por protagonistas amables o cálidos (Malone, 1981; Cumberbatch, Maguire y Woods, 1993; Morlock, Yando y Nigolean, 1985; Buchman y Funk, 1996).

Lo mismo podemos encontrar en estudios más recientes. “En el terreno de los videojuegos, se observa una mayor preferencia por las aventuras y simulación en el caso de las niñas mientras que hay poco interés por los juegos de acción y los juegos deportivos, de mayor interés para los niños” (Gros, 2002). La investigación de Fromme (2003) concluye que los chicos prefieren los juegos de acción (33%), los de deportes (21%) y los de plataforma sólo un 17%; mientras que ellas prefieren los de plataforma (48%) y los puzzles (20%). Este autor matiza que las preferencias de sexo están relacionadas con el hecho de que la mayoría de los juegos no presentan personajes femeninos con un papel relevante.

Lugar de juego

El espacio de uso más frecuente de los videojuegos es el domicilio familiar. Teniendo en cuenta que las opciones no son excluyentes (cada persona puede elegir varias alternativas) vemos que el 87,29% de las personas encuestadas juegan habitualmente en el espacio familiar. Un 27,85% juega en casa de amigos/as, y en menor proporción en los cibercafés, un 11,97%. La escuela es el espacio donde menos se juega, un 4,40%.

Lugar de juego



Esto confirma los resultados de la mayoría de las investigaciones. Tanto el estudio de Estalló (1995, 108), como el de la FAD (2002, 96) y el de ADESE (2003, 9) afirman que mayoritariamente (más del 70%) juegan en casa, mientras que en ciber salas o salones de juego es minoritario. Lo cual evidencia que el papel de la familia puede ser fundamental, dado que el espacio más habitual de uso de los videojuegos como hemos visto es el hogar familiar.

Mientras en los años ochenta eran los salones recreativos el lugar de juego por excelencia —de hecho la mayoría de investigaciones desarrolladas en esa década tienen lugar en estos espacios— en los noventa, los videojuegos se han transformado en una actividad mayoritariamente doméstica. Este cambio en la preferencia hacia el lugar de juego aparece como una consecuencia más de la amplia difusión de las consolas y del importante auge que presentan en la actualidad los videojuegos para PC.

En función del sexo, resulta significativo que el uso de espacios públicos sea claramente de dominio masculino. Si a esto añadimos que la inmensa mayoría de las chicas juegan en el domicilio familiar o en casa de amigos y amigas, vemos un reparto de espacios claramente delimitados.

Lugar de juego preferido según el sexo

		Mujer (%)	Hombre (%)
Casa propia	Si	39,00	48,36
	No	7,90	4,73
Casa Amigos	Si	11,92	15,91
	No	35,02	37,16
Cibercafé	Si	3,14	8,82
	No	43,76	44,28
Escuela	Si	1,78	2,62
	No	45,11	50,49

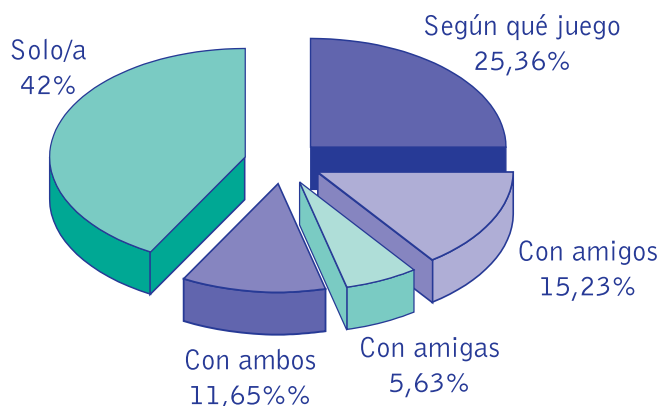
Coincidimos con Estalló (1995, 108-109) cuando manifiesta que “las salas recreativas se perfilan como un lugar de juego netamente masculino, con el que las mujeres mantienen una prudente distancia, puesto que el 90,9% de sujetos que jugaban mayoritariamente en salas fueron varones, frente a un 9,1% que resultaron mujeres”.

En los estudios de campo realizados, especialmente a través de técnicas como la observación participante (en salas recreativas y cibercafé) y la entrevista, se constata que el papel de las chicas que acuden a estos espacios públicos tiene una función de refuerzo y acompañamiento de los chicos “con los que van”. Para las pocas chicas que asisten (adolescentes) el videojuego no es un vehículo de comunicación o interacción social, sin embargo la sala de juegos sí es un lugar de encuentro y relación. Es más un tipo de experiencia social para ellas, mientras que para los chicos es un ámbito de competición y exhibición pública. Incluso algunos autores afirman que para los chicos el juego en este espacio presenta un componente de tipo solitario y compensador de un autoconcepto negativo (Dominick, 1984). Kiesler, Sproull y Eccles (1983) afirmaban que las chicas, cuando acuden a salas recreativas, lo hacen como invitadas, a fin de admirar el rendimiento de sus compañeros.

Jugar solo/a o acompañado/a

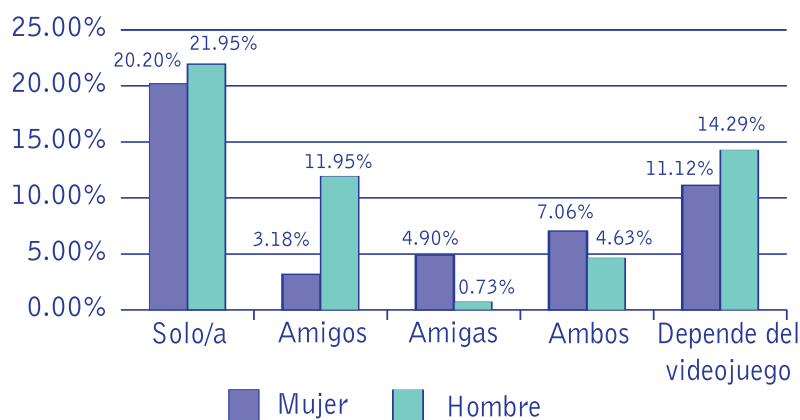
Una cuestión que tiene bastante importancia a la hora de analizar la modalidad de juego de las personas usuarias es la de comprobar la manera en que éstas juegan, desde el punto de vista social; es decir, si juegan solas o acompañadas y con quién interaccionan en función del sexo.

Con quién sueles jugar



La mayoría juega en solitario (42,13%). Pero es sorprendente que haya un 15,23% que elige jugar con amigos chicos frente a sólo un 5,63% que piensa en chicas como compañeras de juego. Parece claro que los chicos no ven a las chicas como posibles compañeras de juego. Esto se confirma si la tabla anterior la analizamos en función del sexo:

Con quién sueles jugar



Se constata que hay diferencias importantes por razón de sexo. Los chicos evitan jugar con mujeres, tanto en el modo individual como en el modo internet. Lo cual es muy significativo, por lo que esto supone en cuanto a la consideración que tienen los chicos respecto a las mujeres como compañeras de juego. Pero esto se agudiza más aún cuando observamos en la tabla siguiente que los chicos rechazan jugar en internet con chicas en grado mucho mayor que ellas.

Como se puede apreciar, la tendencia mayoritaria es a jugar la persona sola, tanto en el modo individual como en el modo internet.

Distribución de la sociabilidad en función del sexo y del medio de juego

		Individual				Internet			
		Si		No		Si		No	
		Mujer %	Hombre %	Mujer %	Hombre %	Mujer %	Hombre %	Mujer %	Hombre %
Con quién juegas	Solo/a	17,25	18,51	1,91	1,81	1,62	1,72	17,51	18,63
	Amigos	2,77	9,98	,02	2,70	,46	1,68	3,34	11,00
	Amigas	3,75	,46	,95	,23	,79	,17	3,93	,53
	Ambos	6,59	4,38	2,01	1,19	1,42	,99	7,20	4,56
	Depende del videojuego	8,26	12,12	2,07	2,04	1,68	2,71	8,66	11,40

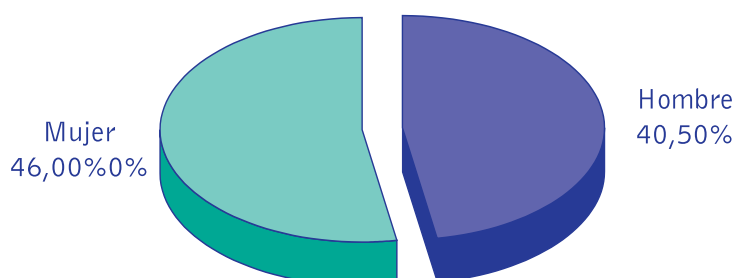
Si estos datos los cruzamos con el estudio realizado por Estalló en el 95 (un 70% jugaba acompañado) y con los datos aportados por la investigación de la FAD en el año 2002 (un 64,3% juega solo) o por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU en el 2003 (más del 40% de las personas encuestadas prefiere jugar sola), parece que la tendencia es cada vez mayor a jugar solos, tanto chicos como chicas.

Supervisión del juego

Dado que el escenario de juego es mayoritariamente el hogar, como hemos constatado anteriormente, vemos cómo el papel de supervisión sobre el juego se reserva a las personas adultas componentes de la familia. Aunque sólo el 43% de las familias controlan el uso de los videojuegos.

Hay un mayor control del tiempo de juego en las chicas (46%) que en los chicos (40,50%). A pesar de ser las que menos tiempo juegan, como vimos anteriormente, son las más controladas.

Alguna persona adulta controla las horas de juego



La persona que ejerce el control del tiempo de uso de los videojuegos es mayoritariamente la madre (40,46%) frente a un escaso 15,05% del padre. Donde se ve que a la madre se le sigue responsabilizando de la tarea educativa. Incluso la elección del control por parte de ambos (un 33,66%) es menor que la de la madre sola.

Pero es curioso constatar que los padres controlan a los chicos (9,55%) más que a las chicas (5,50%).

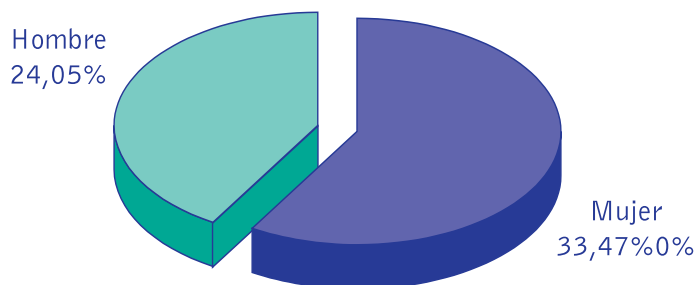
Control del juego por parte de las personas adultas

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Quién te controla el juego	Padre	5,50	9,55
	Madre	18,53	21,93
	Familiar	4,61	5,42
	Profesor/as	,16	,65
	Ambos	14,97	18,69

Por lo que respecta al control del contenido de los videojuegos, sólo algo más del 28% de las familias se interesa y controla los contenidos de los videojuegos. Se controla más el tiempo de juego que los contenidos a los que se juega. Cuando estos son los principales transmisores de valores y de una visión sobre la realidad que se construye desde el juego. Lo que evidencia la dificultad o la imposibilidad de la mayoría de las familias o personas adultas para supervisar el contenido de los videojuegos. Esto está suponiendo una grave dificultad añadida a la tarea educativa de la familia.

Y aquí nuevamente encontramos diferencias en función del sexo, siendo mayor el porcentaje de chicas que son controladas frente al número de chicos.

Alguna persona adulta controla los contenidos



En cuanto a quien controla los contenidos de los videojuegos, es la madre fundamentalmente y algo más el padre en el caso de los chicos, pero, en general son ambos los que lo hacen.

Control de los contenidos por parte de las personas adultas

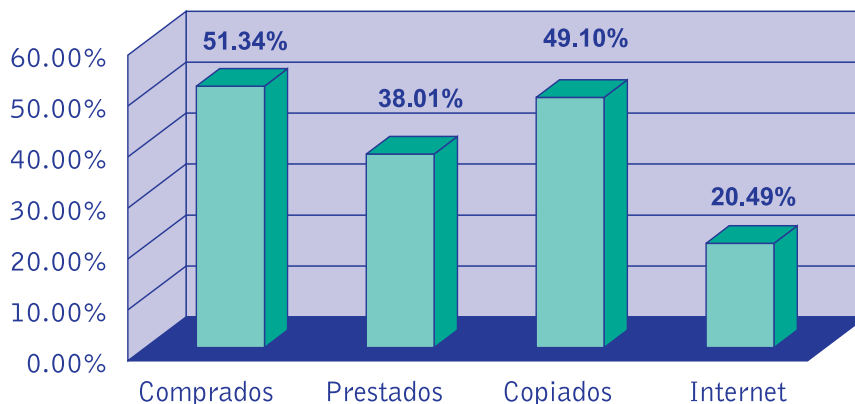
		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Quién te controla los contenidos	Padre	10,05	10,66
	Madre	18,14	13,36
	Familiar	9,56	6,00
	Profesor/as	,25	,74
	Ambos	17,52	13,73

En general, podemos decir que las chicas, siendo las que menos juegan, son las más controladas en tiempo y en contenido. El análisis diferencial padre/madre revela que, como ocurre en otros ámbitos educativos, se delega este cometido en la madre. Se le sigue asignando a la madre las responsabilidades educativas, lo cual significa una discriminación por razón de género. Además el hecho de que a las niñas se les controle más la temática de los videojuegos a los que juegan, pone de manifiesto cómo se quiere seguir manteniendo a las mujeres dentro de un mayor control familiar. Es decir, se las sigue considerando más vulnerables y se las intenta proteger más. Otra discriminación de género añadida.

Cómo se suelen conseguir

Los videojuegos se suelen conseguir o comprándolos o "pirateándolos" en porcentajes similares.

Cómo se consiguen los videojuegos



Si separamos los datos en función del sexo vemos que hay diferencias importantes entre los chicos y chicas en las modalidades prestados, pirateados, y de internet. Los chicos los consiguen principalmente pirateados y/o comprados. En el modo internet hay un porcentaje de casi el doble de chicos que de chicas que los consiguen por este medio.

Forma de conseguir los videojuegos según el sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Comprado	Si	24,18	27,15
	No	22,48	26,20
Prestado	Si	18,84	19,23
	No	27,85	34,08
Pirateados	Si	17,23	31,89
	No	29,44	21,44
Internet	Si	7,41	13,08
	No	39,25	40,26

Estos datos coinciden con el estudio realizado por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU en el 2003 (aparecido en una noticia en <http://www.noticiasdot.com/> el 25 de febrero de 2003), según el cual el 46% de las personas menores de edad encuestadas reconoció tener juegos "pirateados".

Percepciones sobre los videojuegos

A continuación, reseñamos los resultados obtenidos de aquellas preguntas en las que se pedía a las personas encuestadas que nos dieran su valoración sobre los videojuegos.

¿Para qué se juega? Finalidad y motivación del juego

Apreciamos que las opciones más elegidas son *para divertirme simplemente* y *para pasar el tiempo* ya que el gusto por los videojuegos se sostiene sobre un elemento claro: la diversión y el entretenimiento. Es significativo que este segundo motivo sea superior en mujeres, puesto que se está observando, en general, menor afición a los videojuegos.

Percepción de la finalidad del juego según el sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Para divertirme simplemente	Si	28,61	38,22
	No	18,30	14,87
Para mejorar mi aprendizaje	Si	2,72	4,30
	No	44,20	48,79
Para pasar el tiempo	Si	21,82	18,74
	No	25,09	34,35
Para superarme	Si	2,46	7,37
	No	44,49	45,68
Para relacionarme con otros aficionados	Si	2,23	5,01
	No	44,65	48,11

Lo que sí es altamente significativo es el bajo porcentaje, tanto de hombres (4,30%) como de mujeres (2,72%) que consideran que el juego puede mejorar su aprendizaje. Al menos, ellos y ellas no perciben todas las capacidades que determinados autores y autoras insisten en que se desarrollan a través de los videojuegos.

Donde encontramos una mayor diferencia es cuando eligen como finalidad del juego la opción "para divertirse": un 38,22% de chicos frente a un 28,61% de chicas.

También hay una diferencia sustancial en la elección de la superación como finalidad del juego, ya que han elegido esa opción un 7,37% de los hombres frente a un 2,46 de las mujeres (es decir, de todos los que han elegido que juegan para superarse el 73% son hombres). Puede interpretarse que los chicos ven más los videojuegos como un espacio de competición en donde son capaces de competir con otros para demostrarse a si mismos su progreso como jugadores, tal como expone Fromme (2003). Este dato coincide también con un superior porcentaje de hombres que eligen la opción para *relacionarme con otros aficionados*.

En cuanto a la motivación o el atractivo de los videojuegos, la mayoría se centra en alcanzar metas y vivir aventuras. Siendo mayoritario el porcentaje de hombres que eligen "alcanzar metas" (23,04%), esto puede estar relacionado con el ítem anterior de superarse como finalidad del juego. Máxime cuando las opciones de "superar mi propio record" y el "de mis amigos" son más elegidas por los chicos (23,66%) que por las chicas (16,22%).

Motivación para jugar a videojuegos según el sexo

		Sexo	
		Mujer	Hombre
Alcanzar las metas	Si	17,31%	23,04%
	No	31,11%	28,54%
Vivir aventuras	Si	23,60%	23,85%
	No	24,81%	27,74%
Superar mi propio record	Si	10,88%	13,67%
	No	37,53%	37,92%
Superar el record de mis amigos/as	Si	5,34%	9,99%
	No	43,06%	41,62%
Iniciarme en la Informática	Si	2,53%	2,41%
	No	45,85%	49,20%

Aunque si es de resaltar que ambos están de acuerdo en que no es un método de iniciación y aprendizaje de la informática.

Si relacionamos este ítem con el correspondiente a la pregunta sobre las metas a lograr en los videojuegos vemos que la opción más elegida es la de “derrotar enemigos y rivales”. Esto presupone que el elemento de competitividad y combate parece ser la cuestión sustancial de los videojuegos. Conseguir ganar o alcanzar la meta, eliminando a otros seres, probablemente en consonancia con un perfil mucho más competitivo.

Percepción sobre las metas a alcanzar en el juego según el sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Alcanzar poder	Si	13,80	14,26
	No	36,12	35,82
Alcanzar dinero y fama	Si	6,44	10,21
	No	43,53	39,82
Conquistar tierras	Si	8,71	14,62
	No	41,29	35,38
Derrotar enemigos y rivales	Si	32,71	34,56
	No	17,28	15,46

En cuanto a las diferencias en función del sexo, podemos ver que las chicas tienen menos deseos de alcanzar dinero y fama y conquistar tierras que los chicos. No obstante, parecen elegir en la misma proporción el deseo de alcanzar poder.

Aspectos que potencian los videojuegos

En esta pregunta se les proporcionaba a las personas encuestadas dos listas de opciones alternativas a elegir entre aspectos positivos y negativos de los videojuegos, tal y como se ve en la siguiente tabla.

Aspectos que potencian los videojuegos

	Mujer %	Hombre %
Violentos	35,89	35,82
No violentos	13,51	14,78
Potencian la agresividad	43,01	35,62
Reducen la agresividad	7,63	13,74
Potencian la competición	41,84	39,03
Fomentan la competición	8,37	10,76
Crean adicción	43,87	36,01
No crean adicción	7,35	12,77
Sexistas	23,94	15,82
No sexistas	26,18	34,07
Contenidos racistas	23,85	17,69
Contenidos no racistas	26,09	32,37
Reducen la creatividad	19,08	12,65
Aumentan a creatividad	30,92	37,35
Provocan trastornos personales	35,14	23,43
Mejoran la personalidad	15,26	26,18
Potencian la sociabilidad	19,53	29,29
Reducen la sociabilidad	31,12	20,06
Desarrollan la inteligencia	25,36	34,33
No desarrollan la inteligencia	24,69	15,61
Producen aislamiento	34,88	22,79
Potencian las relaciones	16,00	26,34

Sorprende la visión tan negativa que las personas jóvenes tienen de los videojuegos. En su mayoría han tendido a elegir los conceptos negativos. Consideran que los videojuegos son violentos (71,71%), que potencian la agresividad (78,61%), la competitividad (80,90%) y crean adicción (79,88%). Son los porcentajes más relevantes y todos en sentido peyorativo.

La percepción peor sobre los mismos la tienen las mujeres.

Respecto al sexismo, que es el objeto de esta investigación, es uno de los porcentajes que menos se perciben en los videojuegos (39,76%).

Debemos tener en cuenta que al estar socializados y educados en una cultura androcéntrica es muy difícil percibir la desigualdad en función del sexo. Por ello es importante hacer notar que las mujeres son las que más lo perciben (23,94 %) frente a un 15,82% de los hombres.

Es muy diferente la visión que tienen los hombres y las mujeres respecto a los videojuegos. Encontramos diferencias con respecto al sexo en todos los pares excepto en que los videojuegos son violentos, algo en lo que coinciden ambos. En este sentido, los hombres consideran que los videojuegos potencian la sociabilidad y desarrollan la inteligencia en más alto grado, frente a las mujeres. Justamente estos dos aspectos son lo que menos creen que potencian los videojuegos para las mujeres. De ahí las percepciones tan contrastadas que ambos sexos expresan.

Además las mujeres consideran que los videojuegos provocan alteraciones en la personalidad y aislamiento social y tienen escasos efectos positivos sobre la creatividad y la inteligencia. Mientras que los hombres no lo ven así.

Los datos que nos aporta el estudio de la FAD (2002), parecen confirmar la percepción que tienen las mujeres. Esta investigación concluye que un 43,9% de los jugadores/as afirma haber tenido algún problema por causa de su afición. Un 21,4% tiene problemas escolares, el 20,6% discusiones con su familia, el 15,3% presenta problemas de sueño y el 14,3% olvida sus compromisos.

Habilidades que potencian los videojuegos

Las habilidades que las personas encuestadas consideran que más potencian los videojuegos son el "desarrollo de reflejos" (63,81%) y la "agilidad mental" (52,25%), siendo elegidas ambas por más de la mitad de las personas encuestadas. Casi el 40% de las personas encuestadas consideran que también desarrollan la capacidad de atención y la imaginación.

Pero es sorprendente que las habilidades que estiman que son menos potenciadas por los videojuegos son el "desarrollo de la capacidad de análisis" (un 9,24%), las "habilidades organizativas" (un 14,08%), las "habilidades de búsqueda de información" (sólo un 24,30%), las "habilidades para la toma de decisiones" (un 25,04%) y las "habilidades para la resolución de problemas" (un 27,64%).

Parece pues, que las que se consideran más estimuladas por el uso de los videojuegos son las habilidades más ligadas a lo psicomotriz (reflejos, agilidad) y que las de orden superior, aquellas asociadas al pensamiento estratégico (análisis, organización, búsqueda, toma de decisiones o resolución de problemas) son las que entien-

den que menos potencian los videojuegos. Esta es una opinión que debemos tener en cuenta pues está hecha por quienes usan habitualmente los videojuegos.

Percepción sobre las habilidades que potencian los videojuegos según el sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Desarrollo de reflejos	Si	32,37	31,4
	No	17,53	18,66
Capacidad de atención	Si	20,69	32,37
	No	29,20	31,08
Habilidades de búsqueda de información	Si	12,06	12,24
	No	37,85	37,85
Habilidades organizativas	Si	5,51	8,57
	No	44,38	41,53
Agilidad mental	Si	25,14	27,11
	No	24,77	22,98
Desarrollo de la imaginación		20,72	21,39
		29,17	28,72
Desarrollo de la capacidad de análisis	Si	3,00	6,24
	No	46,89	43,87
Habilidades para la toma de decisiones		10,52	14,52
		39,39	35,58
Habilidades para la resolución de problemas	Si	12,77	14,87
	No	37,11	35,25

Sexismo

Reflejamos a continuación los resultados obtenidos de las preguntas que explícitamente abordaban la visión que los chicos y chicas tienen sobre el sexismo en los videojuegos.

Percepción sobre el manejo en función del sexo

Los chicos consideran que juegan más y mejor que las chicas.

Ambos están de acuerdo en que los chicos juegan más que las chicas. Sin embargo, las chicas consideran que jugando notablemente menos, juegan mejor.

Percepción diferencial sobre el manejo de videojuegos en función del sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Quién crees que juega más	Chico	47,24	47,24
	Chica	1,43	,99
	Ambos	1,73	1,37
Quién crees que juega mejor	Chico	32,36	43,78
	Chica	10,58	1,40
	Ambos	6,81	5,07

Los chicos perciben que juegan bien porque dedican mucho tiempo. Las chicas, dedicando poco tiempo, consideran que juegan bien; por lo que su autopercepción sería atribuible a la variable competencia y no al tiempo de entrenamiento, notablemente más alto en los chicos.

¿Juegos para chicos y juegos para chicas?

Se aprecian diferencias importantes en función del sexo en cuanto a la percepción que tienen chicos y chicas sobre si hay tipos de videojuegos que están especialmente diseñados para chicos y otros para chicas.

Como vemos en la tabla siguiente existe un porcentaje muy superior de chicos (20,18%) que opinan que hay videojuegos diferentes para chicos y para chicas. Es decir, casi la mitad de los chicos encuestados consideran que las chicas deben jugar a un tipo de videojuegos y los chicos a otro. Mientras que en el caso de las chicas (13,89%) no hay una proporción tan alta que tengan asumida esta diferencia.

Atribución del tipo de videojuego en función del sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Existen videojuegos para chicas y videojuegos para chicos	Si	13,89	20,18
	No	36,29	29,64

Esto es aún más llamativo en el caso de las personas encuestadas más jóvenes. Un 34,23% de los chicos de primaria creen que los videojuegos son más para chicos que para chicas. Es decir, más de la mitad de los chicos encuestados de primaria consideran que los videojuegos son para chicos. Igualmente un 24,55% de las chicas (24,55%) opinan que los videojuegos son más para chicos.

Atribución del tipo de videojuego en función del sexo (Primaria)

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Crees que los videojuegos son más para chicos que para chicas	Si	24,55	34,23
	No	22,95	18,27

Cuando se les preguntaba en qué creían que se diferenciaban, la respuesta mayoritaria ha sido que los videojuegos de fútbol y de guerras son para los chicos, mientras que para ellas son los "de barbies".

Esto confirma que hay una educación social sexista para ambos; que el aprendizaje de roles de género se hace especialmente en las primeras etapas de desarrollo. Por ello el uso de los videojuegos que, como vimos, se va extendiendo cada vez a

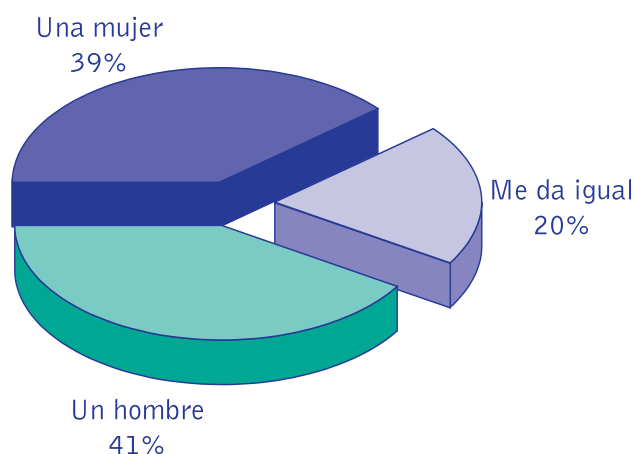
edades más tempranas, es otro instrumento añadido que va configurando con más fuerza esta visión sexista y favoreciendo un aprendizaje discriminatorio de roles. Es un círculo vicioso progresivo que supone una involución. Estas nuevas tecnologías, que deberían ser una herramienta de progreso e igualdad, se están convirtiendo en barreras para la construcción y el aprendizaje de una igualdad real.

Percepción sobre los/las protagonistas

De forma general destaca que los porcentajes son muy similares en la elección del protagonista preferido (hombre o mujer). Un 41% de las personas encuestadas prefieren un protagonista masculino, frente a un 39% que prefieren una mujer. Hay un 20% que le daría igual.

Hay que aclarar que la respuesta a esta pregunta hace referencia al o la protagonista deseable, ya que este ítem se formuló en los siguientes términos: ¿quién prefieres que sea el o la protagonista en un videojuego?

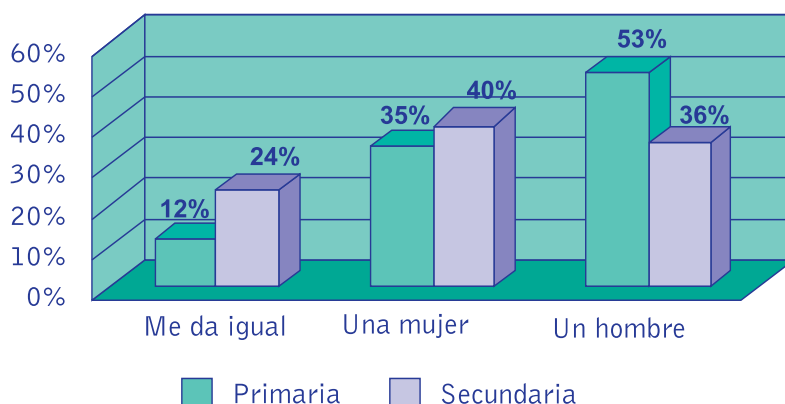
Preferencia protagonista



Es significativo que en secundaria es elegida principalmente la mujer como protagonista, como vemos en el siguiente gráfico.

Mientras que en primaria la mayoría de las personas encuestadas han elegido a un hombre como protagonista preferido.

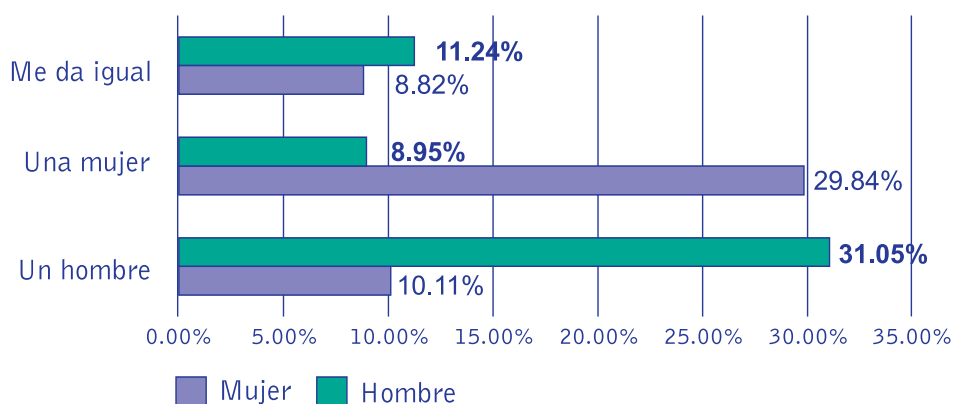
Preferencia protagonista según edad



Parece que en primaria están mucho más diferenciados los roles. Es muy bajo el porcentaje que se muestra indiferente o le da igual quién sea el protagonista. Se decantan claramente por los hombres.

El resultado anterior se confirma al ver los resultados por sexo. Existe una identificación sexual y de género. Parece que el y la videojugadora tienden a buscar un referente con el cual lograr una posible identificación. Por eso las mujeres eligen mayoritariamente a mujeres (29,84%) y los hombres a los hombres (31,05%) como protagonistas deseables.

Preferencia de protagonista según sexo



En secundaria no es tan alto el porcentaje de chicos que eligen hombres (un 25,19%) frente a un 43,73% de chicos en primaria. Es decir, que en primaria prácticamente la totalidad de chicos eligen a hombres como protagonistas (sólo un 4,18% elige mujeres).

Preferencia de protagonista según sexo en Secundaria

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Quién prefieres de protagonista	Un hombre	10,64	25,19
	Una mujer	29,47	11,15
	Me da igual	10,03	13,53

Preferencia de protagonista según sexo en Primaria

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
Quién prefieres de protagonista	Un hombre	8,98	43,73
	Una mujer	30,64	4,18
	Me da igual	6,20	6,27

Por el contrario, el aspecto que presenta habitualmente la persona protagonista en los videojuegos a los que juegan es definido mayoritariamente y de forma abrumadora, tanto por chicos como por chicas, de acuerdo a los siguientes rasgos:

- Joven (85,26 %)
- Hombre (66,85 %)
- Blanco (66,16 %)
- Fuerte (80,89 %)
- Esbelto (71,20 %)
- Guapo (64,98 %)
- Agresivo (69,31 %)

Definición de rasgos protagonista según el sexo

	Sexo	
	Mujer %	Hombre %
Joven	43,98	41,28
Edad avanzada	,94	1,85
Ni uno ni otro	4,85	5,28
Ambos	,58	1,24
Hombre	31,76	35,09
Mujer	4,40	1,88
Ni uno ni otro	8,28	7,58
Ambos	5,88	5,13
Blanco	33,98	32,18
No blanco	2,66	3,24
Ni uno ni otro	11,60	11,57
Ambos	2,08	2,69
Fuerte	41,78	39,11
Débil	1,79	1,85
Ni uno ni otro	6,25	7,16
Ambos	,64	1,43
Esbelto	37,65	33,55
Deforme	2,25	3,16
Ni uno ni otro	9,67	11,41
Ambos	,79	1,52
Guapo/a	33,83	31,15
Feo/a	6,13	6,25
Ni uno ni otro	8,82	10,22
Ambos	1,65	1,95
Agresivo/a	35,45	33,86
Pacífico/a	4,91	5,52
Ni uno ni otro	8,44	8,11
Ambos	1,58	2,13

La única diferencia significativa, en la percepción de chicos y de chicas, es en la valoración de si es hombre o mujer la persona protagonista: para ellas (un 4,40 %) la protagonista es mujer, mientras que sólo un 1,88% de los chicos consideran que la protagonista es mujer.

Esto cumple las expectativas menos halagüeñas sobre la percepción que tienen las personas adolescentes y jóvenes de nuestra sociedad: visión estereotipada marcada por el sexismo, racismo, la moda, el culto a la imagen (eternamente joven) y la agresividad como forma de alcanzar las metas.

Los videojuegos sí parece que crean una forma de pensar y percibir la realidad: tiene que ser hombre, tiene que ser fuerte, tiene que ser blanco...

Relaciones entre los hombres y las mujeres

El porcentaje más alto de personas encuestadas considera que la relación que predomina entre hombres y mujeres protagonistas en los videojuegos es de compañerismo.

Percepción de las relaciones entre hombres y mujeres en los videojuegos según el sexo

		Sexo	
		Mujer %	Hombre %
De amistad	Si	14,13	17,00
	No	35,87	33,00
De dominio	Si	12,28	8,77
	No	37,73	41,21
De compañerismo	Si	21,03	23,30
	No	29,00	26,67
De apoyo	Si	6,75	10,66
	No	43,23	39,36
Amorosas	Si	11,78	13,29
	No	38,21	36,72
Sexuales	Si	7,39	12,75
	No	42,59	37,26

Pero si se toma en cuenta la variable sexo, es significativo que casi el doble de hombres afirma que las relaciones que se dan entre los protagonistas, si son de distinto sexo, son de tipo sexual. También más hombres opinan que son relaciones amorosas y de amistad.

En cambio, más mujeres que hombres opinan que son relaciones de dominio. Siendo estos aspectos, dominio, amistad y compañerismo, los valores más elegidos por las mujeres.

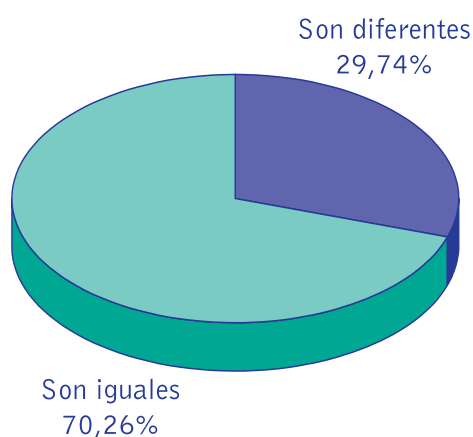
Esto es importante, porque los hombres no perciben las relaciones de dominio entre hombres y mujeres, sin embargo las mujeres cada vez lo perciben de una forma más clara: en una proporción de 12,28% a 8,77%.

Esta diferencia entre sexos en la percepción sobre las relaciones entre hombres y mujeres también se da en el caso de la relación de apoyo. Un 10,66% de los chicos perciben que los protagonistas tienen relación de apoyo (suponemos que de ellas hacia ellos), frente a un 6,75% de chicas que perciben que haya esta relación de apoyo.

Roles de los hombres y las mujeres

Un 70,26% de las personas que han contestado el cuestionario considera que las misiones que desempeñan los hombres y las mujeres en los videojuegos son iguales, frente a un 29,74% que consideran que no lo son.

Roles de hombres y mujeres en videojuegos



Son más los hombres que afirman que hay igualdad en este sentido (36,32%). Lo cual es sorprendente tras analizar los videojuegos y el papel que desempeñan ambos. Esto supone que los hombres perciben menos la desigualdad que las mujeres.

Y que éstas tampoco son excesivamente conscientes del contexto desigual en el que están inmersas y han sido socializadas. Además, debemos considerar que estamos hablando de una población que se ha educado supuestamente en una época donde la igualdad debiera ser la obligación y la norma.

Roles desempeñados por hombres y mujeres en los videojuegos

	Funciones iguales	
	Si	No
Mujer	33,94%	14,73%
Hombre	36,32%	15,01%

Justificación de la violencia en los videojuegos

Más de la mitad de las personas encuestadas justifican la utilización de la violencia en los videojuegos. Pero si se analiza según la variable sexo es altamente significativo que hay una diferencia porcentual de más de 20 puntos entre los chicos y las chicas. Son los chicos (un 64,28%) quienes más justifican la utilización de la violencia, frente al 40,16% de las chicas.

Justificación de la violencia en función del sexo

	Sexo	
	Mujer %	Hombre %
Justificas la utilización de la violencia en los videojuegos	40,16	64,28

No obstante, es sorprendente el alto porcentaje de chicas que justifican el uso de mecanismos agresivos como forma de expresión de interacción entre los seres humanos, aunque sea en un contexto lúdico. Puede ser un reflejo del uso cada vez más frecuente de este tipo de reacción para afrontar situaciones de la vida real, tanto por parte de las chicas como los chicos. Por ello consideramos que los mecanismos de socialización están siendo comunes para ambos, pero dentro de un contexto en el que los valores predominantes están siendo los atribuidos tradicionalmente al mundo masculino (competitividad, agresividad, lucha, etc.).

Las razones que aducen para justificar la utilización de la violencia son “porque divierte, ayuda a liberar tensión y atraen más”. La atracción de la violencia como justificación de la misma, incluso la superficialidad de su caracterización como algo que “divierte”, podemos interpretarlo como la progresiva inmersión en un “ambiente social” de indiferencia o insensibilidad ante la conducta instintiva e irracional de la agresión cada vez más presente en nuestra vida cotidiana.

Análisis videográfico

Hemos querido detenernos especialmente en este análisis videográfico de los juegos más demandados, comprados y utilizados en función de las listas de éxitos de las propias revistas sobre videojuegos, de encuestas realizadas en lugares que venden o alquilan estos videojuegos, de las listas de los videojuegos más vendidos según los informes de GFK para ADESE, según los rankings de las propias páginas webs dedicadas a videojuegos, y según los resultados de nuestra investigación.

Este afán exhaustivo de análisis contrastado se debe a que desde las posiciones del mercado de videojuegos que componen la oferta (creadores, desarrolladores, distribuidores, puntos de venta y alquiler, revistas especializadas...) se cuestionan muchos de los argumentos críticos respecto a los videojuegos realizados por instituciones e investigaciones llevadas a cabo. Las razones que alegan habitualmente es que la mayoría de estas investigaciones e instituciones tienen un absoluto desconocimiento de la realidad del mundo de los videojuegos. Especialmente cuestionan los informes presentados porque generalizan a todos los videojuegos determinados aspectos de éstos que, en términos absolutos, serían verdaderas excepciones, según ellos.

Con el fin de que no se pueda argumentar este desconocimiento ni que las conclusiones que aquí se refieren se hacen generalizando a partir de un caso excepcional, hemos querido analizar en profundidad los videojuegos más vendidos y usados. Repetimos, los que nuestros chicos y chicas utilizan con más asiduidad. Y, por tanto, no son casos aislados, sino el contexto habitual del videojuego entre las personas adolescentes.

Destacamos que dichos análisis han sido realizados por los distintos miembros del equipo con el objetivo de enriquecer, utilizando las perspectivas provenientes de las distintas formaciones y experiencias profesionales, el resultado global de cada análisis.

Pro Evolution Soccer

Tipo de juego: Deportivo (fútbol)



Descripción: Es un juego de fútbol, diseñado sobre la base de los distintos tipos de Copas e incluyendo partidos amistosos. Dispone de sus reglas con sus correspondientes sanciones y un repertorio amplio de estrategias de juego. El jugador dirige un equipo, bien contra el ordenador –lo que permite entrenamientos extra- bien contra otro jugador. Los equipos son de primera división y sus miembros

son conocidos, puesto que el jugador se encuentra manejando a Raúl, por ejemplo, a la vez que se identifica con la selección española. En este juego de fútbol el/la jugador/a elige el equipo que quiera (ya sea una selección nacional o una alineación convencional) y tiene que tratar de llevarlo a la victoria en varias competiciones de copa o ligueras. Se empieza en tercera división escogiendo un equipo bastante “normalito” para intentar llevarlo al éxito (equivalente a ganar) mediante una combinación de destreza en el juego y traspasos de jugadores.



Análisis: No existe, en todo el juego, ni un solo dato que muestre la existencia de mujeres en este tipo de juegos, aunque conocemos que en la vida real, hay ya un cierto porcentaje de equipos femeninos, así como de aficionadas.

Se da un nivel de cooperación intergrupala, a la vez que se observa un alto grado de competición, no siempre “sana” entre los equipos participantes. Por ejemplo, el juego propone sanciones desproporcionadamente bajas en relación a la agresión causada al contrario. Como se puede ver en la imagen el “espíritu deportivo” deja paso a la lucha, porque lo importante es ganar.

El público, que aparece audiovisualmente representado en términos de ruido e imagen de fondo, en el *Pro Evolution Soccer* no refuerza las jugadas (no hay expresiones de furor –los contrarios- o gritos de alegría –los hinchas del equipo- cuando se mete un gol o se sanciona una falta). Sin embargo, sí ocurre esto en el *FIFA 2004*.

No obstante, se ha observado frecuentemente en ambos videojuegos que los jugadores hombres manifiestan todo el “griterío” que acompaña a estas explosiones de júbilo o de rabia, muy en consonancia con toda la parafernalia aprendida del fútbol.

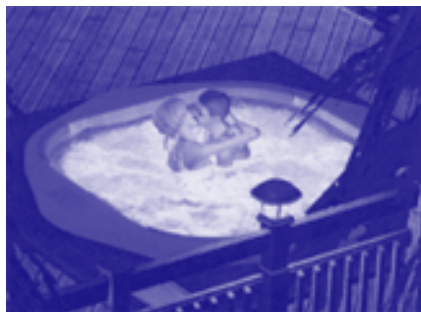
En sentido positivo, el videojuego puede facilitar el conocimiento teórico de un deporte (aunque sin cuestionar en ningún momento el modelo de competitividad en el que nos introduce) y desarrollar ciertas habilidades estratégicas de organización de un equipo deportivo.

Podemos concluir diciendo que es un juego eminentemente masculino, diseñado por hombres y para hombres: no hay más que observar la primera de las imágenes que aparecen en este análisis donde un jugador con los brazos en alto, las piernas abiertas, ocupando el centro de la imagen, dando un ligero volumen a la parte genital, evidencia la condensación del modelo tradicionalmente “macho”. Centra toda la acción en la competición deportiva entre grupos masculinos, donde el valor fundamental es el triunfo y donde el videojugador masculino se identifica con su equipo y todos los demás son sus enemigos a batir. Algunos autores y autoras manifiestan que en este tipo de videojuego uno empieza a considerar al otro diferente un rival a batir y acaba eliminándole en otro tipo de videojuegos.

No es un videojuego que atraiga a las mujeres. De hecho no ha sido elegido por ninguna como videojuego preferido, tanto entre las entrevistadas, como las observadas o las que han contestado a los cuestionarios. Este videojuego exalta el modelo masculino, distante y diferente no sólo de las mujeres, sino de lo femenino. Las cuotas de rudeza, competitividad y agresión configuran ese mundo masculino, ese ambiente “privado” y propio de una cultura “macho”.

Los Sims

Tipo de juego: Simulación



Descripción: Este juego de simulación y construcción, consiste básicamente en crear un personaje, una familia, una ciudad con las características propias de la vida real. El/la usuario/a interviene en el diseño básico de la personalidad de los personajes, los instala en una casa diseñada por el videojugador o videojugadora y actúa, como si de un director/a teatral se tratase, para que los Sims

representen su propia vida. Al igual que en el mundo en el que vivimos, el mundo de los Sims necesita que se realicen juicios y se tomen decisiones. La principal actividad del juego es construir una casa y habitarla creando Sims.

Las sucesivas ampliaciones de los sims ("superstars", "magia potagia", "toman la calle") determinan la inmersión progresiva en las distintas instituciones sociales a través de las creencias, roles, acciones, etc., propias de una cultura mediatizada por la economía como factor prioritariamente socializador.

Cuando se trata de construir una ciudad, este juego se estructura en torno a un espacio, un terreno vacío que se va a convertir en una gran ciudad gracias a las acciones y decisiones del jugador/a. El usuario/a ejerce funciones, más o menos, de Alcalde o Alcaldesa. Decide cosas como los edificios que construye, las líneas férreas, las carreteras y calles, los aeropuertos, las centrales eléctricas; todo. Pero, claro está, queda supeditado/a a la opinión pública: los periódicos, los y las votantes. Puede ser (esto es opcional) que también se supedite a los desastres naturales como incendios, tornados o un gran monstruo de la era secundaria (homemaje, suponemos, a las famosas películas japonesas de Gotzwila).

Todo lo que se hace depende de que se disponga de fondos suficientes para hacerlo. Y aquí entran decisiones económicas claves: los impuestos. La población, en este juego, puede optar por marcharse de su ciudad si consideran la presión fiscal muy alta. Lo cual implica que se queda con altos impuestos que nadie paga. Y la ciudad se deteriorará rápidamente: las calles aparecennrán llenas de agujeros, los funcionarios/as bomberos/as o de la policía exigirán sus salarios...

Esta versión del juego puede ayudar a que el jugador/a comprenda la complejidad de muchas decisiones de los representantes municipales, así como la relación entre decisiones políticas y fenómenos sociales. Supone un acercamiento a temas de economía, política, sociedad.

En la misma serie de juegos podemos encontrar *SimEarth*, en el que asistiremos como protagonistas a toda la evolución de la Tierra, bien desde el comienzo de la vida, bien a partir de un punto determinado. También aquí nuestras decisiones marcarán el futuro, sea en uno u otro sentido.

O bien *SimAnt*, un simulador de un hormiguero, en el que las hormigas negras deben buscar su sustento, defenderse de las hormigas rojas, que compiten con su comunidad por la comida y el espacio común, todo ello en el ambiente real de un hormiguero, con su organización social, sus espacios físicos, etc.



Análisis: Obra de Will Wright, este juego se inspiró en el programa informático *World3*, que en los años setenta sirvió de modelo informático predictivo sobre el futuro del planeta.

Este es un juego sin apenas violencia, como tradicionalmente se entiende. El objetivo del juego es hacer feliz a una familia a través del consumo y las relaciones sociales. El proble-

ma es que, dado que las condiciones iniciales condicionan los resultados finales, es imprescindible el dinero y el consumo para progresar en el juego. Es verdad que no hay nada que impida que el jugador o la jugadora tome un camino radicalmente opuesto, salvo que el juego no se desarrolla en su totalidad a no ser que se venera al dios dinero. Sin dinero no se puede jugar, no se puede hacer nada, no se puede vivir en este mundo de los Sims. El problema esencial en este videojuego que se encuentran los jugadores y jugadoras que hemos entrevistado es la escasez de dinero.

Algunas personas entrevistadas lo describen como “un cruce entre simulador social y tamagochi”. Simulador en cuanto supone la construcción de todo un mundo alrededor de los Sims, y tamagochi en la medida en que exige una atención continuada a los personajes, sus situaciones y la evolución del juego.

A pesar de estar traducido en 13 lenguas, los *Sims* hablan con un galimatías ininteligible apoyado por onomatopeyas gráficas al estilo del cómic.

Como simulador social, *Los Sims* representa un escenario terriblemente familiar para los habitantes del “primer mundo”. No así para el 80% de la humanidad que vive en contextos económicos y culturales diferentes. Es muy fácil identificarse con él siendo una persona trabajadora que gasta su sueldo en la compra del terreno y los bienes para la casa, y su tiempo libre en socializarse y prepararse para ascender por la escala laboral y social. Claro que *Los Sims* también están llenos de las perversiones del estándar habitual. El éxito social —y por lo tanto el éxito en el juego— se define tanto por las visitas recibidas y la interacción con ellas, como por el tamaño de la casa, el dinero ganado, etc. Es decir, se define más por la apariencia.

La representación familiar es de clase media y tradicional y no tiene en cuenta la perspectiva intercultural ni otro tipo de representaciones familiares (monoparentalidad, familias extensas, biculturales, etc.) que cada vez son más comunes en una sociedad mestiza como la que vivimos. Está centrada en el modelo ideal del “norte” (la familia del “sueño norteamericano”).

La variedad del modelo femenino que presenta en este videojuego corresponde a un estereotipo de mujer que tiene que comportarse según los cánones establecidos por la clase media del primer mundo. Evoluciona dentro de un continuo de valores cerrados según esos cánones (al igual que el hombre): de chica soltera moderna a madre trabajadora responsable. Dentro de ello cabe la posibilidad de casarse, pero no da cabida a otro tipo de posibilidades como por ejemplo ser madre soltera, lesbiana, ser adúltera, etc. Así tenemos que los indicadores que valoran lo bien (o lo mal) que les está yendo en la vida a los sims dependen del mayor o menor ajuste a este modelo: será valorado positivamente que “logre casarse y formar una familia”. Y este mismo paradigma estereotipado se aplica al modelo masculino. En este sentido, hombres y mujeres responden al mismo esquema, sólo se diferencian en su aspecto externo.

El biotipo físico de la mujer corresponde predominantemente a la mujer de clase media anglosajona. De manera implícita las mujeres, si quieren triunfar en este juego, tienen más probabilidades si responden al modelo occidental actual: delgadas, guapas y “a la moda”...

Como simulador social Los Sims permiten al jugador/a un proceso “aparente” de autosocialización, en el que el éxito es un hecho seguro. Se adquieren en “familia” valores, normas y reglas que, articuladas funcionalmente, dan lugar a un arquetipo social –el sujeto con éxito- definido en términos de poder: poder profesional, afectivo, político, clase social. Este proceso de socialización incluye los costes correspondientes a las posibles desviaciones del sistema si el protagonista no se adapta a él: aislamiento social y afectivo, marginación social, deterioro en el autoconcepto, etc.

En definitiva, este videojuego constituye un “excelente” sistema de educación en aquellos valores deseables en el mundo actual para los intereses del modelo capitalista. La saga se convierte así en un magnífico instrumento de aculturación y de control global que se extiende progresivamente a través de todo el mundo (que tiene dinero para comprarlo).

A través de este juego algunos/as consideran que podemos ayudar a nuestros hijos e hijas a comprender el modelo social en el que vivimos. Pero lo que se provoca es una comprensión ilusoria de los complejos fenómenos sociales en los que estamos inmersos. Esto da lugar tanto a la aceptación pasiva de la propia posición social, como a la utilización activa de los mecanismos imperantes en el único modelo social y económico que se nos ofrece (capitalismo).

GTA (Grand Theft Auto): Vice City

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Como lo definen sus propios publicistas este juego es "el simulador criminal por excelencia". La primera versión de este videojuego nos ponía en la piel de un camorrista de segunda línea (Tommy Vercetti) al cual teníamos que hacer llegar hasta lo más alto de los negocios sucios. Para ello disponíamos de infinidad de coches y armas, y una ciudad de 4 millones de personas para robar, cometer crímenes, etc.

La acción de estos videojuegos se sitúa en ciudades llamadas "Liberty City" o "Vice City", claramente inspiradas en ciudades como Miami con un alto porcentaje de hispanos, en donde el protagonista tiene que conseguir hacerse con el control del crimen.

Análisis: Cuando el desarrollador escocés DMA Design lanzó en 1998 el primer Grand Theft Auto (GTA desde ahora), fue recibido con entusiasmo por la prensa especializada. El jugador/a protagonizaba una ascendente y trepidante carrera de delincuencia especializada en el robo de coches que le llevaba a hacer negocios con los bajos fondos de la ciudad de Liberty City, situada imaginariamente en los Estados Unidos. Parece que en ellas se prefiguraba ya la asociación que identifica "libertad", "delincuencia" y "democracia" con un lugar: "Estados Unidos".

En el año 2001 aparece la tercera parte: GTA 3, que es la que vamos a analizar. El personaje protagonista es un hombre. Se le caracteriza como eminentemente instintivo y carente de toda norma moral: un psicópata.

La figura femenina es presentada bien como yonki (aspecto cadavérico y movimientos temblorosos y torpes) o bien como objeto marcadamente erótico (con caracteres sexuales exacerbados, como reclamo a varones).

Se presenta a la mujer como víctima de la violencia masculina. Uno de los fotogramas introductorios de este videojuego explicita de una forma paradigmática este mensaje: "una chica semidesnuda, con grandes curvas, es observada entre los agujeros centrales de una cuchilla de afeitar". Y las imágenes no son diseñadas de forma aleatoria o casualmente. Tienen una clara intención. Los significados pueden ser múltiples y variados, pero a nadie se le escapa que asociar esas imágenes en un fotograma (mujer y cuchilla de afeitar, a través de la que se la observa), puede tener un alto contenido de proyección de sexualidad y violencia, dos de las claves de este videojuego.

Arquitectónicamente, el lugar en el que se desarrolla la acción, denominado Vice City, es una ciudad moderna, caracterizada por el lujo, tanto en el exterior como en el interior de sus edificios. Cada barrio muestra una actividad diferente, unos vecinos diferentes.

Aunque los roles son variopintos, hay claras diferencias entre sexos. Los hombres asumen roles de mafiosos, drogadictos, policías, etc., pero la mayoría de las mujeres son prostitutas y/o "yonkis". No hay ningún personaje femenino en el juego que no sea una prostituta, si exceptuamos a la madre de uno de los mafiosos y algún otro personaje que interviene en las misiones (la niña bien, hija de un dudoso hombre de negocios a quien tenemos que sacar precipitadamente de una discoteca cuando la policía hace una redada). Y tienen algo en común: son "carne de cañón", es decir, prescindibles. Cualquiera puede atropellarlas, o bien bajarse del coche y apalearlas con un bate de béisbol hasta matarlas y robarles el dinero. Resulta indignante la posibilidad de aumentar la salud invitando a subir al coche que se acaba de robar a una de las prostitutas: como dice un comentarista de videojuegos "te costará barato y aumentará tu salud hasta 125".

El sexismo como vemos es patente: el protagonista es un hombre pero en muchos momentos del juego salen mujeres semidesnudas. La publicidad utiliza como reclamo una exuberante mujer en bikini y con gesto provocador. Prácticamente todas las mujeres con las que se relaciona el protagonista aparecen como "putas" a las que después de estar con ellas se las puede asesinar con el desprecio más absoluto.

Aunque es posible jugar el juego haciendo de taxista, conductor de ambulancia, bombero o policía (siempre previo hurto del vehículo correspondiente), GTA no abrirá las partes de la isla que están bloqueadas al principio del juego a no ser que cumplamos con las misiones que la delincuencia organizada de Vice City nos propone.

En el juego se explotan todas las prohibiciones y censuras hasta ahora autoimpuestas por los diseñadores/as de videojuegos. El protagonista no es un héroe al uso, no ansía hacer el bien. En GTA se prima ser el mal, la ambición y la brutalidad. La fórmula además tiene un éxito arrollador. Tanta, que otros juegos la repiten: es el caso de *Mafia* y su protagonista, Tommy, un chico al servicio de mafiosos que pretende escalar en la mafia.

Algunas de las acciones que tiene que realizar el protagonista son significativas. Aquí tenemos algunas de ellas como ejemplos, recogidas de una guía para jugar de la revista *Micromanía Soluciones* (2003, 33-39):

"Verse implicado con la mafia de Vice City es más fácil de lo que cabría pensar. Otra cosa es ascender en el escalafón del hampa hasta conseguir finalmente que la ciudad se rinda a tus pies. Con ésta guía podrás obtener las claves para tu carrera

delictiva. (...) Antes de ingresar de nuevo en la mafia, quizás sería conveniente que ganases unos pavos recogiendo clientela en un taxi, entregando pizzas a domicilio, conduciendo una ambulancia o haciendo de poli duro. (...) Para adoptar esos oficios tendrás que romper la ley... Por ello, aquí te mostramos algunos consejos útiles y estrategias de viejo matón. Puedes trabajar para la mafia local, unirte a una banda de traficantes o hasta ganarte la vida honradamente como taxista. Pero el verdadero Tommy no se conforma con migajas: tiene que adueñarse de la ciudad entera... Aquí estamos en Vice City, la ciudad de la libertad... Te enviarán a buscar al chef Leo, al que tendrás que matar en un callejón y robarle el móvil. Aparecerá un aliado y tres cocineros cabreados (acaba con ellos sin piedad). Furia en el jurado: Esta vez tienes que silenciar algunas bocas, así que tras recibir la llamada de rigor, ve al punto marcado, al sur del mapa, y recoge el martillo del accidente. Con él, machaca el coche del juez, pero no le mates. Luego, ve al segundo objetivo y machaca el segundo coche. Pan comido, sin duda. 400 \$. Disturbios: Ve a la tienda de ropa y recoge un mono de obrero. Luego, dirígete a la construcción y golpea a varios trabajadores para que se arme una reyerta a lo grande. En cuanto aparezca el "segurata", cárgatelo y róbbale la pistola. Sólo tienes que destrozar los tres camiones y provocar una explosión disparando al barril. 1000 \$. (...) tienes que matar al traidor de González. (...) Para robar no te interesa provocar una búsqueda y captura por un puñado de pavos, así que te aconsejamos que robes sólo una vez y luego te cargues al dependiente. De esa manera, estarás en modo de arresto leve (equivalente a una estrella), algo fácil de evitar con los diversos ítems de soborno policial que hay repartidos a lo largo de la ciudad. (...) Mantén cerca a tus amigos; Lance también te ha traicionado, e incluso el mismo Sonny irá a tu mansión para robar el dinero de tu caja fuerte. (...) tendrás que matar a Lance Vance. (...) Luego, vuelve a casa y acaba con Sonny. (...) a estas alturas dominarás la ciudad".



Éste es uno de los juegos con mayor cantidad de aspectos negativos y clichés.

Pero además del sexismo directo, hay muchos elementos sexistas implícitos en Vice City. La "cultura macho"² está presente en todo momento. El protagonista es un mafioso que se dedica a extorsionar, robar y matar sin ningún atisbo de sentimientos y con una frialdad increíble, frialdad que tiene que llegar a experimentar el/la jugador/a del videojuego.

La libertad está totalmente prostituida, pues en palabras de los comentaristas, la acción transcurre en Vice City (la ciudad del vicio en inglés), "la ciudad de la

² Este término será ampliamente explicado y analizado en el apartado correspondiente al sexismo implícito de las conclusiones de la investigación.

libertad, el único lugar en el que sólo tú decides". Y volvemos a la asociación de "libertad" con "vicio".

Los sentimientos se pierden y matar, dar palizas o extorsionar, todo es un juego. El lenguaje adopta, en español e inglés, los términos -expresiones breves, simples y cargadas de resonancia agresiva- y curvas de entonación propias de este tipo de contextos, estereotipadamente masculinos.

El racismo es explícito puesto que la población donde transcurre toda la acción está claramente inspirada en ciudades como Miami con un alto porcentaje de hispanos. Los rasgos, el tipo de vestimenta, etc., tienden a configurar un entorno similar. Parece asociar el crimen, la mafia y la extorsión con el mundo hispano.

Lo más sorprendente es cómo lo califican las revistas especializadas: "en el catálogo de PS2 existen pocas propuestas que sean tan enormemente divertidas y ofrezcan tantas posibilidades" (*Hobby Consolas*, 2003, nº extra, 85). Claro que podemos decir que es un juego excelente, si nos atenemos a su objetivo: hacer de la vida criminal un juego divertidísimo. Es una pena que tanta atención al detalle, tanta calidad en la música, tanta habilidad en la programación, tanto dinero invertido, tanto trabajo se haya empleado en diseñar un videojuego para aprender las maneras de matar o ser un criminal.

FIFA 2004

Tipo de juego: Simulador de fútbol



Descripción: Es un juego de fútbol, que propone, como su publicidad indica, experimentar qué se siente al formar parte de uno de los equipos de élite del fútbol europeo, en sus propios estadios y con sus canciones e himnos. Se pueden ver partidos de 17 ligas de primera división, las categorías de plata de España, Francia, Italia, Alemania e Inglaterra,

500 equipos reales, cerca de diez mil jugadores, treinta estadios, etc. Exposición de formaciones, tácticas, atributos individuales, estilos de juego, características de cada jugador. Opciones en modo entrenamiento para ensayar jugadas y lanzamientos, en modo carrera, donde asumimos el papel de entrenador y nos dedicamos a llevar al equipo al triunfo. Podemos disputar un torneo, un partido amistoso, diferentes competiciones.

Análisis: El juego está dedicado al fútbol masculino exclusivamente. Reproduce el estereotipo de que estos juegos son de "chicos". Incluso los locutores radiofónicos son hombres (Manolo Lama y Paco González).

En el mercado de los videojuegos no existen juegos de fútbol femenino porque al no tener tanta repercusión en los medios parece que no serían tan rentables económicamente (que parece que es el único criterio de producción de videojuegos). Por ejemplo, hay juegos de tenis en el que puedes jugar tanto con hombres como con mujeres, e incluso juegos de mujeres exclusivamente como el de Anna Kournikova. Para la Nintendo ya existían hace tiempo juegos de voleibol en los que se podía seleccionar si jugar con hombres o con mujeres. Parece que la mujer como protagonista sólo se comercializa cuando responde al físico socialmente impuesto (Kournikova) o cuando puede activar las fantasías eróticas del hombre (voleibol de chicas "despampanantes").

Los estereotipos de la "cultura macho" se evidencian en el diseño de los protagonistas. Ciertas dosis de violencia pautan y marcan el juego. Los jugadores se muestran agresivos cuando se les expulsa, protestando al árbitro, al igual que cuando se les imputa una falta. El espíritu deportivo es un valor difuminado en el juego. Es curioso que en las faltas indirectas y corners el defensor y el atacante activos puedan empujarse y agarrarse.

Aparecen personas de todas las etnias debido al gran número de selecciones que vienen en el juego y de los componentes de las mismas, pero se les presenta de una forma muy estereotipada: todos los cameruneses o nigerianos tienen la misma

tonalidad de negro, todos los alemanes altos y rubios... Lo cual refleja la primitiva forma en que percibimos las diferencias de los otros diferentes a nosotros ("todos los chinos son iguales, no les distingo") y el desconocimiento que tenemos sobre quienes no son "de los nuestros" ("todos los negros me parecen iguales"). A partir de FIFA 2002 esto se ha modificado un tanto, ya que aparecen "estrellas" del fútbol identificadas con los jugadores reales (Roberto Carlos, Zidane, etc.)

Counter Strike



Tipo de juego: Shoot'em'up (de tiros con visión subjetiva)

Descripción: Consiste en un juego por equipos que enfrenta a un grupo de terroristas contra un grupo de agentes antiterroristas, y es tremendamente real y violento. Tras seleccionar un mapa –Escenario de batallas-, los jugadores uti-

lizan todo tipo de armas –pistolas, rifles, metralletas, bombas, granadas- para enfrentarse al equipo contrario. En las últimas versiones, se añaden armas químicas y sus correspondientes mascarillas anti-gas, así como escenarios deportivos. Para el mantenimiento de los videojugadores se introducen periódicamente elementos nuevos que generan expectativas de refuerzo próximo en los mismos. El alquiler mensual de este videojuego a los cibercafés -pues no se les vende- marca además, que el juego nunca finaliza. Constantemente, la productora, introduce modificaciones que amplía sus posibilidades.

Análisis: Es el juego online multijugador de mayor éxito en Internet y más jugado en red.

Se elige entre ser terrorista o ser antiterrorista. La única finalidad es matar o morir. Con el "atractivo" de que has de "perseguir" a la "pieza" como si fueras un cazador/a.

Las misiones hay que cumplirlas sin ningún tipo de objeción, sin saber por qué, ni si es correcto o ético lo que estamos haciendo. Cumplir órdenes, obedecer, es el elemento básico de la acción. Si en otros videojuegos se ambienta la historia (han secuestrado a la hermana, te han traicionado, etc.), para comprender o minimizar el sentimiento de culpa que pueda haber por matar a otros personajes, aquí no hay nada de eso. No te mueves por un "ideal" o una "causa", sólo por tus habilidades en el arte de matar.

Se pueden elegir armas de entre un arsenal posible. Para ello dan una descripción detallada y las características de cada una de ellas, su peso, disparos por minuto, etc. Todo un muestrario para el conocimiento del armamento necesario para matar. Uno/a se convierte en un experto/a en armas mucho más sofisticado que si tuviéramos supermercados de las mismas a nuestro alcance.

Se utilizan auriculares. Eso permite llegar a conocer con qué arma están disparando, si están detrás, comunicarse con los/as compañeros/as... El conocimiento se profundiza por los indicios. Igual que en la naturaleza sabes que hay un fuego por el humo, aquí puedes saber el tipo de arma por el sonido de sus disparos.

Sensibiliza e impresiona más los sentidos. Es como un halo envolvente que sumerge en un mundo de guerra a través de todos los sentidos.

Son todos personajes masculinos con un diseño físico y un vestuario adaptado a las exigencias del guión. La guerra como expresión máxima del instinto agresivo, no presenta ni un solo personaje femenino. Las mujeres no existen. No aparece ninguna mujer, excepto como en pinturas murales en la plaza del pueblo, carteles de cine pegados en la pared con figuras femeninas y cuadros en una casa, aunque representan pinturas conocidas (vírgenes católicas).

El único objetivo del juego es disparar y abatir el mayor número posible de "enemigos". No se sabe quienes son los enemigos, cuáles son sus motivaciones. Sólo son objetivos a destruir. Da lo mismo que se sea terrorista o antiterrorista. Es el principio maniqueísta llevado al extremo: el enfrentamiento entre dos polaridades irreconciliables, no importa en qué bando esté, porque lo que importa es el enfrentamiento. Ya no es "ni buenos, ni malos", es "o ellos o yo". En este sentido, se une al individualismo más agudo: lo que importa es la propia supervivencia individual. Se cumplen órdenes, eso es lo que justifica las acciones. La obediencia es la verdad y el bien.

Call of Duty

Tipo de juego: Shooter en primera persona.



Descripción: Videojuego de guerra ambientado en la Segunda Guerra Mundial. Estilo “dispara y avanza”. Es un grupo de soldados que tienen que conseguir una serie de objetivos en el contexto de la Segunda Guerra Mundial. Son cuatro campañas a lo largo del videojuego con 24 misiones en las que, desde tres puntos de vista diferentes (soldado norteamericano, británico y ruso), se desarrollan batallas de la Segunda Guerra Mundial.

Análisis: Este videojuego coloca al jugador/a en el papel de un soldado raso. Para avanzar lo que hay que hacer constantemente es matar a otros a los que apenas se identifica, pues casi ni se les ve representados en las imágenes del videojuego, y cuando se pasa por encima de ellos hay tal prisa por avanzar y seguir que no hay tiempo para detenerse o mirar que son seres humanos (sólo para cogerles las armas o el botiquín).

Las misiones se realizan en un escenario dantesco, con muertos y destrucción por todas partes, tratando que dé una impresión lo más realista posible. Es la esencia de la guerra trasladada a un juego, en el que el protagonista tiene que matar de una forma constante y compulsiva para llegar al final.

La mujer en este contexto no juega ningún papel. Parecen no existir las mujeres en el momento en que los videojuegos se centran en las guerras. Desaparecen. Obvia la existencia de mujeres, ni siquiera como víctimas, en estas guerras. Es como un “gran juego” de hombres contra hombres (al estilo de los desafíos de pistoleros en el “oeste norteamericano” que han poblado el imaginario masculino), donde no hay sufrimiento, mueren los “malos”, no hay “daños colaterales”, no hay violaciones de los derechos humanos, de las mujeres y de los valores cívicos más elementales. Todo el dolor y el sufrimiento de las guerras, especialmente de las mujeres y los niños y niñas, se oculta deliberadamente. Se les condena al anonimato y al olvido en aras de centrar el juego en la pura acción. Es la sensación que tienes cuando juegas a ellos: “disparar y matar a todo lo que se mueve”; “primero dispara y luego piensa” (aunque eso sí, tienes que aprender a pensar y coordinarte con los compañeros dirigidos por la inteligencia artificial del juego para durar más en el juego matando con mayor eficiencia y organización).

Es significativo que no haya habido ninguna guerra que no se haya utilizado como argumento o como excusa en el mundo de los videojuegos. Parecen, más bien al contrario, representar la esencia fundamental de la mayoría de los videojuegos, aquellos que son más vendidos y tienen más éxito entre los niños y niñas.

Pokémon

Tipo de juego: Arcade



Descripción: Hay muchas versiones de videojuegos en torno al fenómeno Pokémon, habiendo juegos de rol, lucha e incluso de pinball. Son los juegos de rol de Pokémon los más numerosos y vendidos entre los jóvenes y los que más se ajustan a lo que es la serie de dibujos animados.

La esencia de este juego, es que los "pokémon" son una especie de mascotas que debemos buscar y entrenar, haciéndolas luchar entre ellas. Hay muchos pokémon, y nuestro prestigio de entrenador/a será mayor cuantos más y mejores tengamos.

Así, el juego se reduce básicamente a vagar por el mundo buscando pokémon que luego podremos ver en una especie de agenda donde vienen reseñados con sus características principales.

En la serie Zafiro y Rubí pueden formarse un equipo de dos Pokémon para que se enfrenten a los animales de un entrenador rival. A medida que los Pokémon entablen batallas conseguirán puntos de experiencia que los hará más fuertes; el objetivo final es derrotar a los mejores entrenadores/as de Hoenn y coronarse como maestro/a Pokémon. Se introducen también concursos Pokémon en los que se tiene en cuenta el carisma, la belleza, la dulzura, el ingenio o la dureza de las mascotas. Se pueden conectar hasta cuatro GameBoy Advance.

Además de tener pokémon exclusivos de cada juego, en Pokémon Rubí, el Equipo Magma planea aumentar la masa continental para que haya así más Pokémon terrestres, y en Pokémon Zafiro, es el Equipo Aqua el que pretende convertir Hoenn en un mundo acuático y crear casas para Pokémon de agua.

Análisis: En 1996 se creó el primer videojuego basado en la idea de Shigeru Miyamoto, quien desde pequeño había coleccionado insectos que enfrentaba a los de sus amigos y que con el tiempo trasladó esta idea a la consola GameBoy. La "fiebre" Pokémon llegó a España en noviembre de 1999, apareciendo productos de todo tipo relacionados con la franquicia de Nintendo (cartas, muñecos, ropa, comidas preparadas, dibujos animados y varias películas). Y entre ellos, los videojuegos.

El protagonista principal de la serie de dibujos animados es un chico (el joven Ash), y en las primeras versiones del videojuego sólo era posible protagonizarlo si nos metíamos en su piel. En las últimas versiones se puede elegir ser chico o chica. Esto, que como hemos visto en otros videojuegos, es bastante frecuente, es un elemento indicativo de que la presión y las críticas hacen mella en la industria

videográfica. Pero la solución se ha quedado en el plano estético, pues los diseñadores/as se han limitado a ofrecer una heroína de videojuegos con los mismos roles y estereotipos que los personajes masculinos. Es una simple traslación del mundo masculino en versión femenina.

Actualmente la saga de los pokemon que existen en el mercado ofrecen un gran número de personajes donde el sexo es indeterminado, otros son machos y algunos son hembras, así que en ese sentido no podríamos hablar de sexismo explícito. Pero si observamos las imágenes de mujeres asociadas a los productos de promoción publicitaria del videojuego, podemos ver que repiten los estereotipos habituales de género. Las chicas aparecen con una imagen "aniñada" y "cuasierótica" que reclama la atención de un público masculino que, al parecer, para los diseñadores/as son los mayores consumidores de estos juegos.

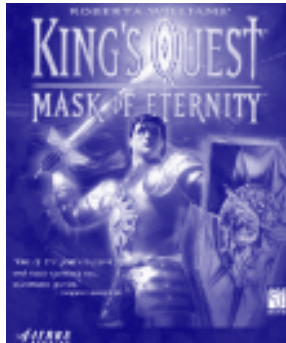
El objetivo del juego reproduce de forma sutil los valores de sumisión y violencia de la "cultura macho", pues el juego se basa en conseguir mascotas, pero no para divertirnos cuidándolas o haciéndolas crecer y poder observarlas, sino para que luchen entre sí. Nuestro rol es el de "entrenador/a", y tenemos que preparar a esas mascotas para combatir. La violencia se presenta en forma de indefenso y entrañable animalito. Quizás la apariencia de éstos bichitos sea simpática y los combates no sean o parezcan crueles, pero el poso que queda de fondo es bastante salvaje. La esencia del juego es la lucha, entrenarse para derrotar al oponente. La tierna imagen de las mascotas disfraza a un duro luchador que el jugador/a ordena y manda cual "autor/a intelectual" de sus actos. Entrenar implica en el juego ejercer poder para vencer al rival. La derrota del enemigo es la solución que se propone como elemento de valor en el juego. A las personas adultas les pueden parecer, los llamados pokemons, ingenuos e infantiles, pero en realidad son la metáfora más cruel de las coordenadas de un mundo violento.



Por último, en todo el engranaje comercial que se crea alrededor del videojuego, el elemento clave es el de coleccionar Pokémon, atrapar cuantos más Pokémon mejor. Es el afán compulsivo de consumo y de acaparar el que parece potenciar el juego con este objetivo.

King's Quest

Tipo de juego: Aventura y estrategia



Descripción: En este juego el objetivo consiste en destruir por parte del protagonista el maleficio por el cual los habitantes de la ciudad en la que vive se han convertido en seres de piedra.

Análisis: La situación previa al juego, se define ya con el poder económico en manos de hombres (Gobernantes del reino). Aunque no hay que olvidar que esto en principio no es un "error" propio del diseño del videojuego, pues pretende recrear un período histórico como la Edad

Media y ésta era la realidad: las mujeres en general no tenían el poder económico, relegadas socialmente a un papel secundario y sometido en función de los hombres.

Sin embargo, una vez que empezamos a jugar nos damos cuenta que la "recreación" no es tal, o al menos no se ajusta a la historia real. Así, al lado de una casa nos encontramos una mujer claramente definida como promesa de placer (grandes pechos, pelo eróticamente descuidado, rubia), a la vez que con connotaciones de cuidadora (haciendo la casa). Lo cual no responde en absoluto a la imagen de mujer habitual en la época, sino más bien al modelo de "belleza femenina" actual que se "comercializa" en determinados ámbitos.

Es sorprendente por eso, que el diseño del videojuego goza de suficiente libertad para permitirse estas "licencias" estéticas con relación a la mujer que profundizan la visión estereotipante de la misma y no se molesten en proponer un escenario que recree una visión de la mujer al margen de las restricciones de la época.

El protagonista da muestras de su enorme seguridad (firmeza en el andar y tono de voz), mientras presenta una mezcla de masa muscular y agilidad física, que parecen ser la causa de su tremendo optimismo y capacidad resolutiva. Ante el peligro, él le ordena a ella qué ha de hacer. La lentitud de ella, a causa de la cual se convierte en piedra, le otorga al protagonista la posibilidad de ser un héroe y rescatarla.

Él aparece con los atributos "varoniles" de esplendor, fortaleza, temeridad, etc, blandiendo su espada, con la que conquistará. Es la encarnación del poder y el triunfo.

La mujer aparece asociada a las características tradicionales: bella, fértil, dedicada exclusivamente a la familia, débil y cariñosa, frente al modelo de hombre

fuerte, resolutivo, cuya función es proteger su núcleo afectivo de los peligros externos.

Ella, víctima, se convierte en piedra. Él va a ser el encargado de liberar a toda la ciudad de tal maleficio, para lo cual tendrá que luchar con todo tipo de monstruos.

A partir de este momento, CONNOR, personaje con el cual se identifica la persona que juega (durante la observación realizada, emite expresiones continuamente en primera persona: "Casi me mata", "Ahora salto por ahí y cojo la ballesta", "a ese no le tengo miedo"...), lucha y vence a distintos personajes para obtener aquellas herramientas que precisa para liberar al pueblo, siendo los sujetos que más le preocupan débiles: mujeres, niños y ancianos. Incluso, el robo queda justificado en función de un bien más alto. Cada vez que roba o mata, recibe un premio, además de vida y experiencia

La violencia se convierte, al igual que ocurre con determinadas guerras actuales, en un bien necesario para establecer la paz, siendo el patrón de conducta amoral fuente de condecoración y halago, a la vez que retroalimenta una ideología altamente dogmática.

Con frecuencia, a lo largo del juego, los personajes malvados tienen nombres femeninos (Maléfica, Bruja, lechuza, culebras, plantas carnívoras, mandrágoras), caracterizados por dosis altas de manipulación dañina, mientras que aquellos que contribuyen a la salvación son masculinos (Gnomo, Mago) dotados de sabiduría y bondad.

El varón es, así, capaz, sano, inteligente, sabe seleccionar sus amigos y utiliza de forma eficiente todos estos recursos, no para sí, sino para proteger a otros. Se replican situaciones de la vida que exigen justamente, para afrontar y superar, el tipo de habilidades que él tiene, lo que le convierte en imprescindible. Las mujeres, los niños..., serán finalmente rescatados... Y su vida tendrá sentido porque para poder dominar es preciso, primero ocasiones para demostrar quién manda y segundo poseer una persona y/o grupo de sumisos.

Es sorprendente que el juego está diseñado por una mujer. Puede ser, por eso, que se plantee que el amor justifica la violencia, así como el endiosamiento del protagonista (dominancia-sumisión de la relación de pareja).

Silent Hill

Tipo de juego: Juego de terror



Descripción: Hemos analizado Silent Hill 2 y Silent Hill 3, pues ambos han sido videojuegos con éxito comercial. En la versión 2 el objetivo del protagonista masculino es encontrarse con su esposa muerta hace tres años. Para ello, recorre -entre aullidos, zombis, extraños y peligrosos monstruos, ambientes nictofóbicos, sucios y hediondos- laberínticos parajes. En la versión 3, Heather Morris, la adolescente protagonista, que está pasando el día en un centro comercial,

súbitamente se ve rodeada por un mundo desconocido, deforme, donde nada tiene sentido, poblado de criaturas monstruosas. Es el centro comercial, pero ha cambiado. Intenta salir llegando al parque de atracciones del centro y tratando de llegar al pueblo de Silent Hill. Sangre adornando el piso, cuerpos crucificados en las paredes..., el terror psicológico pretende ser el hilo conductor de este videojuego, mientras recorremos una ciudad fantasma, llena de puzzles y habitada por monstruos y tipos raros. A lo largo de las fases irá descubriendo la verdad y los medios para salir y acabar con los acontecimientos extraños.

Análisis: Si en la segunda entrega de Silent Hill el protagonista era hombre, en la tercera entrega será una mujer. Pero, frente a la fragilidad de la adolescente femenina de esta tercera parte -aunque se percibe luego como atrevida y valiente-, se destaca el modelo masculino de la segunda que, si bien aparece difuso en muchas ocasiones, se le caracteriza dotado de mayor fuerza y seguridad que el de la adolescente. Parecen haber elegido a una mujer en esta tercera entrega, como si consideraran que las mujeres son mejores protagonistas en los videojuegos centrados en el terror, reiterando el estereotipo tradicional.

En Silent Hill, observamos el viejo esquema del caballero en busca de su princesa, repetido hasta la saciedad, con el uso reforzante (intermitentemente aparece ella o algo que la recuerda), tácito (sombra de María, anillo) o explícito (percepción de María: la ve) de la figura femenina. La mujer se presenta, pues, como objeto deseable. Utiliza una estrategia de seducción -aparece como promesa y...desaparece-, que determina que el varón se sienta crecientemente motivado por las expectativas de la meta que es hallarla.

Otras mujeres que aparecen son: una niña que le guía por un club nocturno (¿qué hace una niña como esta en un sitio como ese?) hasta un peluche que contiene una escopeta, y una chica rubia explosiva que personaliza un malvado demonio. Vertientes, ambas estereotipadas, de mujer: Virgen Santa y Mala Démoníaca.

Habitaciones ensangrentadas, delincuentes ahorcados, utilización de pistolas, son factores violentos que debemos arrostrar para avanzar hacia un objetivo moralmente noble.

Hay muchos elementos que pueden ser interpretados subliminal y metafóricamente como la recreación de un fin de semana. El juego comienza en unos sucios lavabos (imagen de un posible contexto habitual de consumo de droga) y transmite la impresión de una alucinación nocturna, distorsionando perceptivamente los distintos elementos que el sujeto va encontrando a lo largo de su peregrinaje. "Cajita de Blancanieves", "ruido de cascos", "María"... El continuo subir-bajar daría cuenta de los altibajos producidos a lo largo de una noche de "Fiesta". Los zombis representan el movimiento ralentizado y vacío de noctámbulos... Tras el enfrentamiento con un demonio -metáfora de Madre- se pone fin a la aventura en el hotel -metáfora de casa-. Termina el fin de semana.

La protagonista de la tercera entrega es una frágil mujer, Heather, "típica prototipo de anti-héroe sin soltura". La trama se desarrolla en un entorno casi claustrofóbico, como en las anteriores entregas, y tanto los sonidos como las imágenes tratan de contribuir a crear una atmósfera de presión y miedo en torno al drama que vive la protagonista.

Aparecen en esta tercera parte dos mujeres: la protagonista (joven adolescente con rasgos sexuales atrevidos que encarna el bien, simbolizados en su cara de rasgos físicos agradables y con aire de ingenuidad y su vestimenta de colores claros) y Claudia (adulta con aspecto "siniestro" -parece inicialmente una bruja- que encarna la erótica del mal, de lo perverso, simbolizado en los colores de su vestimenta: oscuros).



La caracterización sexual de cada sexo está claramente definida y existe cierta erotización en los personajes femeninos. A Douglas Cartland, el detective que ayuda a la protagonista, se le presenta como adulto con aspecto desaliñado con cierto "aire viril" y a Vincent, joven con aspecto intelectual, como hombre delicado y sensible. Se recoge de esta forma, el modelo masculino emergente, definido por una mayor sensibilidad y dulzura. Pero a este personaje se le presenta como un ser ambivalente, que no se sabe claramente de qué parte está (del bien o del mal).

Las acciones que predominan son: dirigir a Heather a lo largo de los escenarios, eliminar enemigos y resolver enigmas. En ocasiones se puede huir, pero habitualmente la única alternativa es eliminar al enemigo. Heather utilizará para ello cuchillo, pistola y metralleta. Aunque también hay acciones estratégicas (para resolver problemas o enigmas), predominan las pequeñas batallas que

resaltan el triunfo de la inteligencia para destruir y vencer, imponiendo la razón de la fuerza.

La división entre el bien y el mal no sólo se configura a través de los personajes, como ya vimos, sino incluso de la representación del mundo real en estado de "perfección" frente al mundo del caos y la desolación que induce a pensar en el resultado de posibles amenazas devastadoras (catástrofes, invasiones, "terrorismo"?,...)

El Señor de los Anillos

Tipo de juego: Juego de aventura



Descripción: Este juego está basado en la trilogía de Tolkien, El Señor de los Anillos. Llevado primero al cine, aquí se desarrolla en formato de videojuego. Está completamente integrado en la trama de las dos primeras películas, haciendo inserciones en la acción a partir de escenas del metraje original. EA Games diseñó esta trilogía: La Comunidad

del Anillo, Las Dos Torres y El Retorno del Rey siguiendo la trilogía cinematográfica. El retorno del rey es un arcade que consta de 13 niveles repartidos en tres rutas diferentes: por un lado las peripecias de Gandalf en la defensa de Minas Tirith; por otro la lucha contra el ejército de los muertos por parte de Aragorn, Legotas y Gimli; y por último las andanzas de Frodo, Sam y Gollum, en su camino hacia la destrucción del Anillo.

Análisis: Cuando comienza *El señor de los anillos: la Comunidad del Anillo* y Frodo, el protagonista de este videojuego, tiene que viajar hacia Rivendel con el anillo, la que está dispuesta a comprar su casa es Lobelia Sacovilla-Bolsón, una mujer a quien entrega las escrituras antes de partir. Ella se queda al cuidado de la casa y él asume el papel del “viajero” que emprende una aventura. En este videojuego el papel de las mujeres está ligado sobre todo a funciones sanadoras, redentoras, etc., que como en el caso de Lobelia son roles asociados al cuidado y la atención a los demás. El papel tradicionalmente atribuido a las mujeres. Primero todos los demás y por último, ellas.

Pero la definición de los roles de las mujeres en este videojuego depende no sólo del género sino también de la clase social a la que se pertenece. En el caso de Lobelia, mujer de clase social baja, sus funciones se sitúan en torno a la ayuda, el cuidado de la casa. Como vemos su ámbito de protagonismo es el espacio privado. Mientras que las mujeres de clase social alta ocupan el espacio público, pero eso sí, como musas idílicas de la batalla, el modelo medieval de la mujer de clase alta. Más con una finalidad decorativa e inspiradora del hombre que lucha, tratando de conferir carga romántica y una dimensión sensible y más humana a un hombre que se dedica a matar a otros seres. En definitiva vemos cómo las mujeres repiten los roles y funciones habitualmente atribuidas al género femenino: cuidado de la casa y musas idílicas de la batalla. Porque el resto de sus papeles crea una ilusión de presencia femenina, cuando en realidad puede ser obviada completamente.

En una de las misiones del *Retorno del Rey* tenemos que lograr que 200 mujeres se pongan a salvo. De los 6 personajes principales y los 3 ocultos, todos son hombres.



Es curioso que el único papel de todas esas mujeres sea correr despavoridas huyendo. Su presencia en el escenario de la "batalla" no sólo es pasivo y como víctima, sino que es absolutamente prescindible. Parecen no importar. El jugador/a se centra en Gandalf que es el que reparte "mamporros" a diestra y siniestra, para matar a los continuos enemigos que se le vienen encima (orcos, etc.). Pero

esos "personajes" de baja estatura y que van vestidas con hábitos que parecen de monjas (largas faldas y tocás), son casi una molestia visual que aparecen y desaparecen sin que les prestemos la más mínima atención. Lo cierto es que en medio de la lucha las mujeres se convierten en un "estorbo" y acaba no importando si las matan tanto unos (los orcos) como los otros (el propio Gandalf), con tal de que nos dejen de estorbar.

Es el papel habitual de la mujer en los videojuegos que se centran en la guerra como elemento esencial de su juego. Resulta curioso cómo el videojuego omite el papel que las mujeres, históricamente, han tenido en las guerras. Han sido esenciales en el cuidado de los heridos, en el mantenimiento de los hijos e hijas que quedan a su cargo mientras los "hombres van al frente", en el trabajo de reconstrucción de los países destruidos por los hombres, en la búsqueda de un clima de "normalidad" psicológica y social durante la postguerra, en aguantar el sufrimiento padecido por las principales víctimas de todas las guerras (las mujeres y los niños y niñas) y construir una nueva realidad con los jirones de vida que los hombres han dejado tras su exhibición de primitivismo bélico.

Por el contrario, todos los héroes y protagonistas del videojuego son personajes masculinos, asumiendo el papel de viajeros aventureros o guerreros. Lo mismo podemos decir de los "villanos".

La esencia del juego es la guerra. No reproduce la complejidad del libro de Tolkien, ni las relaciones, ni la caracterización de los personajes, ni la cosmovisión que quiso transmitir este autor. Sólo se centra en matar y matar (aunque eso sí, los muertos parecen no sangrar, ni sufrir y desaparecen discretamente).

Resident Evil

Tipo de juego: Juego de aventura



Descripción: Saga que se sitúa en una población llamada Raccoon City, infestada de muertos vivientes. La compañía de investigación Umbrella se instala en Bión. Los científicos comenzaron a realizar experimentos biológicos en una mansión abandonada de las afueras. Con la marcha de los científicos a la mansión empezaron a llegar noticias

y rumores sobre la existencia de un animal salvaje que asesinaba a personas. La ciudad de Raccoon tiene miedo, la gente no se atreve a salir a las calles por la noche, casos de histeria colapsan hospitales y salas de urgencia y el cuerpo de policía no da abasto con todas las exigencias de la población. Todo esto es debido a una serie de misteriosos sucesos. Como relatan algunos testigos, "criaturas devoradoras de hombres" atacan a los ciudadanos en actos de extrema e irracional violencia. Ante esta situación las autoridades, desbordadas por el tamaño de la problemática, reclaman la puesta en marcha del equipo S.T.A.R.S. Para investigar sobre lo ocurrido se envió un grupo de misiones especiales Stars Bravo, al tiempo de su marcha se perdió toda comunicación con estos soldados y por ello decidieron enviar a un segundo grupo de soldados llamados Alpha. En definitiva, el objetivo es escapar de los zombis, sobre todo de NÉMESIS que es una especie de supermonstruo que no muere hasta el final. Resident Evil 3 nos localiza en el mismo escenario que anteriores entregas: Raccoon City. Es más de lo mismo.

Análisis: Si en Resident Evil 2 se podía elegir, en una de sus modalidades, entre un protagonista masculino (León) o una femenina (Claire), en esta tercera parte el personaje central es una mujer.

Efectivamente, la protagonista de *Resident Evil 3* es una mujer: Jill Valentine. Se la caracteriza como mujer "moderna" que "cuando se lo propone, sabe sacar provecho de sus atractivos femeninos, pero también puede dar una imagen de chica salvaje". Este modelo, cada vez más extendido de mujer "moderna" protagonista de diversos videojuegos, diseña un "híbrido" actual entre comportamiento masculino-salvaje, pero con la imagen de mujer seductora anclada en los referentes sexuales de atracción e incitación al hombre. Es una visión que cosifica aún más a la mujer y, dotándola de atributos masculinos ligados únicamente a la acción agresiva y de combate, en el fondo la sigue considerando objeto de placer por sus "atractivos femeninos", pero con cierto "aire igualitario" de lucha. Parece más bien una proyección de las fantasías sexuales masculinas ligadas a visiones sadomasoquistas de la función de las mujeres (seducir sumisamente, pero a la vez dominar salvajemente). Parece que la mujer ha de incorpo-



rarse al mundo masculino y sus valores más “tradicionales”, pero manteniendo su mundo “tradicional”.

El juego comienza con un aviso en el que se advierte al jugador de las escenas sangrientas por las que ha de ir pasando. Inmediatamente aparece la protagonista, una mujer de considerable estatura, bien formada, de físico atractivo, pelo de color castaño más bien corto y ojos verdes; vestida con un pantalón corto y una blusa de amplio escote y por debajo de los hombros; el calzado son unas botas hasta las rodillas. Quien ha diseñado su imagen ha preferido sacrificar la vestimenta que hubiera sido la adecuada para una misión (y que no hubiera dudado en utilizar en caso de ser un hombre), en favor del atractivo de su físico y su poder de enganchar más de cerca al usuario masculino.

Se la caracteriza como muy delgada, alta, morena, de piel clara y figura estilizada. Dado que la protagonista es una mujer, se le da al jugador/a la posibilidad de elegir su vestimenta. Hasta 8 alternativas: una de las cuales es el especial 5 “tipo sexy”: body negro, botas altas y medias negras. Incluso cuando se elige la vestimenta menos “femenina”, la militar, los pantalones verdes son muy ajustados. Siempre es vestimenta ceñida y llamativa. Cuando se queda quieta pone la mano izquierda en la cadera y balancea la pistola. Todo ello orientado a dar una imagen de la protagonista sexy y provocadora.

Su misión consiste en poner orden y tranquilidad en la ciudad. El orden y la tranquilidad consistirán en acabar con los conciudadanos/as convertidos en zombies, utilizando las armas y abatiéndoles a tiros.

Comenzada la misión que tiene que llevar a cabo, no hay nadie que la ayude. Sigue las pautas de los modelos masculinos del individualismo y el protagonista solitario/a que ha de salvar a todos los demás. Ella sola es suficientemente capaz para enfrentarse a todos los zombies que le vayan saliendo a su paso y superar todas las trampas que le tiendan a través de un complicado laberinto de calles estrechas con subidas y bajadas de escaleras y un buen número de puertas que ha de ir abriendo para pasar de un lugar a otro, a veces no exentas de alguna que otra sorpresa. El tipo de rol que desempeña, a imitación del masculino, es agresivo y expeditivo en la eliminación de otros seres. Como siempre, no importan los medios, lo que verdaderamente nos preocupa es la consecución del fin que nos han propuesto.

Las personas entrevistadas a lo largo de esta investigación coinciden en la valoración de este juego. Prácticamente todas ellas están de acuerdo en que es “un juego muy entretenido y muy real”, “es un juego muy bueno”, “es el mejor juego de terror que he visto”, “mezcla muy bien la aventura y el terror”, etc.

En la red, se habla muy bien del juego. La crítica no cuestiona la violencia que contiene, es más, define al juego como el mejor de la saga en contenidos violentos y sangrientos, lo que nos hace pensar que cuanto más violencia contiene un juego y más crudo y sangriento sea, más interesa al público y mejor valorado es.

Splinter Cell

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Sam Fisher, es el protagonista de Splinter Cell. Un hombre que tiene que ejecutar una serie determinada de misiones mezcla de espionaje (infiltración) y eliminación de supuestos enemigos. Más que trama, este videojuego se basa en objetivos que hay que cumplir para pasar a la siguiente misión.

Análisis: Se califica a Fisher como "veterano de mil guerras no declaradas", es decir, mercenario o asesino a sueldo para quienes tienen dinero suficiente para poder pagarle.

Es un modelo de hombre tipo "chicarrón fuerte", duro, vestido con ropa negra de tipo militar de la cabeza a los pies, de vuelta de todo, cínico, no habla, sólo avanza, pelea y dispara. Sus habilidades vienen definidas por "colgarse de tuberías", "subir escaleras", "encogerse en tuberías", "agacharse", "utilizar multitud de armas", "deslizarse por cornisas", "reventar cerraduras" y "correr". Parece que pensar no está entre sus posibilidades. Mucho menos sentir o empatizar, dialogar o negociar.

Los buenos son los agentes de la CIA, los cazabombarderos de la OTAN, los soldados americanos apresados, el asesino a sueldo Sam Fisher... Los malos, por el contrario, qué casualidad, serán el presidente de Georgia que ha declarado la guerra a Estados Unidos, los terroristas ocultos en una plataforma petrolífera del Mar Caspio, los mercenarios rusos, el gobierno chino, etc. Y por si fuera poco, para justificar esta "justicia paralela" de ejecuciones sin juicio, han secuestrado a la hija de Sam Fisher. Al final, como en las mejores películas de James Bond, recibe las felicitaciones de rigor por salvar el mundo, y "tómame unas vacaciones..." Nadie las merece más que el "bueno" de Sam Fisher.

Una vez más, tanto los buenos como los malos son personajes masculinos: las mujeres no deciden. En este caso sí vemos que aparece una mujer (Cohen), pero parece como si ella debiera demostrar lo buena que es y los hombres no. "A pesar de su aspecto tímido, Cohen es una competente espía" (*PlayStation Magazine*, 79). Aunque el comentarista nos indica que es tímida pero buena espía, parece como si entre líneas nos quisieran decir "a pesar de ser mujer es buena espía". La otra es la hija del protagonista que aparece secuestrada y tiene que ser rescatada. Es el eterno mito del "príncipe y la princesa", aunque en este caso el príncipe sea un asesino. Pero como alguien dijo "es uno de los nuestros".

Aparece también Anna, en la versión game boy advance, que uno de los contactos de Sam Fisher en la agencia y le proporciona la información para llevar a cabo las operaciones. Su función es la de mera transmisora o "secretaria eficiente" de las órdenes de otros. Es su único papel y la función que tiene en el videojuego.

Como suele suceder con cierta frecuencia en este tipo de videojuegos, los terroristas son de Europa del Este, apoyados por soldados chinos y países exsoviéticos como Georgia, conformando un trasfondo de potenciales enemigos del mundo libre con muchas resonancias políticas. El videojuego reincide en la idea de terrorismo como peligro para el mundo libre e incluye en la trama terrorista a un país como Georgia, con relaciones con Rusia, la amenaza de los estadounidenses de antaño, y con la potencia en la sombra, China. Nada es casual.

Aparece también la visión etnocéntrica, tan repetida en estos videojuegos, pues se silencia medio continente americano (Latinoamérica), tanto en el videojuego como en las revistas y comentarios sobre dicho videojuego, en donde se utiliza la parte (norteamericano) por el todo (americano).

Actualmente existe el programa Third Echelon creado por la NSA (National Security Agency) de Norteamérica para proteger, según ellos, a EEUU de amenazas potenciales a la seguridad nacional. Su existencia es negada por el gobierno de los EEUU, pero Third Echelon funciona a imagen y semejanza –o será a la inversa- de *Splinter Cell*: implementa unidades de recogida inteligente de información que consisten en agentes de campo solitarios soportados por un equipo remoto. Este videojuego invita a los jugadores/as a infiltrarse en las oscuras sombras del ciberterrorismo y el espionaje tecnológico a través de una sub-agencia de la NSA llamada Third Echelon, compuesta por un grupo de estrategas, hackers y operadores de campo, y encargada de llevar a cabo operaciones encubiertas para salvaguardar la Seguridad Nacional. Solo y dispuesto con armas de tecnología punta, Sam caminará entre la delgada línea que separa lo legal y lo ilegal. Deberá infiltrarse en el territorio enemigo y "neutralizar a sus oponentes sin dejar ningún rastro".

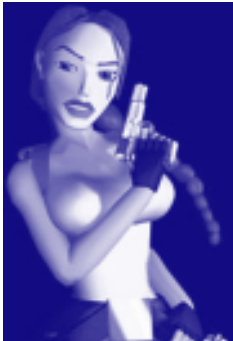
El argumento y la ambientación del juego *Splinter Cell* es objeto de los siguientes comentarios bañados en ironía en la revista *Game Live* (2003, nº 27, 56): "Los métodos de esta organización pueden parecer un tanto cuestionables, pero, en definitiva, no son más que gente que se toma tan en serio la Declaración de los Derechos Humanos que están dispuestos a hacer cualquier cosa para defenderlos. Incluso violarlos de vez en cuando. Nada que no encontremos en la realidad. No lo dudes, estos tipos defienden nuestra libertad. Son expeditivos y justicieros. Creen en lo que hacen. Y ante esa fe ciega y esa pureza de ideales, ¿qué puede importar que infrinjan alguna que otra ley y que se pasen por el forro de su mira telescópica algún que otro acuerdo internacional? ¿Acaso no dijo George Bush que para hacer tortilla hay que cascar los huevos?"

Dado que el ambiente en el que se desarrolla todo el juego es tétrico, en penumbra y oscuro, obliga a los jugadores/as a estar pendientes y centrar toda la atención para saber si la sombra que se entrevé en cualquier esquina es un enemigo o no.

Este juego, como casi todos los de guerra y de shoot'em'up (Counter Strike, Metal Gear, etc.) es un muestrario de armas. Aquí aparecen gafas de visión nocturna, gafas de visión térmica, granadas de gas somnífero, pistola con silenciador, rifle de precisión, etc. Es sorprendente, en este sentido, cómo aprenden tan rápidamente los chicos y chicas la utilización del armamento. El comentario de un jugador que acaba de empezar a jugar a este videojuego y se pone las gafas de visión térmica después de matar a un personaje es: "esto es una mierda, en teoría ese cuerpo debería estar caliente y no se ve rojo".

Tomb Raider

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Lara Croft es una de las leyendas de la historia del videojuego. La saga Tomb Raider ha sido una de las más prolíficas de la historia del videojuego desde 1995 y con un personaje tan carismático y popular como Lara Croft, “la saqueadora de tumbas más sexy” al decir de los publicistas.

Todas las historias que se desarrollan en la saga de Tomb Raider son historias completas. La protagonista, Lara Croft, es arqueóloga y cada una de sus aventuras consiste en encontrar un artilugio mágico. Para ello se desenvuelve sobre escenarios diferentes (el interior de un submarino, las calles de Roma, el metro de Londres, la Antártida,...) siguiendo pistas y pasando pruebas. La acción del videojuego consiste en trepar, saltar y luchar en medio de ruinas mayas o tumbas reales en busca de reliquias ancestrales, al estilo de Indiana Jones. Además de enfrentarse a los enemigos ha de resolver innumerables acertijos.

En general, cada escenario de esta saga tiene un solo camino válido que hay que descubrir entre todos los caminos posibles pasando una serie de pruebas: resolver enigmas (activando mecanismos o utilizando objetos encontrados), matar o huir de enemigos humanos, animales o fantásticos, salir de lugares mediante saltos acrobáticos o encontrando puertas secretas.

En estas acciones Lara puede ser dañada (disparos, caídas, trampas, mordeduras, quemaduras) que se reflejan en una barra de salud. El nivel de salud puede recuperarse con botiquines médicos que Lara encuentra en el camino pero si el daño es grande y la barra de salud llega a cero, muere y se acaba el juego. En cualquier momento se puede salvar el juego, por lo que no hay que repetir todo el escenario en caso de fallo.

Análisis: En el desarrollo del juego, Lara Croft actúa, exclusivamente, con los movimientos mandados por el jugador pero en los videos de presentación, Lara Croft se presenta como una heroína joven, atractiva, inteligente, elegante, sexy, intrépida e individualista; siguiendo el modelo “James Bond” con la pasión aventurera y de investigación, modelo “Indiana Jones”.

Es la única heredera de una gran fortuna y en los periodos entre aventuras vive en un lujoso palacio en Inglaterra con la única compañía de su criado. Es blanca (todavía no hemos encontrado un o una protagonista negro o negra, y prácticamente inexistentes de otras étnias, en todos los videojuegos analizados). Es de clase alta con criado masculino.



En la mayoría de los juegos de Lara los “malos” son personajes humanos con mucho poder (mafiosos millonarios, otros arqueólogos, etc.) o seres fantásticos (un dios egipcio, el fantasma de un caballero medieval o a veces humanos que mediante algún proceso mágico se convierten en sobrenaturales). Cada uno de estos personajes suele tener una corte de subalternos a los que Lara tiene que matar o derrotar (soldados, guardianes, fantasmas, momias, fieras) hasta que al final se tiene que enfrentar al “malo” y vencerlo.

Lara utiliza armas de fuego de distintos calibres (pistolas, escopetas, subfusiles, rifles, lanzagranadas) así como arpones y ballestas que usa en defensa propia. En cada disparo que recibe Lara o cualquiera de sus adversarios saltan unas gotas de sangre indicativas de que el disparo es efectivo. Al final de una acción de combate Lara siempre muere o mata al adversario, que se desploma emitiendo un quejido lastimero.

La protagonista tiene un gran atractivo sexual. La vestimenta que utiliza lo acentúa (shorts y camiseta ajustada) así como sus movimientos y en parte también los diálogos. Sin embargo no utiliza nunca este atractivo para resolver ninguna situación durante el juego. Es el único personaje femenino que aparece y se presenta como “una mujer aguerrida en un mundo de hombres”.

La llaman la “top model” de los videojuegos. Es una proyección de las fantasías sexuales de los hombres. Es un modelo que tienden a imitar las adolescentes para ligar. Está diseñada en función de los hombres. Es el modelo de mujer para y por el hombre. Lo que hace no llama tanto la atención de las chicas como lo que representa en el deseo de los hombres.

Pero el que la protagonista sea una mujer, no debe llevarnos a engaño. Todo su comportamiento es lo más parecido a un hombre, lo que sigue planteando que el modelo a seguir es el masculino. El hecho de que Lara sea mujer, sólo importa en el aspecto físico. Esto es la forma de llamar la atención del consumidor masculino y la forma de seducir al jugador “macho”. El hecho de ser mujer la protagonista sólo importa como reclamo sexual.

Es esta permanente ambigüedad la que se mantiene en la visión y configuración de este personaje híbrido: mitad mujer, mitad hombre. En ambos casos, resaltándose los aspectos más estereotipantes. Y si no analicemos el comentario sobre el videojuego hecho por Sánchez (2003, 12): “la escultural salteadora de tumbas (...) cuenta con un potente arsenal, del que cabe destacar las ametralladoras Uzi y las pistolas Magnum, que Lara es capaz de usar a dos manos sin que se le corra el rímel”.

Kingdom Heart

Tipo de juego: Rol



Descripción: Kingdom Heart es un juego de rol, en el cual el sujeto asume el papel de Sora, un joven dispuesto a rescatar al rey Mickey, líder de los Concorazón, y su cetro de las manos de Lado Oscuro, líder de los Sincorazón y que se apodera de todos los corazones que encuentra a su paso en su afán de sembrar el terror en el planeta. Sora, Riku y Kairi, amigos, siempre han vivido en la isla Destiny. El sueño de explorar que yace más allá de las aguas siempre ha estado en su mente y en su alma. Entonces, un día, su mundo es separado. De la oscuridad vienen las sombrías y crueles formas que buscan la destrucción, destrucción que se lleva a los dos mejores amigos de Sora lejos de él. Mientras sus amigos son llevados a la nada, Sora intenta agarrar la desvanecida mano de Riku, pero es llevado a la oscuridad. La mano de Sora emerge, trayendo consigo una extraña espada con forma de llave. En algún otro lugar del universo, otro reino tiene su propio problema, el rey se ha perdido, dejando al mago de la corte, Donald y al caballero real, Goofy con la responsabilidad de encontrar al soberano. Su única respuesta es buscar a aquel que tiene la espada llave. Para ello, Sora debe recorrer varios mundos sacados de los cuentos más famosos de Disney (El país de las maravillas, Final Fantasy, Ciudad de paso, Olimpo, Tarzan, Aladdin, la Atlántida, Ciudad halloween, país de Nunca Jamás) acompañado por el Pato Donald y su escudero Goofy, además de sus amigos Riku, Kairi y los personajes buenos de los cuentos.

Análisis: El juego propone personajes de Disney en una aventura con batallas y pequeños fragmentos de plataforma. La acción se desarrolla en torno a Sora, buscando las tierras para encontrar a sus dos amigos perdidos.

El/la jugador/a debe abrir las puertas de los distintos mundos para lograr su objetivo. Para ello, consigue, tras aprender a pelear, una formidable llave mágica. Sus golpes, en la medida en que aumentan, se multiplican en potencia. Además, en las conquistas, se obtienen puntos de experiencia que permiten ir más deprisa. Por lo que parece que cuanto más se pelee o destruya a otros seres, más competente se vuelve y más poder se tiene. Pero todo esto viene envuelto en unas imágenes idílicas y entrañables de personajes de cuentos que parecen justificar sus acciones, aunque sean asesinatos o destrucción. El matar se convierte en divertimento. La violencia se reviste de colores "disney". Y el modelo masculino de conflicto y lucha permanente sobre los otros para progresar en el juego se transforma en norma.

Si las personas adultas ven el juego desde fuera lo que perciben son dibujos animados entrañables y que desprenden casi una imagen de ternura y bondad. Rasgos físicos suaves y redondeados, rostros afables e ingenuos, de mirada tranquila con

grandes ojos..., pero sobre todo, personajes "disney" identificados con la más tierna infancia y con un mundo "sin maldad". Pero la realidad es muy distinta. La esencia del videojuego es la lucha sin cuartel centrada en artes marciales con unos tintes muy agresivos. No hay más argumento que la lucha para progresar en el juego. No hay más posibilidad que destruir a los enemigos para avanzar.

Es muy sutil la inversión de valores que aquí se produce. No sólo por esta fantasía "disney" al servicio de la destrucción. Sino porque, incluso los valores positivos más sagrados como la amistad, se convierten en medios instrumentales para utilizar la violencia. La unión hace la fuerza, nos dicen como valor positivo. Pero aquí se utiliza para un fin cuyo carácter dista mucho de poder considerarlo como algo valioso: matar a otros sujetos. Se le hace ver al jugador o jugadora que los/as amigos/as son figuras clave para poder destruir a sus enemigos. Así, en Olimpo, los tres amigos consiguen vencer a grandes grupos de enemigos uniéndose todas sus posibilidades de acción.

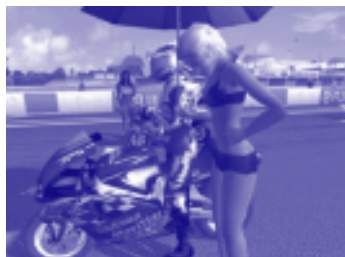
Las figuras femeninas aparecen bien como víctimas - Campanilla es salvada de un secuestro y Alicia de una injusticia, prisionera de la Reina de Corazones- o como pacientes y perseverantes -Kairi-, mientras que la heroicidad, valentía, sentido de la justicia, habilidad en combate....es reservada a los hombres. Igualmente los papeles jerárquicos o que significan poder están reservados para el mundo masculino.

En general el papel de la mujer en este videojuego es prácticamente nulo. Como lo describía una videojugadora "es la chica del coche", haciendo alusión a los anuncios publicitarios donde para promocionar un coche aparece una "atractiva" mujer, al lado del mismo, sin ninguna función que sea significativa o relevante. De hecho los y las investigadoras que estábamos haciendo el análisis de este videojuego comentábamos que se nos había olvidado analizar su rol, hasta que alguien comentó "es que no tiene ningún papel, excepto el publicitario".



Moto GP3

Tipo de juego: Deportivo



Descripción: MotoGP—como su nombre indica— es el juego oficial del campeonato del mundo de motociclismo en su máxima cilindrada. Este título, desarrollado por Ultimate Racing, pone a nuestra disposición 10 de los circuitos más importantes del Campeonato, y en el que el videojugador/a puede asumir la personalidad de los pilotos más afamados del momento.

Análisis: Videojuego en torno al deporte de competición en motos.

Como podemos ver el papel de las mujeres es “el propio” en estos juegos de competición: reclamo. Pero con un toque de sumisión expresa (“sujetando la sombrilla” al guerrero que descansa y ni siquiera la mira), como si desempeñara el papel de esclava (mirando sumisamente hacia abajo). Ciertamente, se puede afirmar que esta escena es realista, ya que sucede en las carreras de motos en circuitos y que lo que se debería cuestionar sería la realidad y no su reproducción en un videojuego. Pero hemos de preguntarnos por qué se reproducen en los juegos que van a utilizar nuestros hijos e hijas determinados estereotipos de forma reiterativa, mientras se permiten tantas “licencias” en el diseño y la representación de otras realidades. No se puede seguir justificando la reproducción de estereotipos en los juegos alegando que éstos reproducen la realidad y que es ésta la que está mal y, en consecuencia, es la que habría que cambiar. Si algo caracteriza al juego, es la fantasía y no su réplica exacta de la realidad, sobre todo cuando lo que se “replica” es la parte menos educativa y más sexista de esa realidad. Pues con la excusa de que los juegos no hacen más que representar la realidad que tenemos se produce un círculo vicioso del que no se puede salir. Educamos a las futuras generaciones en esos mismos estereotipos que posteriormente vuelven a reproducir y como la realidad se acaba configurando así, la volvemos a representar de nuevo en los juegos de la misma forma. Y así hasta el infinito. Justificamos así la perpetuación de los esquemas y modelos que criticamos. Si realmente queremos cambiar la realidad futura debemos empezar por cambiar los juegos de nuestros hijos e hijas.

En este videojuego los personajes que se pueden elegir son hombres, campeones de carreras de motos. Ofrece diversos modos de juego, entre ellos el multiplayer, jugar una temporada de GP, correr contra viejas glorias del motociclismo e incluso unos minijuegos. Las motos están llenas de detalles como por ejemplo las pegatinas de los patrocinadores y están realizadas con total fidelidad con respecto a las reales, cada una con su propia forma.

La misma tónica se ha seguido con los pilotos, que levantan la cabeza cada vez que han de coger una curva o miran hacia atrás cuando un piloto les sigue muy de cerca, con sus trajes y cascos idénticos también a los de verdad. En cuanto a los escenarios, estos parecen estar llenos de vida con sus pancartas de propaganda totalmente legibles y la gente animando en las gradas, además tienen un trazado idéntico a los circuitos reales, con detalles como las marcas de los derrapes o el cambio de luz según como caiga la luz del sol.

La publicidad de la caja del videojuego dice: “Déjate llevar a más de 150km/h en tu carrera hacia el título de mejor corredor. Compite contra los mejores del mundo y demuestra que tu puedes estar entre ellos”. Parece que no hay posibilidad de divertirse sin competir y ganar frente a los otros: los perdedores.

Tekken 4

Tipo de juego: Arcade de lucha



Descripción: El escenario descrito en el juego es el Torneo Tekken: "la competición de artes marciales más brutal y prestigiosa del mundo". La esencia del juego es una sucesión de combates entre dos luchadores/as a elegir entre el total de personajes. Hay dos modalidades de juego: un/a jugador/a contra la máquina o dos jugadores/as luchando entre sí. En el primero de los casos el éxito final se consigue derrotando a todos los demás luchadores y luchadoras y en el segundo caso no hay final, puesto que se puede seguir estableciendo combates indefinidamente. Se puede establecer la lucha contra la máquina como un entrenamiento para jugar posteriormente contra otro/a.

Una vez establecido el escenario (simple cambio de paisaje de fondo) y las personas combatientes de cada bando, se comienza el combate establecido al mejor de tres asaltos, es decir al que gane dos. Cada asalto tiene una duración máxima de 40 segundos pero puede terminar antes si uno/a de los combatientes consigue un K.O. La acción de combate consiste en golpear al contrario (combinaciones de puñetazos, patadas y llaves típicas de artes marciales) y en eludir los golpes. Hay siempre en pantalla una barra de salud para cada uno de los luchadores que va disminuyendo conforme recibe golpes del adversario; cuando esta barra llega a cero se produce el K.O.

En el caso concreto de Tekken 4 es una continuación de Tekken 3. La historia se desarrolla veinte años después de que Heihachi arrojara el cuerpo de Kazuya a un volcán para asegurarse que jamás saldría de él. Lo que no sabe es que, unos días más tarde de haberlo arrojado al cráter del volcán, la Corporación G recuperó los restos de Kazuya y utilizando su tecnología en biogenética lo devolvió a la vida. Desde ese momento investigó los biomecanismos del Gen del Diablo sometiéndose a varios experimentos para conocer y controlar su poder y así poder destruir a Heihachi y Mishima Zaibatsu. Al mismo tiempo Heihachi también busca el Gen del Diablo. Y así transcurren veinte años. Pasado ese tiempo Heihachi se entera que Kazuya está vivo y manda a la fuerzas Tekken a atacar la Corporación G. El ejército no vuelve, pero gracias a las grabaciones de las cámaras en los cascos de los soldados se ve como Kazuya acaba con todos ellos. Así que Heihachi decide convocar el The King of Iron Tournament 4 para atraer a Kazuya. Y así empieza Tekken 4.

Análisis: La única relación entre los personajes es la lucha, la pelea. Es la definición esencial de los personajes, tanto masculinos como femeninos. Es el único rol



y misión que desempeñan. Luchar y ganar, derrotar al otro, que se convierte en el "enemigo" a vencer. Como dice la propaganda: Tekken es "la competición de artes marciales más brutal y prestigiosa del mundo".

El modelo de hombre, es el de un individuo musculoso y el de mujer también, aunque en menor medida. El modelo de mujer que presenta adopta el rol y el comportamiento típicamente masculino de lucha por el poder mediante el combate. Parece sugerir: ahora todos y todas ya somos iguales, ya nos matamos de la misma forma. Es la consagración del valor de la violencia como valor fundamental, al que la mujer ha de integrarse.

No obstante, siempre hay ese "pequeño matiz" que se resalta, "poniendo a las mujeres en su sitio": las mujeres en la lucha son más ágiles y rápidas, pero los golpes son más débiles que los de los hombres, ya que los de estos últimos "quitan más energía".

La vestimenta de los personajes femeninos es pretendidamente sensual: shorts y camisetas ajustados, vestidos abiertos, etc. No ocurre lo mismo con los personajes masculinos. En la imagen que se ve aquí, podemos apreciar que a una de las luchadoras se le ve parte del pecho y a otra la ropa interior. En ambos casos tanto el pantalón como la falda, son cortas y ajustadas.

En las últimas versiones del juego aparecen personajes de distintas etnias y nacionalidades: japoneses, chinos, sudafricanos, robots e incluso con cabezas de animales.

The Getaway

Tipo de juego: Arcade, estrategia.



Descripción: Mark es un ladrón de bancos profesional que quiere reformarse. Pero cuando Charlie Jolson, el jefe de una banda criminal, mata a su mujer y secuestra a su hijo, se ve obligado a infiltrarse de nuevo en el sórdido mundo del vicio y la corrupción para intentar liberar a su hijo de las garras del hombre más temido

entre los criminales. El objetivo del juego es seguir con vida, incluso si eso significa que hay que robar, conducir como un loco, o causar estragos por la ciudad a través de 24 misiones (las primeras 12 con Mark Hammond y las 12 siguientes con Frank Carter, el poli que le persigue) para acabar con los malos.

Análisis: Es el modelo GTA (Vice City). Para cumplir las misiones, hay que recorrerse la ciudad en coche, llegar a un punto, cumplir la misión y huir. La ciudad cuenta con un plano real, con monumentos y casas típicas de cada barrio. Es como si condujeras de verdad por la ciudad. Los coches son modelos del mercado, taxis, buses... Todo parece increíblemente real. Es sorprendente que todos los pasos de cebra del juego tienen el bordillo rebajado para las sillas de los minusválidos, contemplando un aspecto de integración que choca con el contexto general de este juego.

Aparecen además personajes de otras etnias como protagonistas de la acción, pero en algunos casos parecen representar estereotipos que confirman determinadas formas de concebir la migración como problema: Jamahl, jefe de la banda de los jamaicanos, se dedica a traficar con crack y cocaína y con armas; Shan Chu Lee, líder de la Triada en Londres, que es la mafia china, se dedica a traficar con personas y con inmigrantes ilegales.

El hombre aparece como duro, violento, y sucio, mientras que las mujeres aparecen como frágiles (mujeres policía), exceptuando a Yasmin, que aparece como una asesina despiadada que usa sus encantos para conseguir lo que quiere. Curiosamente, Yasmin es una asesina que tienen que aclarar que fue prostituta de lujo (parece que necesitan justificar o explicar su conducta actual de asesina, alegando su pasado "inmoral"). Con el resto de los hombres protagonistas no parecen meterse en su pasado y menos en sus relaciones sexuales. Se gana la vida matando y "los hombres siempre hacen lo que dice ella". Morena y con muy buen cuerpo, mezcla todas las fantasías estereotipantes del imaginario masculino sobre las mujeres. Parece un compendio de la proyección del deseo "macho".

La historia de esta mujer es el resultado de una lectura machista bastante común y reiterada. Es como si la mujer resolutiva y decidida tuviera que ser una copia del



modelo de hombre duro, inflexible y asesino, producto de una historia pasada marcada por la violencia o la humillación (en el caso de la mujer el haber sido prostituida). Parece como si las mujeres sólo tuvieran la opción de ser sumisas y pasivas o ser seres crueles al estilo masculino.

La policía también cuenta con mujeres que visten con falda. Las mujeres policías aparecen patrullando y te pueden detener, pero los encargados de los tiroteos y de las persecuciones en coche son hombres en un 95 % de los casos. En la comisaría de policía aparecen mujeres trabajando de secretarias. En las recepciones de los sitios aparecen mujeres y también aparecen mujeres en bares de strip tease bailando desnudas.

El lenguaje que se utiliza es el propio de la "cultura macho": palabrotas como 'coño', 'joder', etc., lo ponen de relieve. Se denominan con expresiones apelativas en ese mismo sentido: "hijo de puta", "mariconazo", etc. La violencia es recurrente: disparan armas, roban vehículos a punta de pistola, se saltan las reglas de tráfico, chocando con otros coches y atropellando a los viandantes. Se puede hacer uno con rehenes y usarlos como escudos humanos con cinco opciones: dejarlos libres, romperle el cuello y matarlo si controlas a Mark o arrestarlo y golpearlo si controlas a Frank. Es un juego muy violento, con mucha sangre, asesinatos y atropellos por todos lados, robos, incendios, drogas, armas, imágenes de torturas y cadáveres, secuestros, etc.

Half Life

Tipo de juego: Acción / disparo



Descripción: *Half-Life* es la historia de un científico, Gordon Freeman, que es contratado como investigador asociado en los laboratorios Black Mesa, en el desierto de Nuevo Méjico. En la cámara de pruebas, durante un importante experimento, se produce una gran explosión. Freeman pierde el conocimiento y, cuando despierta, ve que hay extraños seres alienígenas en los pasillos. Intenta huir, pero se da cuenta de que la arquitectura del complejo, con sus sofisticados sistemas de protección, se ha con-

vertido en una trampa mortal. Después de incontables desventuras, Freeman encuentra a otro científico que sigue con vida y que le da esperanzas: al parecer, el ejército se dirige a la zona. Cuando llegan los militares matan al científico. Se supone que tienen que mantener el "Secreto de Estado". Más tarde, otro superviviente nos informa de que el Gobierno ha dado órdenes estrictas de que nada de lo que se estaba investigando en secreto en Black Mesa salga a la luz. Eso incluye la eliminación de todo ser vivo, tanto alienígenas como científicos.

Análisis: Este videojuego, frente a otros de tipo "disparo", como Counter-Strike, tiene un argumento elaborado y con ciertos matices críticos con el sistema. Así, por ejemplo, durante el desarrollo del juego nos enteramos que el "Administrador" del complejo (un tipo vestido con traje y corbata al que se ve al principio) estuvo presionando al equipo científico para que forzara la maquinaria y se obtuvieran resultados más rápidamente. Podemos entender aquí un cierto apunte sobre las consecuencias que puede provocar la investigación científica sometida a las leyes de productividad capitalista. Más adelante, la visión que ofrece el juego sobre la sociedad sigue teniendo un marcado tono pesimista: en lugar de ofrecernos ayuda, el Estado nos manda a los propios militares para eliminarnos.

Como dice Pérez Latorre (2003), "por encima de todo, *Half-Life* se puede interpretar como una especie de metáfora interactiva sobre la minimización del individuo ante la estructura hermética y laberíntica del Estado. Un hombre que sólo quiere huir y al que, en la era de las comunicaciones, se le niega toda comunicación con el exterior. Un hombre anónimo enfrentado a una tecnología opresiva en una sociedad deshumanizada y totalitarista de la que es imposible escapar. Esta música tenebrosa, sin duda, nos suena a Kafka. Hereda la condición del hombre contemporáneo que vislumbró el escritor checo en obras como *El castillo* o *El proceso*".

El protagonista, Freeman, tampoco es un héroe al uso, sino un científico. No lleva una sola arma encima inicialmente y no tiene ninguna misión espectacular que

cumplir, tan sólo debe seguir la rutina de siempre en su lugar de trabajo. Aunque posteriormente la acción le lleva a repetir los estereotipos de los "héroes" masculinos de acción típicos. Aunque siempre con un punto más de reflexión y duda.

Quizá una de las claves explicativas del videojuego y la filosofía que lo inspira sea la última parte, en donde Freeman entra en la dimensión XEN. XEN es un mundo comunicado con el planeta tierra a través de una especie de hiperespacio (o túnel del tiempo) con una gravedad distinta a la nuestra, poblado de rocas flotantes y con una atmósfera onírica donde no hay horizonte sino un espeso cielo multicolor que lo envuelve todo. Freeman entra a XEN con el objetivo de escapar de un gran laboratorio lleno de alienígenas, a través de un portal dimensional que le abre un científico superviviente. Allí alcanza al Administrador, quien le hace darse cuenta de que durante toda nuestra estancia en XEN no ha hecho otra cosa que colaborar con el Gobierno en la eliminación de los alienígenas de XEN, cuando su intención era escapar de él. El Administrador le ofrece integrarse en la élite científica que está investigando el mundo fronterizo llamado XEN bajo el más alto secreto... Si Freeman acepta, la imagen se funde a negro y aparece el siguiente texto: "Sujeto: Freeman. Situación: contratado. En estado de asignación". En este final, Freeman es contratado y sobrevive, pero bajo el precio de silenciar la violencia estatal y el engaño de los que él y sus compañeros han sido víctimas. Por tanto, logra poner fin a su sufrimiento, pero se acaba convirtiendo en un cómplice. En cuanto a la otra alternativa... Después del ofrecimiento del Administrador, podemos hacer que Freeman permanezca impassible, lo cual será interpretado como un "no", Freeman es teletransportado hasta una zona completamente cercada de XEN, en la que se verá rodeado de alienígenas, sin escapatoria posible. La imagen se funde a negro y aparece otra ficha burocrática: "Sujeto: Freeman. Situación: observación concluida. Informe post-mortem: el sujeto declinó la oferta de empleo".

No obstante, hay que tener en cuenta que *Half-Life* guía al jugador/a constantemente hacia las acciones prefijadas con anterioridad, y en ningún momento sus decisiones pueden dar un giro relevante a la historia. En el desenlace de *Half-Life*, descubrimos que el destino trágico de Gordon Freeman está basado en una alternativa dramática y no competitiva. La tragedia surge cuando todas las alternativas que se le presentan al protagonista son malas. La conclusión a nivel ideológico del relato es clara: no hay escapatoria posible para el hombre anónimo que intenta enfrentarse a la omnipotencia estatal. El Sistema enmudece las voces discordantes, despersonaliza al individuo.

En *Half-Life* predomina la acción, aunque también se premie la observación y la reflexión, ofreciendo "pistas" para la superación de conflictos a través del desarrollo de estrategias. Las armas son pistolas, escopetas de cañones recortados, ametralladoras, granadas, trampas láser, armas láser con sistemas de disparo alternativo para intensificar la capacidad de fuego. La estrategia es disparar a todo lo que se mueve, aunque algunas fases se tienen que pasar buscando cosas, activando mecanismos, etc.

La presencia femenina se circunscribe al comienzo del videojuego como una voz que va añadiendo comentarios a través de la megafonía mientras Freeman se va introduciendo en el vasto complejo de Black Mesa y van apareciendo unos rótulos que le identifican como doctor en física y adjunto a la investigación y se despide con un "que tenga un día seguro y productivo".



Ciertamente, pocos juegos de primera persona, como éste, al decir de quienes lo han practicado y lo siguen practicando, logran crear un ambiente tan envolvente y adictivo. Dado que este es uno de los juegos más jugados, se les ha preguntado en entrevistas a diferentes videojugadores/as su visión sobre el mismo.

Uno de ellos nos resumía su impresión diciendo: "*hace que no te canses de él hasta que no lo termines*". En este sentido, otro jugador se expresó de la siguiente manera cuando se le preguntó por la valoración que le merecía el *Half Life*: "*Sólo tardé cuatro días jugando, a más de seis horas diarias, para pasarme este juego*". Muchos son ya los chicos que frecuentan los cibergames para jugar varias horas al día individualmente o en red. Otro chico, ante la misma pregunta, respondió: "*Es un juego, como no hay muchos, donde te enganchas tanto que te acuestas pensando en él y sueñas con él*".

Gran Turismo

Tipo de juego: Deportivo



Descripción: Con el *Gran Turismo* nos encontramos ante el típico simulador de coches que ha sido un juego emblemático para Sony y su consola Playstation (en sus 2 versiones). El juego consta de dos cds. El primero está diseñado como juego arcade. Se juega de forma similar a las máquinas recreativas, se selecciona un coche y se tiene que competir

contra el crono siguiendo el recorrido del circuito a la mayor velocidad posible, sin salirse del trazado. El segundo cd complejiza el juego. Lo primero que se propone es la necesidad de obtener carnets para poder correr; luego se debe ir comprando coches para correr diferentes carreras y dependiendo de los resultados, se obtiene una cantidad de dinero determinada. Cuantas más carreras se ganen más dinero se consigue para nuevos coches o para mejorar los accesorios de los que ya se poseen con la finalidad de incrementar la potencia de los vehículos y poder competir en nuevas carreras. La finalidad del juego es conseguir cada vez ir más rápido tanto contra la propia máquina como contra otros jugadores. El manejo es relativamente sencillo, se necesita el entrenamiento en la coordinación oculo-manual para conseguir mayores reflejos en ajustar los movimientos básicos de los desplazamientos (derecha, izquierda, acelerado o disminución de la velocidad) de forma que se adapten a las características del trazado de las pistas y carreteras.

Análisis: Como el resto de los videojuegos de competición con coches la atmósfera es trepidante. La velocidad es la clave no sólo para la competición, sino también para el desarrollo de todo el juego. Hay que ir deprisa también incluso para consumir. Fomenta la compra de coches como vía para optar a un mayor número de sensaciones dentro del juego. Las competiciones dependen de los coches que hayas comprado, de los accesorios que puedas conseguir y el dinero que puedas destinar a todo ello. Se entra así en una dinámica envolvente en la que se compite para conseguir dinero para poder seguir compitiendo para conseguir más dinero... Parece que sólo la guerra o el consumo son los alicientes que dominan la dinámica de la mayoría de los videojuegos. O matas o consumes como forma de jugar. Como si la página web de Ecologistas en Acción ya anunciase proféticamente aquello de "consume hasta morir.com".

No obstante algunas personas entrevistadas afirman que tiene aspectos positivos, pues incita a saber sobre mecánica, aerodinámica, etc., pero siempre para que los coches que se compren sean cada vez más sofisticados y más caros. Como decía uno de los videojugadores entrevistados: "te incentiva a aprender mecánica; te enseña para qué vale cada cosa".

El juego se torna un círculo vicioso donde se compite para conseguir dinero, para poder comprar coches o hacer mejoras en los coches que se tienen, para poder competir con más probabilidad de ganar, para conseguir más dinero, para comprar... Todo esto es más explicable cuando sabemos que este juego anuncia marcas reales de coches que han pagado para salir (aunque dicen que el dinero de esa propaganda va a ONGs). Es necesario acostumbrarnos desde pequeños/as y convertirnos en futuros consumidores que hayan aprendido a comprar y querer que esos coches sean mejores técnicamente. Es una operación "renove" anticipada: usar y tirar.

El espíritu deportivo aquí vuelve a ser una utopía. En las competiciones no hay reglas: se puede golpear a otro coche para sacarle de la carretera, dificultar la visibilidad de un conductor en competición, etc. Todo está justificado para conseguir el fin: ganar para tener más dinero.

Por otro lado, resulta curioso que aunque existen en muchos países del mundo carreras de coches (con menos glamour y parafernalia mediática) en el juego sólo se compita en circuitos de los Estados Unidos, Reino Unido y Japón. El espacio geográfico se reduce al Norte desarrollado. Seguimos viendo el Norte como imagen de los avances tecnológicos y del consumo.

Harry Potter y la Cámara Secreta

Tipo de juego: Aventura y acción



Descripción: Los videojuegos de Harry Potter reproducen de manera bastante fidedigna los argumentos de los libros de la saga. Al igual que las adaptaciones cinematográficas de las novelas de JK Rowling, el juego está destinado al público infantil. Si *Harry Potter y la Piedra Filosofal* consistía en ayudar a Harry Potter a encontrar la Piedra Filosofal, gracias a la cual se obtiene el elixir de la vida eterna, e impedir que caye-

ra en manos de su eterno enemigo Lord Voldemort, *Harry Potter y la Cámara Secreta* comienza cuando Harry vuelve a Hogwarts para empezar su segundo año de estudios. En esta ocasión Harry se ve obligado a investigar el pasado de Hogwarts, la escuela donde está aprendiendo magia, para resolver el misterio de por qué habitantes de la casa están muriendo a un ritmo lento, pero continuo. Se trata de una aventura mágica ambientada en un universo gótico de un viejo castillo medieval. Es un juego tridimensional, de exploración en tercera persona, con secciones de plataforma, acertijos y enigmas, batallas de magia y de más elementos de un mundo mágico y recóndito que evoca una Inglaterra arcana. El juego dura seis días y seis noches, como la historia original. Durante el día Harry asiste a las clases de magia en donde recibe la instrucción de sus maestros magos. Durante la noche se pierde por un universo de galerías y pasajes ocultos en donde se esconde el misterio.

Análisis: El protagonista de este videojuego es el pequeño aprendiz de mago Harry Potter, en la adaptación de su segunda película. Aunque en la obra original intervienen personajes femeninos que juegan un papel activo, en el videojuego se ha suprimido su papel activo y se convierten únicamente en meras comparsas de Harry.

Harry Potter representa la visión masculina del mito de Prometeo, que roba el fuego a los dioses y construye la civilización sin más guía que su propia experiencia. Harry es un huérfano, solo en el mundo, tiene que encontrar su puesto en un universo hostil en el que no tiene más guía que su propia inteligencia y capacidad de experimentación. En la noche, a través de los laberintos de Hogwarts, está solo, no puede recurrir a la guía de las personas adultas y maestros/as.

Harry Potter representa la figura del aprendiz del futuro manager empresarial destinado a llevar a su equipo al mayor éxito comercial, a través de su superioridad sobre el resto a la hora de tomar decisiones. La mujer representa un elemento más dentro de ese mundo, una futura asistente o secretaria del manager masculino. Es curioso, además, que la mayoría de las ideas para solucionar los problemas

a los que se enfrentan provienen de la mujer, pero siempre protagoniza la solución Harry de una forma activa. Parece reproducir el eterno estereotipo de que “detrás de cada gran hombre hay una mujer”, pero cuyo papel siempre es secundario y supeditado al hombre. Ella es el cerebro y él el brazo ejecutor. Pero esto se oculta en el videojuego con un barniz de “cooperación” que en el fondo trasluce el protagonismo casi exclusivo de Harry en detrimento del valor real de la participación femenina. Los demás, no pasan de ser meros colaboradores, pues, en el fondo, está solo.

El juego, en resumidas cuentas, exalta un tipo de personalidad masculina que debe aceptar los elementos irracionales de la realidad, con lógica y sangre fría, siempre sabedor de su función como “líder” responsable dispuesto a solucionar problemas por sí sólo, a enfrentarse a situaciones de agobio y de ansiedad, y a tomar decisiones. Harry nunca se deprime, está programado para el triunfo. Este juego, como la mayoría, no contempla el universo complejo de emociones que rodea todo lo humano, centrándose casi exclusivamente en la acción como elemento sustancial del juego. Es como si se sobreentendiese que lo lúdico carece de emotividad.

Hay que tener en cuenta que la autora de esta serie, Rowling, base inspiradora de este videojuego, sobre todo en su versión cinematográfica, se ha educado en un contexto de clase media inglesa, en el que los sujetos individuales son los dueños de su suerte y su destino. El futuro depende exclusivamente de su acción y su capacidad de decisión.

El juego perpetúa los valores más tradicionales del sistema educativo elitista en Inglaterra: el colegio privado reservado para un grupo selecto de personas, el universo gótico ligado al culto al pasado, el culto al individuo como garante de las soluciones a los problemas que se presentan.

No obstante, este juego es uno de los videojuegos con menos representación de una concepción sexista explícita e implícita, excepto por esas dimensiones que hemos reseñado anteriormente. Pero sabiendo el éxito publicitario que ha tenido todo el marketing que se ha desarrollado en torno al libro, la versión cinematográfica y el propio videojuego se podrían haber cuidado mucho más estos aspectos.

Final Fantasy

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Describimos el inicio de la saga y los cuatro episodios que más éxito han tenido (el IV, el V, el VIII, el IX y el X).

Final Fantasy I es el inicio de toda la saga. Comienza cuando la Tierra se esta muriendo y la gente espera el cumplimiento de una profecía: cuatro guerreros, cada uno con un "orb", llegarán para renovar el mundo.

Estos cuatro caballeros son los Caballeros de la Luz. El juego empieza con unos mini-quests standard: rescatar a la princesa, despertar al Rey dormido, detener a la bruja ciega, etc. Pero pronto una amenaza mucho mayor es descubierta. Cuatro Fieras, cada una encarnando la forma de los elementos, están detrás del decaimiento de la Tierra. Y detrás de estas Cuatro Fieras está Caos, una bestia infernal que ha desviado el tiempo para conseguir sus nefastos planes. Las Cuatro Fieras son de hace 2000 años y en un intento de recobrar su antigua fuerza, mandan al caballero Garland (personaje que se repite en Final Fantasy IX) 2000 años hacia el pasado. En esa época, Garland se convierte en Caos fundiéndose con las Cuatro Fieras. Caos se propone usar su nuevo poder para enviarlas al presente. Pero los Caballeros de la Luz viajan al pasado y derrotan a Caos antes de que tenga éxito en sus propósitos. La victoria borra todas las huellas de su viaje y solo queda la leyenda, contada de generación en generación.

Final Fantasy IV se sitúa en el año X. Un Caballero Oscuro emprende un viaje para reunir uno más de los cristales del mundo antiguo, para su rey. Este es Cecil. Es el Líder de los Red Wings. Este juego de carácter mitológico sitúa la acción en torno a 6 reinos, definidos por una tarea central –militar, magia, comercio, paraíso, religioso y artes marciales- y con culturas distintas. Cecil, príncipe de la oscuridad, recorre los distintos reinos realizando misiones encomendadas por su rey. Para ello, tiene que librar duras batallas con los enemigos (Dragones, figuras mitológicas de signo maligno). A lo largo de su viaje, se va encontrando con otros personajes con atribuciones de sabio, maga blanca, ingeniero....etc que le proporcionan distintas herramientas para alcanzar sus metas.

Final Fantasy V se inicia recordando que hace años, 4 guerreros arriesgaron sus vidas para salvar su mundo de un poderoso mago negro llamado Exdeath. Tras comprobar que no iba a ser posible derrotarlo, decidieron sellarlo en otro mundo lejano, usando el poder de los elementos, para que jamás fuera liberado. Este poder se mantuvo en unos cristales. Sin embargo, los habitantes de este mundo, siempre buscando la tecnología y el poder, descubrieron que podían usar estos

cristales en su beneficio, y con máquinas le extraían poder. Los cristales se fueron debilitando. Y un día, el viento se detuvo...

En Final Fantasy VIII el joven soldado lucha contra su destino e intenta salvar al mundo de la destrucción total. Para ello tendrá que acabar con una gran cantidad de personajes, siendo el más importante la Bruja Artemisa, que pretende comprimir el espacio-tiempo haciendo de pasado, presente y futuro una unidad, dominando así la totalidad del universo y del tiempo.

En Final Fantasy IX la acción se sitúa en Gaia, un mundo donde cuatro naciones distintas gobiernan diferentes zonas del Continente de la Niebla. El reino de Alexandria, que obedece las órdenes de la maquiavélica reina Brahne, ha comenzado a realizar distintos movimientos para lograr un objetivo: hacerse con el poder absoluto. Pero una compañía de actores de Lindblum llamada Tantalus, decide secuestrar a Garnet von Alexandros, la hija de su majestad Brahne, como rehén para que así la reina se detenga. Pero la princesa desde el momento en que conoce a Zidane y sus compañeros no oponen resistencia alguna al secuestro, incluso colabora con ellos. Un poco confundidos por el comportamiento de la preciosa joven, ponen en marcha un descabellado plan para huir de Brahne y llegar cuanto antes a Lindblum, donde les espera el regente de aquel reino para prestarles ayuda: Cid. Durante el viaje, Zidane y los demás descubren que las amenazas de la reina no son más que una mera tapadera para encubrir un complot aún más siniestro y diabólico. Por el bien de la humanidad, nuestro grupo de héroes deberá enfrentarse a todos aquellos peligros que se interpongan en su camino derrotando a todas las fuerzas del mal para que el equilibrio en Gaia pueda restablecerse.

En Final Fantasy X La tierra se llamara Spira (como Gaia era el nombre de Final Fantasy IX) y los GFs o invocaciones también recibirán nuevo nombre: Eons. El juego comienza con la destrucción de la tierra de Tifus, el protagonista, por causas desconocidas. Este se ha salvado milagrosamente y se encuentra con Yuna, quien está recorriendo el mundo buscando templos para poder invocar a los Aeons y que estos le ayuden a destruir a la fuerza de la naturaleza que causa estos estragos conocida como Sin. Según va avanzando la historia, los personajes irán conociendo más cosas sobre el pasado de Spira. Hace mil años, Spira era un lugar de increíbles avances tecnológicos con ciudades espectaculares. Pero de repente y sin que se sepan los motivos realmente, Sin destruyó toda la civilización y desde entonces la gente ya no ha podido vivir como antes, sin tecnología y esperando a que en cualquier momento Sin vuelva a atacar. Por lo que parece, Tidus y Yuna tendrán que evitar que estos hechos puedan volver a ocurrir en su tiempo, un milenio después de la última destrucción.

Análisis: Nos centramos en el análisis de Final Fantasy IV y V, por un lado, dado que han sido con los que más hemos jugado en una versión denominada "Final Fantasy Anthology" que agrupa ambas versiones. También analizaremos la versión VIII, pues ha sido una de las que más éxito han tenido de toda la saga.



Este videojuego recuerda a los poemas épico-románticos de la Edad Media o de la novela caballeresca del XIX que recupera el medioevo como elemento formal en el que se proyecta el movimiento del Romanticismo. Esto se manifiesta, además del contexto en el que se sitúa la acción, de claros tintes medievales, en la relación del protagonista, Cecil con su "amada", Rosa. En un especial lirismo, Cecil ama silenciosamente a Rosa pero nunca llegan a manifestarlo de forma explícita. Es un "amor platónico" a la "antigua usanza". Este modelo de relación reproduce los estereotipos en los que el hombre no es capaz de mostrar sus sentimientos e idealiza a la mujer amada situándola en una torre de marfil inalcanzable.

La mujer, como siempre, ocupa un lugar secundario en la acción. Ayuda a Cecil, apoya a Cecil, es amada por Cecil. Aunque no es tratada, en general, de forma peyorativa y, de hecho, todos los protagonistas secundarios, tanto hombres como mujeres, tienen una participación similar, sin embargo, sí que es de destacar que todo gira en torno al personaje central, Cecil. Incluso cuando definimos a Rosa, lo hacemos porque Cecil la ama o porque le ayuda a él.

Por el contrario, también subrayar que Rosa es definida como una persona segura y decidida. No al estilo tradicional de mujer indefensa y frágil.

Pero siempre la jerarquía "buena" la desempeñan los hombres. Si aparece alguna jerarquía femenina, son las malas de los videojuegos.

Es sorprendente analizar las consecuencias que presentan los guionistas de este juego ante la pérdida de una batalla. Los personajes sufren "estados alterados". Estos estados dan lugar a la disminución de las destrezas de los "buenos", mediante la aparición de síndromes de carácter psiquiátrico claramente reconocibles como catatonia, despersonalización, depresión. Podemos establecer una relación entre estos síndromes que aquí presentan los personajes de esta ficción, con la realidad de las secuelas que sufren los soldados de las guerras actuales (Bosnia, Afganistán, Irak, ...). Y lo sorprendente es que se resuelven por medio de la magia. El pensamiento mágico aparece una vez más en los videojuegos como elemento transformador de las realidades negativas, hostiles o violentas. Se introduce así el elemento mítico-religioso o "pseudoreligioso" con carácter explicativo. Justifica de esta forma las acciones incluso más negativas (asesinar, destruir, etc.) que tenga que hacer cualquier personaje, remitiéndolas a la "causa justa". De esta forma se resuelve el conflicto moral interno de los personajes, justificando sus conductas.

Aparece en este contexto el maniqueísmo ideológico donde "nosotros", "los nuestros" son los buenos y los "otros" son los malos que hay que derrotar o destruir. Y siempre, la moraleja: el sujeto "moral" (entendida la moral desde el punto de vista nuestro), el bien, triunfa frente al mal.

Los diversos personajes que acompañan a Cecil representan estereotipos de formas vitales diferentes: optimismo infantil, valentía juvenil, inteligencia madura y sabiduría anciana. De esta forma el jugador o jugadora tiene la posibilidad de abordar las distintas acciones desde diferentes perspectivas. Puede conocer, evaluar e incorporar en su "job" –se puede asumir un "job" en base a la acumulación de habilidades- las características positivas de cada una de esos prismas, que nos recuerdan diferentes etapas evolutivas del ser humano.

El juego parece diseñado para niños/as de entre 7 y 10 años, a juzgar por el ritmo, la música (la música tipo "New Age" ayuda a crear un ambiente apacible y relajado a lo largo del juego), la resolución elemental de problemas y el uso de mecanismos de ensayo y error. Incrementa la atención, memoria mecánica (repertorio amplio de palabras nuevas) y clasificación de conceptos. Puede facilitar un buen nivel de vocabulario en inglés, a través de la asociación expresiones-situaciones, dado que el inglés que se maneja es muy sencillo. También es un videojuego que intenta transmitir valores y actitudes de cooperación y la resolución imaginativa de situaciones incomprensibles.

No obstante, mantiene muchos de los estereotipos habituales en el género: la consideración de la violencia como patrón de respuestas válido para vencer al mal, el papel secundario y subsidiario de la mujer respecto al protagonista, el poder está en manos masculinas (es el rey quien encarga las misiones), etc.

En la versión VIII son claves para entender el juego los trailers del comienzo del juego y el del final, aunque durante todo el transcurso del videojuego nos vamos a encontrar casi 80 trailers. El video de introducción es un trailer al más puro estilo de las producciones de Hollywood. En este video se nos hace un recorrido por las imágenes y escenas más destacables del juego, tratando de captar la atención del espectador hacia la historia. Se contrastan imágenes de gran belleza paisajística con imágenes de gran violencia.



Es sorprendente que en el trailer tercero se nos muestre el estereotipo de mujer débil y torpe, frente al video anterior de hombre hábil que nos había mostrado a Zell, uno de los protagonistas, haciendo alarde de su habilidad para las artes marciales. En el cuarto trailer intenta captar la mirada del jugador/a con la belleza de Edea (una de los personajes), destacando su escote y sensualidad. Igualmente en el vídeo trece aparece una de las protagonistas femeninas (Rinoa) perdida en el espacio, sola, sin oxígeno, enfrentándose a una muerte segura. Lo único que le da fuerzas es ver su anillo y el de Squall, (protagonista masculino) como esperando que él aparezca a rescatarla. Y efectivamente, en el vídeo catorce Squall, "poniendo en peligro su propia vida", abandona la nave y se va junto a Rinoa, con la casualidad de que aparece una nave abandonada en la cual pueden volver a la tierra. Reproducen así el estereotipo más clásico de chico rescata a chica en apuros.

En el vídeo final podemos ver como Rinoa encuentra a Squall desvanecido sobre una tierra gris y yerma, y cómo al abrazarlo un rayo de luz abre el cielo gris y lo convierte en azul, y la tierra se llena de flores, pétalos y plumas blancas volando. Además vemos a Seifer y sus compinches (Trueno y Viento) pescando en armonía y bromeando (el malo del juego convertido al bien), mientras que el Jardín de Balam los sobrevuela, Jardín en el que el resto de protagonistas están celebrando una fiesta. El bien acaba triunfando sobre el mal, y los dos principales enemigos (Séifer y Edea) se convierten de arquetipos del mal a personajes repletos de bondad.

Durante todo el juego la acción fundamental es la de búsqueda, pero orientada finalmente al combate. El jugador recorre andando o corriendo los amplios escenarios, que pueden ser desde simples habitaciones hasta un inmenso escenario que representa la totalidad del planeta. Las acciones, fuera de la lucha, no se pueden controlar, pues según las características de los diferentes escenarios los personajes podrán saltar, subir escaleras, abrir puertas..., pero no son acciones que tú puedas realizar cuando quieras. Las acciones más frecuentes son la lucha con distintas armas, así como con cartas de magia que van obteniendo antes o después de las distintas batallas a las que tienen que enfrentarte. Pero estas cartas están orientadas también para ayudar en el momento de luchar contra los monstruos y personajes que surgen en cada batalla.

Es curioso que en los combates haya ausencia de sangre cuando algún personaje es herido o golpeado por su contrario, y que esto se venda por los publicistas como un juego sin violencia. El hecho de que no se recree en la sangre, que no se potencie una estética gore, no significa que no haya violencia. Pues todo el juego es un combate permanente. La lucha y la victoria definen la acción. Por lo que la estructura es muy similar a los demás videojuegos de guerra. Conforme van ganando combates se va afianzando el afán y las ganas de competir en nuevos combates. Aunque la violencia está presente al ser un juego de lucha, no obstante hay que destacar que no hay combates a muerte entre personas. Bien es cierto, que se da muerte a algunas personas del frente enemigo, pero siempre en acto de defensa. La agresividad se muestra y va en aumento conforme van avanzando los logros parciales, de hecho, el objetivo es aniquilar a los monstruos.



Como es habitual, la imagen de los personajes es etnocéntrica, reproduciendo los estereotipos occidentales y del norte. La estatura de las mujeres es inferior a la de los hombres. De los ocho jóvenes, la estatura de los hombres oscila entre 1'88 de Seller Almasy y 1'68 de Zell Dincht, mientras que en las mujeres va desde 1'72 de Quistis Treppe a 1'57 de Selphie Tilmitt.

Existe una clara caracterización heterosexual de los personajes. El tipo de vestimenta que usan es de estilo occidental. La vestimenta de las mujeres es muy similar: Rinoa (joven bastante atractiva, que encaja a la perfección en los modelos de belleza occidentales actuales, incluso por sus rasgos orientales poco marcados en sus ojos por ejemplo. Sus ropas constan de unas mallas negras cubiertas con una minifalda; body negro escotado y encima un chaleco azul sin abrochar que le llega hasta los tobillos, y que está abierto desde el ombligo); Quistis (falda larga por debajo de las rodillas, y chaleco cerrado desde el escote hasta debajo del pecho, en color rosa. Cinturón en la falda y otro, más grueso, cruzado desde la cintura a la cadera opuesta. Especie de manguitos, desde la muñeca hasta el hombro en color granate. Guantes en color negro. Botas negras hasta la rodilla); Selphie (cuerpo escultural como el resto de las mujeres del juego, vestido amarillo, minifalda muy corta, con tirantes elásticos incorporados, con bolsillos de parche atrás. Botas a media pierna color marrón oscuro); Edea (la bruja, lleva un vestido negro largo y ceñido al cuerpo con un generoso escote en forma de V adornado con plumas negras. Manga larga. Guantes negros, a través de los cuales se adivinan unas uñas largas y afiladas). El aspecto físico responde al estereotipo de la malvada, guapa y atractiva.

Es interesante analizar los “otros personajes” que aparecen durante el desarrollo del juego, son los llamados G. F., o Guardianes de la Fuerza.

Estos son unos inmensos monstruos que luchan al lado de los personajes protagonistas del juego. De los 16 guardianes que aparecen solo 2 son féminas, y mientras que los personajes masculinos son toscos y feos, auténticos monstruos, las mujeres atienden al mismo canon de belleza que las protagonistas femeninas. Tanto Shiva como Sirena aparecen desnudas. Su zona púbica se encuentra al descubierto, como se puede ver en esta imagen, aunque al aparecer en azul o amarillo pasa desapercibido, pues la piel de Shiva es celeste y Sirena tiene el pelo rubio.

Los roles que desempeñan los personajes de Final Fantasy VIII son los propios de la vida castrense, pues la mayoría de ellos son soldados mercenarios, con la correspondiente actuación de disciplina, obediencia a los superiores,... No obstante, hay que decir que no todas las pantallas y fases del juego están en relación con batallas y pruebas a superar sino que también nos encontramos diferentes momentos donde los propios personajes se relacionan entre ellos: el baile, las reuniones con la instructora, con los personajes de la calle o de los pasillos del jardín, etc. En estas acciones observamos que se trata de dar una idea de amistad y confianza entre los personajes. Pero es entre “los nuestros”. Al enemigo ni agua.

Super Mario Bros

Tipo de juego: Plataforma



Descripción: Las aventuras de Super Mario Bros son toda una saga que ha dado ya infinidad de títulos propios además de “apariciones estelares” de sus personajes en otros videojuegos de la casa Nintendo.

Mario es uno de los personajes emblemáticos de Nintendo desde que apareció por primera vez en *Donkey Kong*, en 1981. Es en este videojuego el personaje principal caracterizado como un plomero barrigudo y con un mostacho de aire italiano. Los juegos de Super Mario supusieron el inicio de la idea de las plataformas.

La historia que hay detrás de ellos es simple y tradicional, y se repite en prácticamente todos los títulos, primeras o segundas partes, para una u otra plataforma, con mejor o peor calidad: la princesa Daisy ha sido raptada y su novio Mario, que adquiere superpoderes al comer unos champiñones mágicos debe salvarla. Para ello cuenta con un buen número de amigos.

Dado que es uno de los juegos preferidos por los niños y niñas, hemos querido analizar dos de los variantes de videojuegos de Mario: *Mario Kart* y *Paper Mario*.

Mario Kart, como su nombre indica, consiste en una carrera de karts por diversos circuitos que el videojuego te brinda la posibilidad de elegir. El jugador/a puede elegir entre cualquiera de los personajes, desde Peach a Champiñón, pasando, cómo no, por Mario o el propio Bowser. La competición en estas carreras se puede hacer en solitario, contra la máquina o bien en competición contra otro.

Paper Mario es una aventura de plataformas donde se narra, a partir de un cuento infantil, cómo Kammy Kope —enviada por Bowser— roba la “varita estelar” que es capaz de conceder todos los deseos y gracias a la cual las estrellas controlan el orden del mundo. Cuando Mario va a visitar a la princesa Peach, se encuentra con que es secuestrada por Bowser que tiene la varita y ahí empieza su peripecia buscando salvar a la princesa a través de las pistas que se le van ofreciendo al hablar con los seres que se va encontrando en su búsqueda de la princesa.

Análisis: Los gráficos de toda esta serie de títulos son muy simples, lo que parece indicar que se dirigen fundamentalmente a un público infantil. Además, el mecanismo de juego es muy simple y se basa principalmente en saltar y correr, lo que redundará en ese aspecto, al igual que su banda sonora, lineal y pegadiza.

En Mario Kart los personajes que compiten en la carrera de karts son ocho, de los cuales siete son hombres y sólo una mujer. Pero además el modelo de mujer que

representa Peach es la encarnación del estereotipo de las muñecas recortables de los años 60: princesita con corona, rubia, ojos grandes con enormes pestañas, expresiones ñoñas y voz aguda que grita expresiones de sorpresa.

Cuando se le pide a los jugadores o jugadoras que elijan a esta princesa para competir en la carrera casi ninguno/a la elige. Explican este rechazo porque dicen que “como eres chica y eres débil todos los demás te dan golpes”, aunque se supone que el juego está programado para que todos los personajes tengan las mismas posibilidades. Las razones se fundamentan en la propia dinámica del juego, en sus reglas que permiten establecer carreras en las que no sólo se tiene que ganar, sino que se puede golpear, disparar, etc., a los competidores para poder triunfar. El caso es llegar antes y triunfar.

La versión *Mario Kart DD*, que incluye los 16 personajes más famosos de Nintendo, sigue el mismo esquema. Además no prima la deportividad en estas competiciones, sino que se intenta hacer todas las trampas posibles: tomar atajos, dispararse unos a otros, etc. Resulta evidente que la concepción de fondo de este videojuego es, entre otras, que el espíritu deportivo es un valor “antiguo” y de “amateurs”.

En el caso de *Paper Mario*, los estereotipos se multiplican. Mario es el héroe. El secretario de Toad así lo expresa casi desde el comienzo del videojuego: “nos sentimos más seguros cuando Mario está en la ciudad”. Es el que resuelve los problemas, las situaciones más complicadas. Si la princesa es raptada, será él, el hombre el que irá a solucionar el problema. Es el héroe individual. La fuerza colectiva no sirve, son los individuos aislados, dotados de poderes excepcionales los que triunfan. Es el modelo capitalista, en versión de cuento de las Mil y una Noches.

La princesa representa el modelo “barbie” de los cuentos infantiles: guantes blancos hasta el hombro, pendientes y collares, ojos grandes, vestida toda de rosa con una gran falda (al estilo “Sisí emperatriz”) y rubia de pelo largo. Incluso cuando habla algo cariñoso, aparece en el ‘bocadillo’ del diálogo un corazón finalizando la frase.

En la saga de Mario son curiosos los matices que presenta el rol femenino. Ella establece relaciones “maternales” con el protagonista, por ejemplo cuando tiene algún problema o le han dado muchos golpes. Pero aún cuando se inclina preocupada para ver su estado de salud, es ella la que le incita a pelear para salvarla: “tu lo puedes hacer Mario”. Como se ve, el estereotipo machista por el que se asume que las mujeres reclaman ser defendidas, incluso de manera violenta, se hace explícito en este comportamiento.

La violencia en el juego no es una elección, es irremediamente la vía única. No hay ninguna opción dentro del juego para que Mario pueda huir cuando se enfrenta con Bowser. Tiene inevitablemente que pelear. No puede rehuir la confrontación. Ha de “mostrarse como un hombre de verdad” y luchar por el honor de la princesa que está en peligro.

Metal Gear Solid

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Juego de estrategia al más puro estilo del espionaje. La historia comenzó, en la primera entrega de este videojuego, al principio del siglo XXI en una base almacén de residuos y armas nucleares en una isla en

Alaska. Un comando de fuerzas especiales de élite de la unidad "Foxhound" ha desertado y tomado la isla y amenaza con lanzar un arma nuclear si no se atienden sus reivindicaciones en 24 horas (el arma con la que amenazan es Metal Gear, un poderoso tanque). El protagonista es Solid Snake. Era el mejor agente de "Foxhound" antes de retirarse y es llamado para esta misión en la que debe infiltrarse en solitario en la base, rescatar a los dos rehenes y acabar con los terroristas (sus antiguos compañeros).

El escenario representa la base y está compuesto por una compleja red de niveles, edificios, estancias y pasadizos. Solid Snake tiene que recorrer la base siguiendo instrucciones que le comunican por radio y las indicaciones del radar que lleva incorporado y evitar ser descubierto por las cámaras y los terroristas que vigilan las instalaciones. En el caso de ser descubierto es atacado y tiene que luchar y/o huir. Por el camino encuentra armas, munición y otros objetos necesarios para avanzar. También conoce a personajes que le ayudan dando información o luchando junto a él y otros personajes a los que se enfrenta.

Durante el juego se desarrolla una compleja historia de espionaje con muchos personajes e intrincadas relaciones entre ellos. La historia, que se desarrolla con elementos clásicos de películas de intriga y acción, es compleja.

En la segunda versión, *Metal Gear Solid 2*, la trama se centra en torno a una tecnología de alto secreto denominada "Metal Gear", que es traspasada al mercado negro. Como resultado, ciertas variaciones de la tecnología Metal Gear surgen en ciertos puntos del planeta provocando así la aparición de peligrosas armas. Solid Snake tiene que descubrir un enorme tanque nuclear de Metal Gear y fotografiarlo para ofrecer pruebas. Para ello debe infiltrarse en el transporte del Metal Gear que baja por el río Hudson de Nueva York camuflado como un petrolero. En el momento en el que Snake va a comenzar su misión, el barco es apresado por un grupo "paramilitar".

Dos años después del incidente del petrolero, la Big Shell, una enorme depuradora ha sido construida en la costa de Nueva York. Este símbolo de la preservación medioambiental ha sido tomado por un grupo armado llamado Sons of Liberty. El Presidente estaba en ese momento de visita en la factoría y ha sido tomado como

rehén. El grupo ha dinamitado la central y amenaza con explosiónarla si el gobierno no accede a pagar una suma de dinero. Si la factoría explota, podríamos encontrarnos ante el mayor desastre ecológico de todos los tiempos. El Gobierno, desesperado ante esta situación encarga a la Foxhound la misión de acabar con esta amenaza. El agente Raiden debe entonces infiltrarse en la Big Shell para neutralizar al grupo Sons of Liberty.

Análisis: El estudio de la FAD (2002, 252) afirma que en el caso de *Metal Gear Solid*, está dirigido claramente a usuarios masculinos con evidentes componentes sexistas.

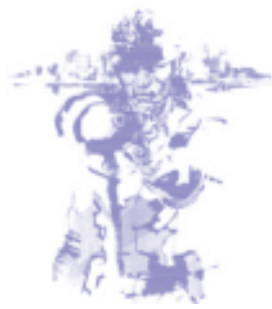
El modelo masculino es al "estilo Rambo": hombre con físico atlético, espaldas anchas, brazos robustos, elevada estatura y facciones duras.

Las mujeres que aparecen en este videojuego son Naomi Hunter, que es Jefa del departamento médico de "Foxhound" y le da consejos a Snake y explicaciones por radio (en un momento de la aventura se descubre como miembro del grupo terrorista y traiciona a Snake); Mei Ling, operadora de comunicaciones que también le ayuda por radio y es evidente su atracción por él que se muestra con comentarios admirativos después de alguna heroicidad y su preocupación constante por su integridad. Finalmente, Meryl Silverburgh, la única que actúa y es..., "sobrina del jefe". Imita los roles masculinos, viste pantalones militares y camiseta ajustada que acentúa sus voluptuosos pechos. Lucha y mata como el resto, pero con ese toque sensual que se quiere transmitir con su "explosivo" cuerpo.

Por supuesto, su papel en muchas ocasiones consiste en actuar imprudentemente en solitario comprometiendo su vida y la del héroe. El papel propio de las mujeres en las películas con contenidos más machistas en las que ellas "metían la pata" y él tenía que ir a rescatarlas. Aunque, en el sentido más rancio y tradicional de esta visión machista, ella al final acaba enamorándose de él. Lógicamente Snake debe soportar tortura para salvarla, aunque la culpable de que le acaben torturando parece que sea ella. Aparece aquí una situación que podemos calificar de, al menos, sorprendente en el que el jugador/a debe decidir entre aguantar la tortura y salvar a la chica o no aguantarla y dejarla morir.

Por lo que parece que el papel de las mujeres aquí es el de simple comparsa. Unas no aparecen, sólo su voz. Y la otra, cuando aparece, "mete la pata". Por supuesto, todas tienen concentrada su atención y devoción en torno al protagonista masculino: le dan consejos, le traicionan, se sienten atraídas por él, le comprometen, se enamoran de él y le ayudan. Todo su rol se define en función del hombre. En la versión de *Metal Gear Solid 2 Substance*, aparecen la hermana de Otacon, Emma, que está atrapada en el interior del Shell, a la que hay que rescatar y Meryl, la chica del juego de PSone a la que hay que fotografiar. Lo mismo.

Son frecuentes los comentarios de hombres sobre el atractivo físico de algunos personajes femeninos y en algunos videos intermedios la cámara se centra inten-



cionadamente en el trasero o el pecho de Meryl. Incluso aparecen las mujeres en posters en una taquilla de hombres donde se representan como los calendarios de los talleres de coches: semidesnudas y provocativas.

El entorno en el que se desarrolla la historia es claramente violento y militarista: todos los personajes son soldados o científicos militares. Todos los enfrentamientos se resuelven con armas de fuego o golpes y normalmente tienen como resultado la muerte de uno de los contendientes o en algunos casos la huida con heridas o mutilaciones. Durante los combates los personajes sufren claramente los impactos de bala pero cuando mueren simplemente yacen en el suelo brevemente y desaparecen. Snake tiene también la posibilidad de estrangular silenciosamente por la espalda a sus enemigos. Aparecen escenas cuya esencia es la tortura que se ve reflejada con gran crudeza. En alguno de los videos intermedios hay personajes que mueren angustiosamente por efecto de extrañas enfermedades inducidas a distancia y son frecuentes los diálogos con amenazas y agresiones verbales. El único diálogo utilizado es el de las metralletas.

Los valores exaltados son la violencia, competitividad y fuerza. Atribuye ventajas a la salida militar frente a las posibilidades de la democracia. Para conseguir el objetivo hay que destruir al contrario, no existe otra alternativa ("no es necesario negociar con los muertos"). En el epílogo de la primera versión del juego se afirma que por el hecho de haber matado a tantos "malos" finalmente el protagonista y su acompañante femenina han comprendido "el verdadero sentido de la vida".

Age of Empires II

Tipo de juego: Estrategia de conquista



Descripción: Age of Empires II, The Age of Kings, continua la serie Age of Empires. Este juego sitúa la acción en la Edad Media, tras la caída de Roma. Propone un tiempo (mil años) para que el jugador, líder de una nación, conduzca a su pueblo a la "grandeza". El tipo de grandeza dependerá de lo que el jugador elija: conquistar el mundo con la fuerza militar, go-

bernar mediante la diplomacia y el comercio, utilizar la religión como vía de poder haciéndose con las reliquias, o tomar el poder a través de la conspiración y el regicidio. Como se puede ver la finalidad del juego persigue el poder, pues como dice la publicidad del producto "los caminos que conducen al poder son muchos, pero sólo una civilización logrará el dominio supremo".

Análisis: El objetivo es desarrollar un imperio, acumular poder, la auto-afirmación a través del dominio. Es una visión de la vida unidimensional, en la que prima la victoria sobre la justicia, la competición sobre la colaboración. No hay posibilidad de empatía, de comprender y acercarse al otro/a diferente. Los valores ligados al cuidado, la atención del débil, la expresión de los afectos, quedan fuera de cualquier consideración posible. Sin piedad, ni compasión. La guerra es el elemento central y la finalidad esencial que motiva la acción a través de todo el juego. Es un mundo de hombres y para hombres. Todas las figuras y rostros humanos reconocibles son hombres. Es curioso que, sólo a partir de su segunda entrega, los personajes trabajadores de este videojuego sean indistintamente hombres o mujeres (insistimos sólo los trabajadores y trabajadoras). Sin embargo, cuando aparecen las figuras de mujer-trabajadora (nunca en primer plano, ni con un rostro reconocible) sólo se las identifica porque usan túnica frente a los hombres (que usan pantalón) y por el sonido de la voz (más atiplada y fina), por lo que parece adivinarse que son mujeres. También cabe destacar que la proporción de figuras femeninas es enormemente baja respecto a las figuras masculinas. Sólo aparecen las mujeres como parte del campesinado. Los soldados y los monjes son siempre hombres. Los protagonistas son siempre hombres. La excepción, que confirma la regla, es la figura de Juana de Arco. Pero el rol que desempeña es el de "guerre-ro", asumiendo un papel claramente masculino.

El lenguaje que se utiliza es completamente masculino. Incluso para referirse a las mujeres se utiliza un lenguaje genérico-masculino, identificándolas como "mi-nero", "leñador", etc. El tipo de construcción lingüística que predomina es el imperativo, con contenidos de tipo militar, en el que predominan las instrucciones de mando. Los personajes no hablan, ni se comunican entre sí, sólo obedecen

instrucciones y las únicas expresiones que tienen son expresiones 'guturales' casi incomprensibles.

Aunque hay que hacer construcciones, recoger alimentos, cultivar, comerciar..., no hay ninguna referencia a amarse, reproducirse, cuidar de los hijos e hijas, educarlos..., como medio de conseguir una civilización. Se omite el derecho, la política, etc. Reproduce la historia en versión masculina tradicional, desde un solo punto de vista (William Wallace el bueno, el rey inglés el malo), de forma maniqueísta (dividida la historia en buenos totalmente buenos y malos malísimos) y sin adentrarse en la complejidad de las situaciones. Describen la historia como si ésta sólo implicara situaciones de guerras. Y es una descripción completamente etnocéntrica: una visión desde Europa como zona civilizada y el resto como zona bárbara. La descripción de los pueblos está basada en su fuerza guerrera y en lo que hicieron los hombres como conquista y matanza. Es un mundo de hombres. Las imágenes son todas de hombres. Es la edad de los Reyes, no de las Reinas. No hay ningún modelo femenino de identificación, ni de reconocimiento. En este mundo virtual se anestesia el sufrimiento. Los muertos quedan tirados en el campo de batalla, nadie sufre, nadie expresa sentimientos, ni dolor por quienes mueren. Solo se enaltece la batalla y la heroicidad de quien masacra.

Zelda

Tipo de juego: Aventura



Descripción: Es un juego de aventuras en el que el protagonista, que es un elfo, llamado Link, al estilo Peter Pan, ha de rescatar a la princesa Zelda y llevar la paz a las tierras de Hyrule. Para ello tiene que superar todas las mazmorras y peligros y puzzles, conseguir los objetos que se le van ofreciendo y las melodías, así como acabar con Ganondorf y su potente ejército.

Análisis: El Personaje central es un protagonista masculino rubio (elfo). Todos los niños y las niñas de su país tienen hada pero él no la tiene. Los demás niños y niñas no crecen, pero él sí. Vive con su abuela y su hermana Abril. Él tiene que salvar a la princesa Zelda que la raptó 'el malo': Ganondorf.

Un aspecto a resaltar de este juego es que aparecen relaciones familiares, de afectividad y valores relacionados con el mundo femenino tradicionalmente y que se obvian en la mayoría de los videojuegos.

El juego es como una película de dibujos animados con mucho colorido y detalles fantásticos (en el mundo Hyrule aparecen personajes disfrazados de Elvis Presley, otros transportando cerdos o niños persiguiéndonos con un moco). El aspecto de los personajes es muy andrógino. No se resaltan los atributos sexuales ni físicos de ambos. Tienen ojos grandes que ocupan prácticamente toda la cara, pero ojos rasgados, sin apenas nariz y con cuerpo de niños/as.

Link da la impresión de ser un niño en una etapa prepúber. No se le describe físicamente como fuerte ni musculoso. Las cualidades que se le asocian en el desarrollo del juego son la habilidad (se mueve rápidamente, sabe pelear) y la inteligencia (tiene que resolver enigmas, minijuegos, puzzles, etc.).



Los personajes femeninos que aparecen en el videojuego son hadas (ocho), la familia (abuela y hermana), una chica líder de un clan pirata (Tetra), otras chicas raptadas, Medli (la ayudante del hijo del patriarca) y la princesa Zelda.

El papel que desempeñan todas ellas es de dar ayuda a Link y pedir ayuda porque o bien están raptadas o bien están necesitadas. Pero su rol siempre es secundario y dependiente del protagonista masculino. Es Link quien desarrolla todas las acciones, toma todas las decisiones y asume todos los retos.

Sigue siendo un individuo el que resuelve los problemas, el que lucha y cambia las cosas, el que toma sobre sí la tarea que impone el juego. Es como el mito del "Hlanero solitario" encarnado por un hombre. Las demás son meras comparsas instrumentales, muletas secundarias, siempre de apoyo.

Swat

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Un equipo policial compuesto por cuatro agentes y un jefe (que es el jugador) tiene que realizar una serie de misiones en la ciudad de Los Ángeles. Todos los agentes policiales son hombres (en su inmensa mayoría blancos). Sus objetivos se centran todos en labores de tipo policial o parapolicial (casi militar) que pueden ir desde “rescatar y evacuar” rehenes que están en manos de “terroristas”, hasta restablecer el orden o detener a un delincuente.

Análisis: Algunas de las misiones parecen tener que ver con sucesos reales acaecidos en Norteamérica y que han ocupado páginas periodísticas durante bastantes días: francotirador que mata personas, atentado terrorista en un gran edificio público, etc. Los colores y el escenario que se presenta es claustrofóbico (interiores oscuros) donde las acciones que ocurren exigen la rápida respuesta.

Los “malos” son identificados con diferentes tipos de “terroristas” y delincuentes. Uno de los casos más llamativos son los “terroristas” del “partido de liberación del pueblo” (ojo con los términos) que son capaces de “morir por su causa: reunificar la URSS y volver al comunismo”. Como podemos ver volvemos al viejo esquema maniqueo de buenos (los policías al servicio del orden establecido) contra los malos, malísimos (comunistas y rojos recalcitrantes, anclados en un mundo obsoleto, en un fatal deseo de vuelta al pasado).

Transmite un modelo ideológico que anticipa el nuevo orden mundial. Los comunistas, los árabes, los inmigrantes, etc., se convierten en sospechosos de ser posibles terroristas, o terroristas en potencia. Se empieza a hablar constantemente de “islamistas”, “terroristas”, “extremistas”, etc., y se crea un modelo de convivencia social regido por el fantasma de la sospecha permanente y del estado de inseguridad ciudadana constante. Esto sirve a las autoridades para aplicar más medidas de control. En esta situación de “estado de sitio”, las únicas medidas que se contemplan como efectivas son las policiales. Un símbolo llamativo en este videojuego es el puntero del ratón. Por defecto es una bala de ametralladora. Todo un slogan de lo que nos espera a continuación.

Las mujeres sólo aparecen en este juego en el papel de rehenes, que salen del baño envueltas con una toalla insinuando unos pechos espectaculares (al modelo más simplón y machista), o como empleadas de banco o actrices que presentan programas de televisión. Por supuesto, es una voz femenina la que hace de operadora de radio de comunicación entre los “agentes del orden”.

Mortal Kombat: Deadly Alliance

Tipo de juego: Lucha



Descripción: Mortal Kombat fue creado en 1992 entre Ed Boon y John Tobias. Es un juego arcade de lucha. La historia comienza cuando "el malvado" Shang Tsung organiza una edición del torneo "Mortal Kombat", una milenaria competición donde participan los luchadores "más fuertes" del mundo. Esta vez el torneo tiene un objetivo bien distinto, tras realizarse, Tsung tendrá la energía suficiente para abrir un portal entre su mundo y el de la Tierra. Con la intención de frenar sus intenciones, "el valiente" shaolin Liu Kang viajará tras ser entrenado por Bo'rai cho, quien le encomendará vengar la muerte de sus antepasados. Junto a él acudirán otros luchadores con distintas intenciones, Sub-Zero (asesinar a Shang Tsung), Kano (robar tesoros), Sonya Blade (capturar a Kano), Johnny Cage (demostrar sus habilidades) y el mítico Scorpion (vengarse de Sub-Zero). El torneo terminó con la victoria de Liu Kang, pero cuando volvió a su casa, se encontró con el templo Shaolin destruido (la historia continua a partir de aquí). La nueva edición (Deadly Alliance) nos presenta a "dos malvados" luchadores unidos, Quan Chi y Shang Tsung, quienes juntos eliminarán a Shao Kahn e intentarán invadir, una vez más, la Tierra. En su afán por cumplir venganzas pendientes, la pareja de personajes malévolos terminan con la vida de Liu Kang, el campeón de los anteriores torneos que no podrá volver a combatir nunca más. Raiden reunirá al resto de héroes humanos para acudir al torneo Mortal Kombat, entre ellos los agentes especiales Jax-Sonya, Johnny Cage, Sub-Zero (ahora líder de los Lin Kuei), su alumna Frost y varios shaolines (Kung Lao, y el maestro Bo'rai Cho). Todos ellos acudirán con la misión de eliminar al ejército del mal (donde también milita Kano), pero a medida que avancen en su camino, se irán encontrando con varios problemas personales. Sub-Zero verá como su alumna se revela por codicia, los agentes intentarán buscar a su compañero Kenshi, y Scorpion, luchará en forma de espíritu, contra todos sus enemigos. Al final, Kung Lao dejará bien clara su posición de actual protagonista, sin olvidar la aparición de luchadores varios como Bo'rai Cho (luchando por primera vez), Nitara (una vampira) o Reptile.

Análisis: Como podemos ver se parte de un esquema maniqueo y simplista donde los personajes se dividen a partir de dos prototipos esenciales: "el valiente" Liu Kang y "el malvado" Shang Tsung.

La base del juego es la "lucha entre los más fuertes". Parece el principio darwinista de la supervivencia, pero aplicado no a la naturaleza sino a las relaciones humanas. Lo importante y clave es la fuerza. Por eso compiten "los luchadores más fuertes". Y podemos ver cómo se va construyendo una cultura del "macho". Quiere

nes luchan son, en su mayoría, hombres, y las pocas mujeres que aparecen se comportan de igual manera que los hombres dentro de esa cultura.

Pero veamos lo que nos dicen los propios comentaristas del videojuego: “al tiempo que los jugadores se encontraban con una galería de movimientos impresionante, entre ellos, todo tipo de golpes violentos y viscerales. Pero ahí no terminaba todo, la máquina se caracterizaba por un detalle innovador, el uso de la sangre como elemento importante en los combates. Así, a medida que repartíamos golpes, veríamos como saltaban chorros de sangre por doquier, ¿suficiente? de ninguna manera, aún quedaba por ver lo mejor: los fatalities. Bajo este nombre tan atractivo, se escondían una serie de movimientos finales que nos permitían despedazar a nuestro oponente, todo a través de violentas animaciones. Las reacciones a nivel mundial no se hicieron esperar, asociaciones de padres, gobiernos, y demás, hicieron presión para censurar el juego. Y por suerte, no lo consiguieron, es más, provocaron que "Mortal Kombat" fuera conocido en todos los rincones del mundo, algo que a Midway le encantó. (...) A nivel de violencia, "Mortal Kombat II" no se resintió de los problemas causados por su antecesor, sino que con la intención de crear más polémica, deslumbró con mucha más sangre y escenas brutales” (<http://www.ociojoven.com/article/articleview/239677>).

Como recoge Gros (1998, 53) “la clave RPPLK, sirve para arrancar la cabeza o el corazón del contrario. Es necesario descubrir ciertas claves secretas que accionan las 'fatalities'.

Con ellas y el grito de 'finish him' –traducido como ¡remátalo!- el luchador arranca de cuajo la cabeza del enemigo, espina dorsal incluida, e incluso, llega a extraerle el corazón de su cuerpo sangrante haciéndolo explotar en millares de trozos que se esparcen por la pantalla de nuestro ordenador”.

Es sorprendente cómo se incorpora a la mujer en determinados videojuegos reproduciendo el modelo masculino como imagen de “igualdad”. No hemos visto todavía un solo videojuego que muestre a los hombres protagonistas cuyo principal cometido sea las acciones atribuidas tradicionalmente al mundo femenino. En sentido contrario no sólo tenemos este videojuego, sino la mayoría de los más vendidos que incorporan a las mujeres como protagonistas.



Pero además los personajes femeninos de este videojuego tienen otra característica paradigmática del modelo femenino más habitual en estos videojuegos: su imagen es una proyección de las fantasías sexuales masculinas. Como si, a pesar de su modelo de comportamiento masculino, el rasgo esencial que las debe configurar fuera el de ser atractivas para el hombre.

A los hombres se les caracteriza en función de la acción o la misión que tienen que llevar a cabo. Pero a las mujeres siempre es en función del hombre. Serán fuertes para combatir, pero "turbadoramente" sexis para..., ¿para qué?, si no es para "atraer al macho". Es como si para los diseñadores/as de videojuegos no fuera concebible una mujer, si no es en función de un hombre.

Street Fighter

Tipo de juego: Arcade



Descripción: Es uno de los clásicos del mundo de videojuegos de tipo arcade de lucha, al igual que *Mortal Kombat*. No vamos a detenernos en su descripción pues sigue el esquema prototípico de argumento insustancial como excusa para mostrar la lucha.

Análisis: Al iniciar el juego aparece una “voz ronca de hombre” anunciando el juego. Nos introduce así, a través del sonido, en un clima propicio para entender que este es un juego duro, de “machos”. De 18 personajes 5 son mujeres (un tercio). Pero lo sorprendente es la imagen y el rol que desempeñan como luchadoras.

Hokuto, una de las luchadoras femeninas de este juego ha sido caracterizada por los videojugadores y videojugadoras entrevistados como “espiritual”. Cuando se les preguntaba qué querían significar con esto, hacían referencia a que era japonesa, hacía kendo y golpeaba menos fuerte que los hombres que luchaban en este combate, pero sus movimientos eran más ágiles que los de los hombres. Decían que en general, las mujeres de este videojuego luchaban de una forma más ágil, lo cual era imprescindible para derrotar a algunos adversarios, mientras que los hombres eran más rudos y pesados. En el caso de Hokuto, a pesar de ser una luchadora en un juego de combate, su cara es “estilo manga”, es decir, ojos grandes, mirada ‘ingenua’, rasgos infantiles, nariz insinuada, etc. Dado que aparece vestida con ropa no se la identifica tanto con lo erótico, sino con lo sensual.

Chun-Li, es una luchadora china, pero no comunista –nos aclaran varios videojugadores/as-. Cuando les preguntamos por esta matización, nos dicen que es de “los buenos”. Parece que ya tienen asimilado, por otros videojuegos también, que los comunistas son “de los malos”. Aparece vestida de una forma “insinuante”, dejando entrever las piernas a través de aberturas de la ropa; con vestido muy ajustado.

Pullum, es una luchadora árabe. La más ágil de todos y todas las luchadoras del juego. Su imagen es aún mucho más insinuante, tanto en el físico como en la ropa, utilizando el sujetador como única vestimenta de la parte superior.

A Blair, la cuarta jugadora, la presentan, según la definición de los propios videojugadores/as, como si fuera una “puta”. La imagen que la ponen está cercana a las fantasías “somasoquistas”: vestida con body, tanga y botas de cuero. Los diseñadores le remarcan los pechos de una forma exagerada.

Finalmente, Sakura, es la imagen de mujer que generalmente se asocia en los productos comerciales eróticos a determinadas fantasías sexuales de los hombres. Aparece vestida como una colegiala, con uniforme de marinera escolar y coletas. Minifalda con aberturas laterales. Cuando salta para dar algún golpe al adversario enseña la ropa interior de color rojo. Anda con las rodillas muy pegadas. Como decía uno de los videojugadores entrevistados: "o es muy coqueta o está gilipollas".

Cuando luchan dos mujeres, el juego parece concebido más para hacer una exhibición de ropa interior, con connotaciones sexuales, que una lucha auténtica.

En cuanto a los luchadores hombres, representan el modelo de "duro", "macho", etc. Todos los estereotipos más habituales y rancios de esta visión.

Además, es un juego enormemente politizado, que no crítico políticamente. Caracteriza a "los malos" como comunistas –especialmente Zangief- y a "los buenos" como norteamericanos –los dos protagonistas, Riu y Ken, son norteamericanos o nacionalizados como tales-. Como comentábamos antes, Chun-Li es china, pero de "las buenas", no comunista. Además los malos son representados con cara distorsionada por muecas de odio y rabia. Esta imagen tan simplista y primaria es la que caracteriza "al malo". Pero aquí no importa la simpleza de los argumentos, la trama, los personajes, etc., sino sólo la acción: luchar y golpear. Esta la esencia.

Dead or Alive Xtreme Beach Volleyball

Tipo de juego: Arcade



Descripción: Juego de volley-playa cuyo éxito se basa en los modelos femeninos y la imagen insinuante de las mujeres que aparecen en bikinis ajustados y minúsculos mientras saltan y golpean la pelota de volley. El argumento del juego es extremadamente simplista y un tanto absurdo: Uno de los luchadores de "Dead or Alive 3", Zack, ha ganado una fortuna en un Casino y decide comprar una isla paradisíaca. Invita a las 7 luchadoras de "Dead or Alive" y a otra nueva chica a participar en un torneo de artes marciales. Pero el torneo no existe, todo ha sido una invención suya. Aún así, las chicas deciden quedarse en la isla de vacaciones por 2 semanas.

Nuestro objetivo será conseguir compañera para jugar al volley playa. Las chicas, con inteligencia artificial, nos exigirán un buen juego, si no, nos abandonarán y tendremos que buscar otra chica. También podemos conseguir compañera a través de regalos (los últimos modelos de trajes de baño, flores, cosméticos...), y para comprarlos tendremos que visitar el Casino de la isla o ganar dinero jugando al volleyball. Como jugadores/as, podemos personalizar a las protagonistas mediante distintos equipamientos, colores de uñas y hasta nivel de bronceado.

Análisis: Fundamentalmente, el fin último del juego es "comprar" la compañía de una mujer: conseguir dinero para vestir a las chicas con modelos cada vez más provocativos, más allá de jugar al voleyball (que no es sino uno de los minijuegos incluidos). Se simulan más unas vacaciones paradisíacas y plagadas de erotismo que una actividad deportiva. Se puede salir de copas, ir al casino o quedarnos en la habitación del hotel viendo la tele.

La publicidad de este videojuego expone: "¿Una fantasía en una isla de los mares del sur? ¡Imagínate estar en un paraíso durante dos semanas completas únicamente en compañía de las estupendas chicas de Dead or Alive! Pero, esta vez, en vez de luchar, participarás en una emocionante actividad en la que se probará tu capacidad de reacción: voleibol playa. En "Dead or Alive Xtreme Beach Volleyball", jugarás en el papel de una de las siete chicas de Dead or Alive junto con un nuevo personaje y disfrutarás de unas formidables vacaciones en varios parajes de la isla jugando a voleibol playa.

La revista *Hobby Consolas* (2003, 138), promociona unos bikinis de mujer con el siguiente comentario: "Seguro que más de una vez habéis pensado en lo que podríais hacer para que vuestra novia se pareciese a las espectaculares jugadoras de este juego de volley-playa. Bueno, pues ahora la podéis sorprender regalándola



uno de estos bikinis, que son igualitos a los que lucen las bellezas del juego. Son caros, pero os lo agradecerá". No sólo trasluce este comentario lo que venimos constatando a lo largo de la investigación, que el mundo del videojuego es un mundo hecho por hombres para hombres, donde las mujeres poco más que aparecen como objetos decorativos, sino que lo que se valora y se ensalza de una mujer es la belleza, el atractivo físico, el que esté "apetecible" para el hombre y se las puede conseguir a través de regalos (connotación de prostitución, en la que se intercambia la relación por dinero).

En todas las revistas los comentarios sobre este juego son del mismo tono: "las chicas más recauchutadas de la historia de los videojuegos de lucha vuelven a por más. Se quedaron con ganas" (*Superjuegos*, 2003, nº 136, 20). Parece un comentario que no sólo transmite sexismo en el sentido del comentario sobre la imagen física de las mujeres ("recauchutadas"), sino desde el punto de vista de las "fantasías sexuales" del comentarista ("vuelven a por más, se quedaron con ganas").

La mujer es aquí sólo una fuente de deseo. Las chicas se mueven con posturas eróticas y provocativas, aparecen prácticamente desnudas, tienen grandes pechos (que, por supuesto, se resaltan muchísimo; de hecho, parece que el juego gira en torno a los pechos de las protagonistas) y están muy bien hechas. Parecerían casi mujeres "de verdad" si obviáramos que parece imposible encontrar a tanta mujer-estereotipo fuera de un mundo virtual como éste. Incluso el juego incluye un zoom que permite apreciar las virtudes anatómicas de las protagonistas, consiguiendo que nuestra parte más voyeur salga a la luz.

Rise of Nations

Tipo de juego: Estrategia



Descripción: Juego de estrategia al estilo *Age of Empires*, con combinación de ideas de otros títulos como *Civilization* y *Risk*. En él, nuestro rol es el de un Semi-Dios/a que lo controla todo sobre una población. Podemos crear nuevos y nuevas ciudadanos/as y hacer que éstos/as construyan edificios (escuelas, templos, graneros,

establos, fuertes...), se desplacen, trabajen, luchen... etc. Todo empieza en un tablero al estilo *Risk*, con naciones que se reparten los diferentes territorios del mundo y con una ficha de ejército situada en nuestra capital. Cuando decidimos atacar o somos atacados por algún vecino con ganas de guerra la acción deja de lado el tablero y empieza el juego al estilo *Age of Empires*: una ciudad, pobladores, recursos, edificios y unidades militares. Si bien anteriormente habíamos tenido la oportunidad de construir nuevos centros urbanos, ahora nos encontramos con que es casi una necesidad, que cada ciudad tiene su economía y que podemos realizar comercio entre ellas, que además empujarán la frontera de nuestro territorio un poco más lejos... recordando a *Civilization*. A esto hay que añadirle una evolución histórica muy extensa. Podemos empezar en la época de los antiguos Romanos y acabar en la actualidad, con misiles nucleares y bombarderos invisibles. El fin del juego es conseguir para nuestra civilización más dinero, mejor ejército y mayores logros artísticos. Es un juego complejo. La estrategia implica que la velocidad y acierto de nuestras decisiones pueden suponer la victoria o la derrota.

Análisis: Al tener cierta libertad podemos caer en la suposición de que éste juego puede desarrollarse de varias formas según sea nuestro carácter, pero esto es algo ilusorio. El juego tiene una libertad controlada que te hace dar pasos concretos para seguir adelante. Si quieres hacer un monumento, antes tendrás que tener dinero, si quieres tener dinero, tendrás que abrir minas y establos, etc. Y te marca una forma de actuar que responde a todos los estereotipos de nuestra "visión de vida".

Para ser "feliz" no vale otra cosa que no sea ser la/el más rica/o y fuerte. No podemos conformarnos con vivir tranquilos/os en nuestro poblado, viajar a otros lugares y aspirar a cierto nivel de vida, sino que debemos superar al "adversario" (y adversarias son todas las naciones distintas a la nuestra), debemos tener una economía más próspera que él y debemos combatir para arrebatarle sus tierras o someterle. Es la única manera hacia la prosperidad.

El juego te permite elegir varias nacionalidades, teniendo cada una de ellas "habilidades características" por lo que ha sido su historia que no son sino clichés o

estereotipos. Así, España tiene la habilidad del descubrimiento, Grecia la de la filosofía, Alemania la de la industria, el pueblo Bantú la habilidad de la migración... Como podemos ver estos clichés están planteados desde una visión etnocéntrica y racista, donde los bantúes tienen la habilidad de emigrar y los griegos de hacer filosofía.

Los dos modos del juego te dirigen la acción hacia el mismo fin: ganar. En uno de los modos diriges a una nación desde sus principios en una modesta ciudad, a la que tienes que ir armando y completando, creando también nuevas ciudades y atravesando diferentes etapas, hasta darle el esplendor de una gran nación, cueste lo que cueste, sabiendo lo que significa "gran nación": poder, riqueza, economía boyante... Pero eso no significa que el juego permita analizar que para tener una economía boyante otros pueblos y naciones tienen que estar sometidos a un intercambio comercial injusto, a una explotación prolongada o a ser arrebatadas sus tierras para acumularlas y expandirse.

En el otro modo la finalidad es directamente conquistar el mundo. Tendrás que ir declarando la guerra a otros países y tomar sus capitales para ir avanzando en tus aspiraciones de poder. Modelo masculino por excelencia que predomina en la esfera pública de la sociedad actual y pasada.

En resumen, un videojuego impregnado de la cultura macho: violencia, maniqueísmo –las personas buenas somos nosotras, el resto son malas por el hecho de ser diferentes-, racismo y por supuesto sexismo. Las mujeres tienen un papel secundario, al margen de la "gran historia", porque la historia es una historia de conquistas y de guerras, de poder y lucha para conseguirlo. Las mujeres no tienen espacio ni lugar en esta definición de la realidad. Se las ve por las ciudades en roles claramente marcados para su género a lo largo de la historia y más bien pasivos. Además, esos papeles tradicionalmente más ligados a las mujeres no son importantes en el desarrollo del juego, parece que lavar y cocinar, cuidar y amar no sea importante, lo importante es luchar y eso lo hacen los hombres.

Indiana Jones en Busca de la Atlántida Perdida

Tipo de juego: Aventuras



Descripción: Indiana Jones es el protagonista de este videojuego. Viene a ser una película de Indy, en dibujos animados, y en la que se puede intervenir constantemente. Aunque no es del todo un Arcade, lo parece pues las situaciones y los ambientes en los que debe actuar van sucediéndose continuamente hasta llegar al fin de la aventura: una idílica imagen de un submarino en la superficie de un mar en calma, con una romántica puesta de sol al fondo, y un primer plano de Indy con la chica guapa dándose algo así como un beso... Tiene de todo: grandes viajes, paisajes muy bellos, situaciones comprometidas, países lejanos, amigos y traidores, acción y diálogo... y, sobre todo, incógnitas, enigmas por descubrir. La labor principal del jugador es resolver problemas.

Análisis: El protagonista se enfrenta a una serie de enemigos implacables que sólo aparecen desde el punto de vista del protagonista (no conocemos las motivaciones ni la situación de esos enemigos). Da una imagen de Estados Unidos que no corresponde a la realidad histórica del período de entreguerras. Es una forma de reescribir la historia desde un punto de vista masculino y colonial, en donde Indiana, el símbolo masculino del hombre conquistador norteamericano, representa el bien sin fisuras contra un mal, encarnado por el régimen de Hitler. Cuando en los años 30 la colaboración entre Estados Unidos y dicho régimen no fue tan antagónica. Y en el videojuego se sitúa a Indiana Jones en estos años 30.

Indiana Jones, inspirado en modelos del cómic de los años treinta como Flash Gordon y Jungle Jim de Alex Raymond, representa al científico que no rehuye la acción, encarnando la figura del hombre dominante que tiene a la vez poder físico y lógico. Esa figura deja en segundo plano a la mujer, a la que acepta como guía acompañante y amante sumisa.

Reproduce los estereotipos típicos y tópicos de héroe masculino protagonista que salva situaciones complicadas y resuelve problemas; duro y poco proclive a los sentimientos o a expresar emociones; que maneja las situaciones conflictivas con dureza y sin concesiones y considera a las mujeres como objeto de conquista más que como compañeras con las que decidir conjuntamente las acciones a tomar.

Representa también al hombre aventurero y colonizador, encargado de obtener y buscar los tesoros de otras civilizaciones que se presentan como exóticas, sin importarle demasiado ni las costumbres ni las leyes de los países vecinos, fijándose tan sólo en sus objetivos personales.

El contenido ideológico y maniqueo de juego sólo sirve para legitimar la violencia de Indiana Jones cubriéndola de una aureola de autoridad moral. Es la exaltación del modelo colonial a través de un personaje que se nos hace simpático y cercano pues toda la acción del videojuego se ve desde su punto de vista. El hombre blanco "civilizado" en medio de pueblos primitivos y semicivilizados a los que arrebató sus tesoros culturales y les marca el camino de la "auténtica civilización": la del hombre blanco del norte.

Prince of Persia

Tipo de juego: Acción/Aventura



Descripción: Diferentes episodios de una saga en la que el protagonista, el príncipe, tiene que rescatar a la princesa o escapar de su propio palacio invadido por unos demonios. En la versión de “Las arenas del tiempo”, se mantienen los elementos más emblemáticos de la saga: el príncipe, la chica (hija del sultán), el malvado de turno y la descomunal fortaleza. El príncipe es engañado por el Gran Visir para que tome como botín una daga que le proporcionará la vida eterna, no sin antes desatar la maldición de las Arenas del

Tiempo, una plaga que convierte a todos los habitantes del reino en zombies. El Príncipe tendrá que recorrer el palacio para romper la maldición, matando a los demonios de una época anterior, matar al Visir y restaurar la magia de las Arenas del Tiempo.

Análisis: En la versión para móvil, dos princesas han sido secuestradas por el Visir. En las primeras versiones lo mismo. “La princesa está triste. ¿Qué tendrá la princesa?”. El inicio de esta saga parece recordarnos esta poesía. Cada vez que el príncipe superaba un nivel, aparecía en pantalla la escena de la pobrecita princesa. Era el papel clásico de las mujeres en los videojuegos. Débiles, tristes, esperando que un hombre las salve y las rescate. La mujer no lucha, no se defiende, es maltratada, es un ser pasivo y dependiente. Son los hombres los que han de protagonizar la aventura. Cautiva en un palacio de un sultán -como tal, de edad madura- ella espera, desconsolada y pasivamente, que un príncipe -joven, apuesto, atlético, diestro en el manejo de la espada y valiente- venga a rescatarla.

Clásico triángulo formado por mujer rica, bella, elegante, frágil, pura, cálida, impecable (expectativa de esposa y madre perfecta), joven rico, bello, elegante, valiente, sensible, inteligente, seguro de sus objetivos, perseverante en el logro de los mismos (expectativa de esposo y padre perfecto) y hombre mayor, poderoso, malvado, fuerte, que desea a la joven para sí, y que la mantiene encerrada (el reto). El poderoso pondrá a prueba las cualidades percibidas del joven y, especialmente, para que ella pueda disfrutar del placer de ver a dos hombres peleándose por ella.

Los roles siguen reproduciendo el sistema bipolar tradicional: él o ellos tienen el dinero y el poder, ella el afecto; ellos son inteligentes o astutos, ella ingenua; ellos son héroes o villanos, ella la víctima; ellos los autónomos, ella la hija de... Es el guión de los cuentos de toda la vida, que multiplican su capacidad de atracción y seducción a través de las nuevas tecnologías.



Es también de destacar que en la última versión, “*Las Arenas del Tiempo*”, la figura de mujer es asumida por Farah la hija del Sultán, que inicialmente no se lleva bien con el protagonista, acaba progresivamente “sucumbiendo a sus encantos”. Se quiere recuperar el protagonismo de la mujer, haciéndola independiente inicialmente del protagonista. Incluso las habilidades de la princesa “complementan” a las del príncipe. Pero al final, como siempre, cuando surge el amor, la mujer “sucumbe” al hombre y es éste el que la acaba rescatando y redimiendo. Ella, en todo caso, le ayuda, le complementa, le apoya. Hace de guía en el interior del palacio, apoya todas sus acciones. Es más, cuando pelean juntos la princesa atacará a los enemigos que estén a punto de herir al príncipe. Abnegación y sacrificio en pos del hombre. Es un papel secundario y sumiso al rol del hombre. Es el clásico modelo de la mujer tras todo gran hombre. Antes gracias a su labor abnegada cuidando a la familia y la casa, el hombre podía conquistar grandes metas. Ahora, le acompaña en su aventura, pero mantiene su papel secundario y “complementario”. Nuevas formas para viejas esencias.

Pero sigue apareciendo con la misma imagen. Pues hay que estar atentos a sus gritos y gemidos para saber que está siendo atacada. Parece que las mujeres aparecen, como denuncian muchos expertos y expertas, gritando como un gesto que las identifica.

Los protagonistas, los buenos, exhiben una imagen y el comportamiento de clase alta europea, mientras que la maldad y la traición se reflejan en los personajes con rasgos árabes. Es sorprendente observar cómo el protagonista, siendo un “príncipe de Persia”, es un personaje tipo Disney, aunque en la última versión se han acentuado algunos rasgos con cierto carácter árabe (ojos rasgados, piel cetrina) que tratan de darle una versión más oriental, pero sin que se le pueda llegar a identificar con un árabe como tal. En cuanto a la princesa o hija de un visir de Persia: rubia, alta, etc., tipo modelo nórdico. Aunque en la última versión también se le acentúan los rasgos árabes, pero sigue siendo un modelo Disney que pocas veces nos recuerda que estamos en oriente. Son los príncipes y princesas de los cuentos y películas “made in Hollywood”.

En este videojuego, como en el argumento de otros muchos videojuegos, el amor es la razón de la violencia. Se mata para acceder al ser amado. Pero la muerte sólo importa si la sangre es azul (la del príncipe o la princesa), no en el caso de los “árabes malos”. Es una visión maniquea de la realidad que ayuda, como hemos visto en tantos videojuegos, a construir una visión no sólo xenófoba, sino también clasista y justificante del asesinato de los otros, los malos.

A medida que avanza el juego, el príncipe se va quitando la ropa. No se sabe si por comodidad o para “impresionar” a su compañera Farah. Farah es la esclava que

acompaña al príncipe durante la mayor parte del juego. Con un escote sensual en el top que deja al descubierto el torso y la falda abierta a lo largo de los muslos, exhibirá la habilidad de “colarse por los sitios estrechos”, lo cual ayuda al príncipe a continuar en su avance a lo largo del juego. En una posición siempre secundaria y sumisa, pues es un apoyo, un instrumento al servicio del príncipe para resolver puzzles, para desvelar el argumento. Pues el jugador o jugadora sólo controlará al príncipe, no a Farah. La hija del Sultán está siempre controlada por el ordenador, como si fuera un autómata. Quizá un símbolo del papel de las mujeres en este videojuego y en este mundo de los videojuegos.

Jedi Knight

Tipo de juego: Aventura gráfica



Descripción: Esta serie ha sido producida por LucasArts. *Jedi Knight: Jedi Academy* es la continuación de *Jedi Outcast*. Mientras que en las dos anteriores entregas manejábamos a Kyle Katarn, un Jedi discípulo de Luke Skywalker, en ésta ocasión él será nuestro maestro. Sitúa la acción temporalmente poco antes de los acontecimientos que se relatan al final de *Jedi Outcast*.

Nosotros nos meteremos en el papel de un/a aspirante a Jedi que tendremos que crear. Para ello, dispondremos de varias razas a elegir, entre las que se encuentran hombre humano y mujer humana, Keldor macho, Rodian macho, Twilek hembra y Zabrak hembra. A cada una le podremos poner atributos físicos: cabezas, torsos y piernas al gusto, dentro de las posibilidades que ofrece el juego, o indumentaria y también podremos cambiar entre algunos colores. Luego pasaremos a diseñar nuestro sable láser (arma de combate), también con varias opciones. El personaje elegido pasará a formar parte de la Academia Jedi en Llavín 4. En este lugar se aprenden los secretos de la Fuerza, bajo la tutela de Luke Skywalker, el protagonista de "la guerra de las galaxias". Eso se consigue a través de la realización de diversas misiones. Conforme se avanza en el juego, se va accediendo a nuevas habilidades (de combate).

Respecto a la historia, comienza cuando partimos hacia la Academia Jedi de Luke Skywalker para empezar nuestro aprendizaje, y la nave en la que vamos es abatida. Ello nos lleva a protegernos en un templo cercano, donde conoceremos a un conjunto de individuos que más adelante sabremos que forman parte de una secta llamada Los Discípulos de Ragnos. Nuestra misión será investigar sus intenciones. Durante la partida iremos aprendiendo a utilizar la fuerza, hacer evolucionar nuestro sable láser, aprender nuevas habilidades, etc, siempre con la característica de poder avanzar hacia el lado oscuro o hacia el bien. El juego tiene partes en primera y en tercera persona, pudiéndose cambiar los ajustes por defecto. A lo largo de él, nos cruzaremos con personajes tan conocidos como Luke Skywalker o Chewaka.

Análisis: En éste videojuego hay que destacar que podemos elegir nuestro Jedi, como dijimos, entre hombre humano o mujer humana, keldor macho, rodian macho, twi'lek hembra y zabrak hembra, algo que hasta ahora parecía vedado, pues los modelos masculinos y femeninos se mantenían en los cánones establecidos. Pero siguen los patrones habituales: la twi'lek hembra se presenta con un modelo corporal "sexy", pudiendo cambiar su vestuario y "realzar" su figura; lo mismo pasa con la zabrak hembra. Pero también es de destacar que la twi'lek hembra



cambia de color de su piel (azul, amarillo...), pero no negro; la mujer humana no cambia a negra y el hombre humano puede ser mulato, pero no negro. La pregunta es: ¿por qué unos colores sí y otros no? Para gastar tanto dinero en su diseño, suponemos que las elecciones que se hacen tienen que estar bien pensadas y meditadas. ¿Por qué entonces los negros no aparecen?

La esencia del juego es la de siempre: matar. Aunque aparece como excusa que hay que investigar, parece que esto se traduce en eliminar a todo lo que se mueve. El comentario de uno de los videojugadores que estaba trabajando con nosotros/as en su análisis era tremendamente significativo. Al comenzar el juego se preguntaba "¿eso..., qué será?", y se respondía inmediatamente: "no sé, pero por si acaso le doy" (haciendo referencia a que le disparaba con intención de matarlo si era un ser vivo).

El proceso del juego exige ir explorando y disparando contra todo lo que se mueva o no. La estrategia que te obligan a adoptar para avanzar es disparar, destruir, matar. Parece que toda la filosofía del jedi que hemos vivido en las películas (no matar más que como defensa y en último caso) aquí se pospone en función de la interacción del videojuego. Y eso que el protagonista es un aprendiz de jedi. Y es que "hay que matar a todos" antes de conseguir cualquier objetivo.

La muerte se representa de una forma "artística", como si fuera un espectáculo. Cuando el o la protagonista muere se representa de la forma más realista y minuciosa posible (convulsiones, estertores), pero también de una forma expresiva, al "estilo matrix" (la cámara da vueltas, ralentizando la acción, alrededor de la víctima).

No es tanto la figura o la función de la mujer en este videojuego, cuanto los valores y el mundo cultural masculino que transmite lo que hemos analizado. La lucha por el poder como fin y la guerra como medio para conseguirlo. Los nuestros son los buenos, los otros son los malos. Lo que importa es ganar y para divertirse ganando lo que hay que hacer es matar o morir. No hay alternativa a esta disyuntiva. En esto consiste jugar. Pero..., ¿es en esto en lo que queremos que consista jugar?

Unreal Tournament

Tipo de juego: Acción / disparo.



Descripción: En el 2291 para controlar la violencia entre los mineros del espacio exterior, el nuevo gobierno de La Tierra o NGT, legalizó el combate sin reglas, la corporación minera Liandri aliado con el NGT, creó una serie de ligas y sangrientas exhibiciones públicas. Su fama y crueldad fueron en aumento. Pronto Liandri descubrió que los partidos en público eran su

mejor negocio y así nació la Liga Profesional. Los guerreros más hábiles y violentos del espacio cuya misión era combatir en el Gran Torneo. Es el año 2341, han pasado 50 años desde que se creara el combate mortal, las ganancias del Torneo superan los miles de millones. Al jugador/a se le dice que ha sido elegido por Liandri para luchar en la liga profesional, pues su fuerza y crueldad en batalla son legendarias. Ha llegado el momento de demostrar que es el mejor, de machacar a sus enemigos, de ganar el torneo.

Existen cinco fases o modalidades principales: Combate mortal, Dominación, Capturar la bandera, Asalto y Desafío. Cada una de estas fases tiene unas subfases que habrá que superar para llegar a ser campeón de cada modalidad. Cada tipo de juego tiene unas características propias. En la modalidad "Combate Mortal" hay de eliminar un número determinado de veces a cada uno de los enemigos propuestos por la máquina. En "Dominación" hay que proteger un punto estratégico, el cual llevará el símbolo del equipo, durante el máximo tiempo posible, cuanto más tiempo esté protegido este lugar, más puntuación obtendremos. La modalidad de "Capturar la bandera" es un tipo de juego bastante extendido entre los jugadores en red, básicamente consiste en un juego por equipos, donde cada uno/a deberá defender su bandera e intentar llevar la del otro equipo a su base. "Asalto" es una modalidad en la que se nos muestran una serie de objetivos estratégicos que deberemos de eliminar, sin ser eliminados, destruyendo así la base enemiga. Una vez terminadas todas las misiones de cada modalidad se nos abrirá la casilla de "Desafío", que consiste básicamente en un combate mortal de extrema dureza y dificultad. Todas las modalidades (excepto desafío) cuentan con una primera misión de aprendizaje en la cual nos familiarizaremos con las reglas básicas de la modalidad.

Análisis: Como la mayoría de este tipo de videojuegos es un despliegue de arsenal armamentístico (incluso algunos vehículos están diseñados como armas), "a mayor gloria" del aprendizaje de todos los detalles técnicos de las armas y su capacidad mortífera.

“Eliminar al enemigo es una victoria, ver cómo implora clemencia es la gloria”. En todas las modalidades y pantallas, el lenguaje que se utiliza es interpelativo dedicándose, unos a otros, frases cortas y secas a las que, también, se puede contestar por medio de un menú predefinido. Las frases más comunes serían: ¡Ahora verás!, ¡Chúpate esa!, ¡Imbécil!, Eres picadillo, Eso tiene que hacer pupa, ¡Te voy a achicharrar!, Prueba con algo más grande, Voy a acabar contigo, Me las vas a pagar, Perdona no quería dejarte sin cabeza, Me acabo de cargar a ese tío...

En la modalidad “capturar la bandera” no sólo debemos matar al enemigo, sino que hay que defender, por encima incluso de las vidas de tus compañeros, la bandera de tu equipo. Es una exaltación de un tipo de “patriotismo” guerrero que exalta una ideología militarista. Y si analizamos esto mínimamente, entendemos que es el mismo argumento que utilizan aquellos a los que se les denomina “terroristas”.

“Nos resulta inverosímil que alguien se suicide con sus víctimas estrellando un avión para dar fe de una causa. Creemos que la supervivencia de uno está por encima de la desaparición del enemigo y ésta es la mínima convicción que nos queda para estar seguros: ‘el otro no hará nada contra mí que le perjudique a él’. La confianza en esa lógica, base de la subsistencia en sociedad, había llevado a olvidar un hecho muy elemental: que hay individuos que pueden posponer el valor que dan a sus vidas sometándolo a otros valores y representaciones mentales del mundo enraizadas en la cultura. Es lo que ocurre cuando el honor del combatiente se antepone a la huida para sobrevivir. Pedestales, estatuas conmemorativas y altares están llenos de ejemplos glorificadores del hecho de dar la vida y quitársela a otros por las más diversas razones y sinrazones: la gloria, la patria, la eternidad... Sólo que en estos casos se racionaliza la escala de valores aduciendo causas nobles” (Gimeno Sacristán, 2001, 124-125). ¿Y no estamos reproduciendo esta misma lógica a través de estos videojuegos? ¿No nos implicamos en esta visión de la realidad? ¿No son estos los valores en los que nos vemos envueltos/as cuando nos sumergimos en estos juegos? Pues una vez completadas las modalidades del juego, el/la protagonista se convierte en campeón/a de campeones, en el “eliminador” por excelencia.

“El Death Match es la competición por excelencia en ‘Unreal Tournament’, un ‘todos contra todos’ en el que no hay tiempo para pensar, sólo para apretar el gatillo. El objetivo es tan simple como frenético..., liderar la parrilla de muertes hasta alcanzar la cifra máxima especificada” (*Micromanía*, 2003, 57).

Y en estos videojuegos se tiene la “preocupación” de representar también a las mujeres como posibles luchadoras. Pues por qué no introducirlas en esta lógica guerrera. Son ellas las que tienen que incorporarse al mundo y a los valores del hombre. Pero eso sí, manteniendo la estética “deseada” por esos hombres. Así podemos ver que los luchadores hombres aparecen con los músculos muy marcados, gesto adusto y agresivo, mirada dura y penetrante, mientras que las mujeres,

aparecen “muy voluptuosas”, en ocasiones con los labios pintados, y escotes muy pronunciados. En la versión *Unreal Tournament 2004* la representación de los personajes femeninos se ha incrementado, y, como dice una revista del sector, “ofreciendo unos modelos incluso más sexys, aunque al tiempo con un aspecto mucho más agresivo” (*Micromanía*, 2003, nº 107, 39). Y el modelo de hombre que presentan es también impresionante: presenta a los mineros, que identifica con personas de clase social baja, como seres violentos de por sí. El estereotipo en todo parece ser la clave esencial de este videojuego.

Como “aditamento” adicional al combate, nos introduce en un contexto social en el que todo vale con tal de sacar beneficios. Es una sociedad en la que dominan las empresas con el beneficio como único valor seguro. Un universo donde manda, por encima de todo, la ley de la oferta y la demanda, controlado por una multinacional: la corporación Liandri. Parece que es bastante similar al mundo del capitalismo neoliberal actual. ¿Ya nos aseguran que el futuro va a ser así, también? Parece que quieren acostumbrar a los futuros adultos y adultas de nuestra sociedad a que “otro mundo no es posible”.

Warcraft

Tipo de juego: Estrategia y rol.



Descripción: Esta tercera parte sigue con el argumento de la segunda (*Warcraft 2 Rides of Darkness*), que nos contaba cómo Thrall, un joven orco destinado a la esclavitud, escapaba de sus captores humanos que lo habían enseñado las artes del robo y del pillaje. Utilizando esos conocimientos y sus habilidades, recorre asentamientos controlados de orcos para reunificarlos y hacer frente a los seres humanos. Los orcos, reunidos, vuelven a descubrir su capacidad de realizar hechizos, pero invocan algo terrible: una horda llamada Legión cuyo objetivo es acaparar la magia y acabar con la vida en la tierra de Azeroth. Ahora, orcos y seres humanos tendrán que dejar atrás sus diferencias para luchar unidos si quieren sobrevivir. Este juego inaugura un nuevo género al mezclar rol con estrategia en tiempo real. El juego ofrece rol con los héroes que podemos contratar y evolucionar y a cuyo mando nos encontramos, y estrategia con la base que tendremos que construir en cada misión y donde a su vez construiremos edificios, los desarrollaremos, etc. En la presentación del juego podemos elegir entre una de las razas existentes: elfos, no-muertos, orcos y la alianza humana. Este juego tiene una versión online titulado "*World of Warcraft*".

Análisis: Quizá el juego cuente con importantes innovaciones para las personas "aficionadas" a los videojuegos, pero desde el punto de vista de la lectura que se le puede dar, ofrece más de lo mismo: rivalidades entre razas, luchas por el poder (o para librarnos de que los "malos", que son los otros como siempre, se hagan con él) y por evitar la destrucción de nuestro mundo... Cada una de las razas debe luchar por su supremacía y aniquilar a las demás. Todo salpicado con abundancia de estereotipos y clichés, ¡cómo no!: los combatientes son, habitualmente, hombres; las mujeres juegan un papel pasivo, los enemigos (monstruosos en su mayor parte) son eliminados porque son malos y punto; no hay que pensar -sólo en el caso de que el enemigo sea superior-, sólo destruir.

En *Warcraft III* online, como en cualquier otro juego de estrategia, la construcción es importante. Pero aquí todo está orientado a la guerra y a la destrucción de las otras razas. Si se planea atacar pronto, hemos de anteponer la herrería a la serrería, para construir armas. Pero si lo que se va a hacer es expandirse, la serrería es más importante, porque permite actualizar las "torres de vigilancia".

Según denuncia Amnistía Internacional en su informe titulado "¿sabes a qué juegan tus hijos?", *Warcraft III, Reign of Chaos*, fabricado por Blizzard muestra en su etiqueta ADESE la recomendación de uso para mayores de 16 años. Amnistía Internacional considera que, de acuerdo con el contenido de este juego, la edad

recomendada debería ser para mayores de 18 años. Son habituales los comentarios del tipo, "Los creeps, a pesar de su habilidad para atacar e incluso matar a tus tropas, son una gran ayuda para todos los jugadores. Cada creep que mates te proporcionará oro".

La expansión para *Warcraft III* titulada "*The Frozen Throne*" tiene un nuevo héroe para cada una de las razas (no heroína) y repite los mismos aspectos comentados anteriormente.

Knockout Kings 2000

Tipo de juego: Simulación.



Descripción: Videojuego sobre boxeo. Gestor de boxeo, que permite iniciar una carrera profesional como boxeador empezando desde cero y subiendo en la escala hasta profesional en función del entrenamiento y las confrontaciones ganadas. También muestra las peleas clásicas y te enseña la historia del boxeo. Permite consultar la síntesis de la carrera profesional de todos los grandes boxeadores.

Análisis: La presentación del videojuego es, como dijo uno de los videojugadores entrevistados, “una mezcla de “machismo”, golpes a raudales, negros y “hip hop”. Las mujeres sólo aparecen como reclamo sexual (apenas vestidas con un tanga y un minúsculo sujetador, mostrando unos pechos exagerados) en algunos descansos de las peleas, paseándose por el ring y mostrando el número de asalto que se disputa. Parece más bien la exhibición de la mujer como “objeto de consumo” y alimentación de la fantasía sexual de dominio sobre ellas en un mundo de dominio masculino y “brutalidad varonil”.

El o la videojugadora puede crear el boxeador que va a ser protagonista de la pelea. Por supuesto, la opción es entre distintos boxeadores hombres y la mayoría negros. La mujer es un objeto decorativo o un trofeo tras la disputa entre los machos en este mundo de sudor y golpes. Los apodosos que se les puede poner a los boxeadores recuerdan sus destrezas básicas: “rompehuesos”, “matador”, etc.

La mayoría de los boxeadores son negros. La mayoría de los árbitros son blancos. Los comentaristas de las peleas son hombres. Y, por supuesto, la mayoría de los videojugadores entrevistados –sólo hemos encontrado chicos que jugaran con este juego-, afirman que es así, porque así ha sido la historia. En este sentido, volvemos a insistir en la fidelidad a los hechos que se plasman en determinados videojuegos, reproduciendo la discriminación y los estereotipos sociales que han marcado nuestra historia, cuando en otros se pasa completamente por alto esta “fidelidad histórica”. De tal forma que si nuestros jóvenes aprenden que siempre ha sido así, y ellos y ellas se “entrenan” para que siga siendo así, será la profecía que tiende a cumplirse: siempre será así. El problema es que el análisis reflexivo de estos esquemas y estereotipos no altera sustancialmente el “enganche emocional” que produce jugar a estos videojuegos.

Por eso se diseña para que apele más a la percepción emocional que a la razón. Es sorprendente que lo primero que nos explicaban, con claros signos de admiración,

algunos de los chicos entrevistados es que al jugar a este videojuego "sientes la vibración del mando cuando eres golpeado". Es una emoción que incrementa la sensación de "sentirte involucrado" en la acción. En fin, toda una parafernalia construida para integrarte en un mundo de "machos".

Republic: The Revolution

Tipo de juego: Estrategia y simulación



Descripción: Este videojuego parece inspirado en *Masa y Poder* de Elías Canetti, pero también en la caída de Gorbachov y la antigua URSS y el ascenso al poder de Yeltsin. El objetivo es conseguir el poder y la fama, para lo cual hay que fundar un partido propio y competir con otros quince partidos rivales por conseguir el gobierno de un país de la Europa oriental: Novistrana.

El obstáculo es que ese país ya tiene presidente y no se va a ir de forma espontánea, ni se le puede declarar la guerra o cosas así. Se empieza fundando el partido, comenzando con un solo seguidor (pero "fiel" según las normas del juego).

Para triunfar hay que conseguir atraer gente a nuestra opción de gobierno, evitando que los otros partidos políticos (que se convierten en enemigos) nos acusen de escándalos u otros errores que nos resten apoyo popular.

Las tareas, para ello, son intrigar, intimidar, ganarse a la "masa"; los poderes fácticos que hay que tener en cuenta son la prensa, el ejército, decisivos (según la estructura del juego) a la hora de conseguir y mantener el apoyo de los habitantes.

Análisis: Sitúa el juego en Europa oriental tras la caída de la URSS. Parece un marco ideológico perfecto para dar una imagen del Este como desastre consecuencia del régimen comunista de los soviéticos. Esto conlleva una visión implícita etnocéntrica: Europa oriental es un desastre, esto no sería posible en Europa occidental.

El objetivo de este juego es conseguir el poder y la fama. Parecen ser los dos ejes de la política, según los creadores de este videojuego. Esto supone dar a las personas jóvenes una visión negativa de lo que es o puede ser la política y anima a concebirla como un ejercicio despótico de personas aprovechadas, donde lo único que importa es hacerse con el poder para ejercerlo en su propio beneficio.

Los medios que se proponen utilizar para triunfar en este juego son, por decirlo suavemente, "maquiavélicos". Esto supone un descrédito de la "cosa pública" que no sólo fomenta la "despolitización" de las jóvenes generaciones, sino el cinismo y la desmovilización ciudadana. Enseña a asumir que las cosas son así y que no es posible hacerlo de otra forma. No hay opción ni alternativa. Sólo intrigando, intimidando, manipulando o "repartiendo estopa democráticamente a partidarios del dictador" (*Computer Hoy Juegos*, 2003, nº 31, 40) se consigue el objetivo del juego.

Parecen valores que no son los que en la escuela y en los medios públicos insistimos en exaltar. Pero todo esto se va filtrando, progresivamente, en la mente y en la forma de concebir la realidad de nuestros jóvenes.

Este modelo de sociedad, basado en la competición extrema por el poder, es un modelo cultural esencialmente masculino. Es un enfrentamiento perpetuo por conseguir objetivos individuales, utilizando todos los medios posibles para ello. Es un moderno neomaquiavelismo en el ámbito público. No es muy diferente de los juegos de guerra, pero en el ámbito político.

Commandos

Tipo de juego: Aventura gráfica



Descripción: Commandos es una trilogía que se cierra con "*Commandos 3. Destination Berlín*". El escenario es la Segunda Guerra Mundial. Se desarrolla en Europa central, llegando hasta Berlín. La acción del juego se divide en tres grandes campañas: Stalingrado, Normandía y Europa Central. A diferencia de las dos anteriores entregas no se estructura, esta tercera parte, en misiones independientes que no tengan nada que ver entre sí, sino que se trata de una historia unida en sus diferentes fases. Se plantea así, como si fuera una película bélica. Da la opción de jugar en formato 'multijugador' a través de red local o Internet, enfrentándose entre sí, hasta un máximo de ocho jugadores/as.

Pero hemos analizado más en profundidad la segunda entrega. *Commandos 2, Men of Courage* es un juego en el que se trata de llevar a un grupo de hombres, ocho en total, y un perro, a través de una serie de misiones libremente inspiradas en la Segunda Guerra Mundial sin que esto suponga, en absoluto, un acercamiento a la historia. En cada una de estas misiones se pretende conseguir distintos objetivos.

Al comienzo de cada misión, el jugador o la jugadora reciben una serie de instrucciones (circunstancias estratégicas en que se desarrolla la misión; objetivos principales; conocimiento del escenario en el que se desarrollará la acción, indicando la posición de los objetivos, puntos de interés o de peligro, y consejos tácticos) mediante las cuales se les explicará lo que tienen que hacer.

En cada misión existe un número variable de objetivos dispersos por todo el escenario, que suelen ser los mismos, independientemente del nivel de dificultad que se elija.

El juego está estructurado en torno a tres niveles de dificultad (normal, difícil y muy difícil). A medida que se pasa de nivel, todo se va complicando un poco más, y el comando que dirige el jugador o jugadora se hace cada vez más vulnerable al enemigo.

Análisis: El juego se inicia con un breve preámbulo que introduce al jugador en el ambiente de la Segunda Guerra Mundial (verano de 1940). Las imágenes de archivo muestran a las tropas alemanas del III Reich en plena guerra contra Polonia, Noruega, Holanda, etc. y disponiéndose a invadir Inglaterra. En esta presentación se justifica la creación de una "unidad de expertos" en la lucha para que el jugador/a "pueda comenzar su partida perfectamente sensibilizado" con lo que le espera a lo largo del juego y sintonice con los protagonistas.

Todo depende, como es de suponer, de la habilidad y destreza (si a esto se le puede llamar habilidad o destreza) que demuestre el jugador/a con el manejo de las armas.

Los objetivos principales de las misiones consisten en rescatar, espiar, desactivar bombas, o..., matar a seres que otros han decidido que sean enemigos (habría que preguntarse enemigos de quién y por qué..., ¿o estas preguntas no son procedentes?). El juego impone que si no se cumplen los objetivos la persona jugadora no puede completar la misión y pasar a la siguiente.

De esta manera, la persona jugadora es recompensado con una puntuación en función de la consecución de los objetivos secundarios, del tiempo que emplee en realizar la misión, el daño o pérdidas recibidas, el número de enemigos neutralizados o "abatidos". En coherencia con el planteamiento de todo el videojuego, "lógicamente" lo que más puntúa, por este orden, es amordazar a los "enemigos", acuchillarlos y acabar con su vida con armas de fuego, no ser detectado y el número de áreas del escenario visitadas. En diseñar este tipo de videojuegos se gastan millones de euros.

Al terminar cada una de las misiones aparece una pantalla en la que vienen determinados los "logros" alcanzados: número de soldados contrarios abatidos, vehículos explosionados, tiempo que se tardó en realizar la misión, daños ocasionados a "nuestro" grupo, el mérito de la misión (más o menos difícil) y el mérito global. En función de ello se reciben estrellas de plata y de oro (condecoraciones).

A medida que la persona jugadora vaya sumando puntuaciones por matar (pues para conseguir los objetivos tiene que hacerlo) se le va concediendo ascensos en el escalafón. Hasta tal punto llega esta lógica que, una vez haya finalizado la guerra, si la actuación de la persona jugadora "ha sido ejemplar", puede conseguir el grado de Mariscal de Campo. Es así como se va introduciendo a nuestros jóvenes y adolescentes en la comprensión de la guerra, como una carrera profesional y un ejercicio heroico. Es lo que hemos denominado la "cultura macho" delimitada dentro de la normalidad más cotidiana. La violencia en la que se desarrolla todo el videojuego hace que la vida de las personas que en él aparecen carezca de consideración y valor. Sólo son objetivos a "abatir". El matar no sólo es algo normal, sino que se convierte en una acción heroica que es premiada expresamente.

Cuanto más logros consiguen, es decir, cuanta más destrucción provoques, más estrellas de plata y oro vas a obtener. Todo esto hará que el jugador/a se sienta un héroe o una heroína. El hecho de que puntúe el número de enemigos, vehículos, edificios..., que se destruyan, provoca la estimulación para conseguir en la siguiente fase mayor número. El hecho de que te premien cuanto menor sea el tiempo de realización de la misión, influye para que la siguiente se realice más rápidamente. La impulsividad es un elemento esencial a la hora de aprender a "cumplir órdenes": no es necesario pensar, hay que actuar. No es cuestionable una

orden, aunque contravenga los derechos humanos o los principios más elementales de los valores humanos, sólo hay que ejecutarla. Es un aprendizaje potente en la sumisión a la estructura social, a la obediencia al poder constituido, a la supresión de todo principio de rebeldía y cuestionamiento del orden establecido. Antes se mandaba a nuestros jóvenes a la mili, ahora se sustituye por algo más barato, económico y que vincula e implica emocionalmente: los videojuegos de guerra.



Pero, además, es un videojuego que mezcla la realidad con la fantasía. Podemos matar impunemente, para eso la acción se sitúa en un escenario bélico. Nadie va a pedirnos cuentas por ello. Y nosotros, como "cuerpo de élite" somos prácticamente invulnerables. El botiquín proporciona al videojugador/a la idea de que tiene vida ilimitada, es decir, por muy cerca que se sitúe de los enemigos nunca morirá porque va recuperando sus "fuerzas". Con el equipo de buceo, éste se hace invisible y eso proyecta la fantasía de no ser visto. Parece como si nos quisieran entrenar para una "guerra virtual" en la que nos fueran enseñando e inculcando que somos invulnerables, que es una "aventura bélica" en la que nosotros/as siempre triunfamos, y que en caso de que nos equivoquemos, podemos volver a empezar.

Cada miembro del comando tiene su propia ficha biográfica. En ella se destaca el perfil propio del personaje en cuestión. Veamos un ejemplo: Jack "Butcher" O'Hara. Nació en Dublín, el día 10 de octubre de 1909 (todos han nacido entre 1909 y 1916). Fue campeón de boxeo en el ejército, en la categoría de los pesos pesados, desde 1934 a 1937. En 1938 fue condenado por un tribunal militar a 14 años de trabajos forzados tras golpear duramente a un oficial. Su sentencia fue conmutada cuando se unió al cuerpo de Comandos. Es una persona violenta e indisciplinada.

Pero también hemos de fijarnos en la imagen de estos hombres. En el perfil con el que le presentan. Su mirada dura, fija, desafiante, llena de ira (francamente distinta a las que suelen presentar las mujeres en los videojuegos). Su mentón pronunciado y los rasgos angulosos de su cara. La exaltación de su musculatura. Todo hace pensar en el "rambo duro", estereotipo del machismo más rancio.

De los ocho miembros que forman el Comando, uno es una chica; se llama Natasha Nikochevski alias "La Seductora". Es una ucraniana, nacida en el seno de una familia aristócrata. ¿Nos podemos imaginar que cambiáramos los apodos de ambos personajes y denomináramos a Jack "el seductor"? ¿Por qué siempre se aplican estos apelativos a las mujeres? Y si vamos más allá y analizamos que la describen como ucraniana, podemos llegar a escandalizarnos de la imagen que tratan de presentar de la mujer en este tipo de videojuegos.

Porque pensemos que su papel, comparado con el de sus compañeros los hombres, es secundario. El diseño del videojuego hace que esta mujer utilice su "belleza seductora" para entretener y distraer a los "enemigos" y, de ese modo, facilitar a sus compañeros las acciones. "Esta chica es uno de los nueve personajes que empleamos en este juego. Se defiende tan bien como sus compañeros y encima usa sus 'armas de mujer' para distraer a los enemigos" (*Hobby Consolas*, 2003, nº extra, 98). Parece, pues, que la mujer se la concibe como reclamo sexual.

Es sorprendente la capacidad de combatir en una guerra por parte del tipo de mujer que nos presentan con esos zapatos de tacón de aguja, esas minifaldas ajustadas que tienen que tener una abertura hasta la ingle para ¿correr?, o más bien para enseñar la pierna. Es todo un canto a la imagen que tienen los diseñadores del tipo de mujer protagonista de videojuegos.

El lenguaje utilizado en el videojuego se concentra en expresiones monosilábicas imperativas machaconamente repetitivas y muy simples: "Estoy listo, señor"; "¡A la orden!"; "Esto es lo mío"; "Ya está hecho"; "Esperamos órdenes"; "¡Adelante muchachos!"; "Todos a mí"; "Vayamos todos juntos"; "Seguid mi bigote"; "¡por fin algo de acción!" "yendo, O.K.", "vale, bien, ya, voy para allá, sí, ¿Sí señor?, ya voy señor", "no hay manera", "estaré allí en un momento", "como diga oficial",... Lenguaje eminentemente masculino, guerrero, impositivo o de sumisión obediente directa, según el caso. Es el aprendizaje de la imposición sobre el debate, sobre la capacidad de toma de decisiones a partir de escuchar diversos puntos de vista.

Es curioso también destacar que al comenzar la primera y cuarta misión, aparecen una serie de imágenes que son presentadas por una voz masculina y al comenzar cada misión aparece una fotografía y un texto escrito que es leído por la misma voz. Porque la voz de mando y apropiada en este contexto guerrero no podía ser otra que la masculina.

Es curioso, o simplemente, lógico que no aparezca ningún tipo de relación afectiva ni emotiva entre los personajes, ya que su relación se basa estrictamente en "lo profesional", si a esto lo podemos llamar profesión.

Y la versión tercera sigue por el mismo derrotero. No tenemos más que leer el comentario de las revistas especializadas para hacernos una idea: "(...) Europa Central, Berlín. El número de enemigos es tal que será imposible eliminar a todos. (...) Sensación de estar metidos en una película bélica. (...) La esencia se mantiene respecto a toda la serie, y las acciones básicas no difieren demasiado (...) Las recompensas a ciertas acciones son más inmediatas ahora. (...) La opción multijugador permite enfrentarse entre sí a través de red local o Internet (...) a un máximo de ocho jugadores. La sensación cinematográfica del juego es mucho mayor que antes." (*Micromanía* nº 100, pág. 36).

En definitiva, podemos decir que la diversión en este videojuego consiste en matar a otros seres humanos ("los enemigos"), ya que precisamente ese es el objetivo del videojuego y sabiendo que cuanto mayor sea el número de muertos se obtendrán mejores logros en la pantalla final de cada misión. Y lo importante es conseguir los mejores resultados. El asesinato de otros seres humanos se convierte únicamente en un medio para conseguir la finalidad que se persigue, es decir, cumplir las misiones y obtener puntos. Se descarga de todo su componente moral. Y el/la videojugador/a va insensibilizándose ante la muerte de otros seres humanos. Acaba justificando sus acciones y buscando "causas razonables" que lo convierta en algo heroico. Es un proceso de adoctrinamiento cada vez más sutil y profundo. Convertir en juego la guerra. Convertir en algo divertido e incitante la destrucción y la muerte de otros seres humanos. Hacernos sentir que tenemos el poder de la vida y la muerte sobre otras personas.

¿Es este el mejor medio para aprender o mejorar la atención y los reflejos de nuestras jóvenes generaciones, para conocer la historia (o una determinada visión de la historia³), como defienden algunos/as autores/as y empresarios/as de este entorno?

⁶ En esta visión de la historia las mujeres no tienen ningún papel. Es la historia de los vencedores. La historia de las guerras y la destrucción en la confrontación entre hombres por el dominio y el poder. No tiene ningún sentido la historia del cuidado de los otros, del amor, de lo cotidiano, del esfuerzo por construir en una visión de la vida basada en la guerra. Pero es la que quieren que sigamos aprendiendo y venerando, que nos emocione y nos divierta, que "nos haga jugar".

Enter the Matrix

Tipo de juego: Aventura gráfica



Descripción: En el futuro las máquinas dominan la Tierra. Los seres humanos, convertidos en "pilas", sueñan que llevan una vida normal. Pero unos pocos han logrado escapar de Matrix, y ahora tratan de destruir a las máquinas que son el elemento nuclear de Matrix. Inspirado en la película *Matrix Reloaded*, el juego narra la historia de Niobe y Ghost, y sus misiones para ayudar al equipo A (Neo, Morpheus y Trinity). Ghost y Niobe, los protagonistas del juego, son los encargados de hacer fracasar el plan de las máquinas y el

videojugador/a ha de elegir uno de ellos y acompañarle en el desarrollo típico de un juego de acción recorriendo 60 niveles mientras se enfrenta con cientos de enemigos. El videojuego se basa en las fotografías del rodaje de la película *Matrix Reloaded*.

Análisis: El videojuego muestra un universo masculino marcado por la violencia, la velocidad, el culto a las artes marciales. Los dos elementos principales son las peleas de Kung-Fu y las persecuciones a balazos. Está destinado a un público masculino que se recrea en la acción y la violencia sin fin.

Y, como siempre, el lenguaje construye la realidad. Parece que siempre hay un problema con las mujeres. En este caso, como advierte la revista *Micromanía Soluciones* (2003, 33) "jugar con Niobe ofrece un plus de habilidad y emoción, pero un poco menos de darle al gatillo". Ya no sólo expulsa a las chicas de los juegos de hombres, sino que les indica a los chicos el camino a seguir, es decir, elegir a una chica supone pusilanimidad, ser menos hombre, no dar la talla. No han de parecerse nunca a una mujer. O como dice *Hobby Consolas* (2003, nº extra, 104) "la protagonista femenina de *Enter The Matrix* es la capitana de su propia nave, así que en las misiones de conducción lleva el volante. Ya sabéis: peligro constante...".

Es sorprendente que se elija al personaje que se elija, sea hombre o mujer, sus desarrollos son prácticamente iguales. Esto lo califica la revista *Hobby Consolas* (2003, nº extra, 105) como "lo peor" de este videojuego.

Por eso el videojuego glorifica un mundo sin sentimientos en el que la muerte es el precio que hay que pagar ante el más mínimo fallo. Ante esa realidad total, los personajes femeninos aparecen con su dimensión andrógina, desnaturalizadas (Niobe y Persephone). Estas mujeres parecen incapaces de aceptar su propio cuerpo. No son mujeres, son seres perfectos en el ataque y el combate. Esto es lo que

las define, por encima de todo. Por eso son aptas para el juego. Sólo la realidad virtual y la perfección de un mundo dominado por las máquinas pueden asegurar el futuro perfecto de la humanidad. Son en efecto los personajes masculinos los que tienen en su haber la misión de salvar la humanidad de la destrucción. Neo representa la esperanza de la humanidad. Sólo lo masculino tiene naturaleza propia. Si lo femenino quiere ser apto para el juego debe ser desprovisto de identidad y masculinizado en forma de máquina andrógina.

En *Matrix*, las mujeres se convierten en 'hombres-robots'. Para ser aceptadas dentro de la comunidad, deben renunciar tanto a su sexualidad como a su humanidad. En este laberinto andrógino las mujeres deben demostrar su valía atacando a invisibles enemigos, esquivando balas, aceptando las posibles palizas del cuerpo a cuerpo. La mujer aparece representada como un mero ser físico, carente de autonomía, dispuesta a ser guiada por los hombres que controlan tanto el juego como el universo.



Bloodrayne

Tipo de juego: Arcade



Descripción: La protagonista, una mujer mitad vampira, mitad humana, es reclutada por una sociedad secreta dedicada a combatir el mal. Esta sociedad acaba de descubrir un lugar en Sudamérica donde se esconden los nazis que huyeron de la victoria aliada en la 2ª Guerra Mundial (GM), que siguen conspirando y construyendo bases con laboratorios donde crear armas y criaturas o monstruos.

Análisis: Hemos escogido este videojuego para analizar porque, además de ser uno de los que tienen una alta demanda, tenía una protagonista femenina al modelo tradicional de "proyección de las fantasías masculinas". De hecho, una de las revistas analizadas (*Micromanía*) comenzaba su comentario del videojuego diciendo que "nuestra protagonista, además de estar como un tren...". Este es un comentario que nunca hacen de ningún hombre, y menos aún por su aspecto físico. Para que sea atractivo el juego tienen que darle una caracterización de agresividad extrema: en este caso, la 'rabia sangrienta' que consigue después de matar a un buen número de enemigos.

Parece que este modelo de figura femenina está extendiéndose a muchos videojuegos. Protagonista femenina "espectacularmente dotada en su físico", que se comporta "como un hombre" y cuya acción repite los esquemas masculinos. Podemos decir que esta es la forma de incorporar a la mujer que está teniendo actualmente el mundo del videojuego. Debido a las protestas de sexismo de los videojuegos, lo que se han limitado es a "calcar" a los hombres, pero poniendo en su piel a una mujer "exuberante". Con esto consiguen dos objetivos simultáneos: seguir atrayendo al público masculino por la acción que se desarrolla en el videojuego (no cambia nada) y por la imagen de la protagonista que representa el modelo "ideal" de mujer de la estética masculina actual.

Podemos ver que esto se traduce, exactamente, incluso en la publicidad de este videojuego, que se anuncia como "pura lujuria, gran belleza, los hombres se rendirán a sus pies". Es todo un avance para la mujer hacia la distorsión de sus reivindicaciones para conseguir una igualdad de derechos y de tratamiento.

Al final, volvemos a lo de siempre: valorar a la mujer únicamente por sus "atributos físicos" y no por su capacidad o su personalidad. Lo refleja perfectamente el comentario



de la siguiente revista: "Es poco habitual que una chica protagonice un juego de acción para PC (bueno, lo de Lara lo tenemos asumido, ¿no?). Quizá el hecho de que Rayen, el personaje central de BloodRayne, también muestre sus encantos en otras plataformas tenga algo que ver. Pero sea por la razón que sea, la verdad es que "Bloodrayne" es algo más que una cara bonita, muchas curvas y acción trepidante" (*Micromanía* 100, pag 64).

La acción del juego se basa en la destrucción de los enemigos alimentándose de su sangre, lo cual crea un cierto "morbo" añadido.

Diablo II

Tipo de juego: Arcade (rol)



Descripción: El videojuego se compone de tres niveles de dificultad: normal, pesadilla e infierno. Cada nivel tiene cuatro mundos y, a su vez, a cada mundo le corresponden una serie de búsquedas para completar dicho mundo. Estas búsquedas son transmitidas al personaje mediante las personas de la aldea con textos orales y escritos.

Cada mundo tiene su trailer, y se muestra en forma de película el final a alcanzar en dicho mundo. Utilizando las armas se consigue cada objetivo parcial, siempre por medio de la violencia con todo ser vivo que aparezca, menos con los aliados.

Al principio del juego se nos ofrecen varios jugadores para elegir entre el bárbaro, la amazona, la hechicera, el paladín y el nigromante, con el cual tenemos que intentar pasarnos el juego. El fin es matar a Diablo, un monstruo de fuego muy grande.

El objetivo no es otro que avanzar a lo largo y ancho de un vasto mundo para dar caza a los demonios que pretenden llevar el mal a la tierra. El héroe no se enfrenta sólo a los jefes finales, sino, también, a sus soldados inferiores. Hay variedad de unidades, un claro objetivo (desbaratar los planes de las fuerzas de lo oscuro) y también recompensa, que se traduce en dos cosas: experiencia (que posteriormente se invierte en mejorar las habilidades del personaje, como en cualquier juego de rol) y objetos poderosos. Ambas se obtienen de la misma manera: derrotando a enemigos.

En el juego hay que completar varios actos; en cada uno de ellos se nos van señalando una serie de objetivos que deberemos cumplir como, por ejemplo, conseguir algún objeto valioso, salvar la vida de ciertas personas o matar a otros diablos menores que nos iremos encontrando por el camino.

Mientras se recorren los pueblos y campos, el protagonista se irá encontrando con otros personajes que le indicarán lo que tiene que hacer; le contarán la historia de cómo el diablo sembró todo con su ejército de monstruos (que también tendremos que ir eliminando a medida que vamos avanzando) y le proporcionarán objetos cada vez más poderosos, ya que este juego tiene muchísimas combinaciones de armas y poderes para poder evolucionar al tiempo que avanzamos y subimos de nivel.

Análisis: En un mundo tan singular, la vida se encuentra en constante lucha con la muerte... y el juego ofrece a sus protagonistas muchas maneras de morir, todas

horribles. (...) nunca olvidaremos el propósito de nuestra existencia: acabar para siempre con el reino del terror que intenta imponer Diablo al mundo. Tras librar numerosas batallas (...) deberemos exterminar a los atacantes oscuros (...). ¿La finalidad del juego? (...) eliminar a Diablo. Matar. (*Family PC*, nº 59, 180).

Prácticamente, todos los enemigos son monstruos masculinos, pero también hay ejemplos de féminas malvadas. En este caso, es una exuberante mujer no muy diferente al ideal de belleza occidental salvo por el cuerno y las extrañas formas que "cubren" su cuerpo. Aparece desnuda y con los atributos sexuales desarrollados exageradamente, actuando de "femme fatale".

En *Diablo* hay cinco personajes: 3 hombres y 2 mujeres. Dos de los hombres aparecen totalmente vestidos con bastas armaduras, uno de ellos deja parte de su musculoso cuerpo al descubierto (el bárbaro). Las dos mujeres muestran parte de su cuerpo, y una de ellas, aparece con un traje muy ajustado que remarca, totalmente, la forma de sus pechos.

La amazona es delgada, atlética, con pelo largo castaño con una coleta alta. Su vestimenta son botas, espinilleras, rodilleras, protector de antebrazos, body pegado con tres flecos en la parte delantera, hombreras y cinta. Se la caracteriza como "mujer provocativa" con poca vestimenta y pechos grandes. Aunque su rostro sea serio y malhumorado, se remarca su atractivo físico con el vestido ceñido, a través de una iluminación que resalta el torso en detrimento de su rostro y mediante un "movimiento sensual de caderas" cuando muestras sus armas (lanza y escudo).

La hechicera viste con espinilleras doradas, falda con fleco, top turquesa de manga larga, antebrazos, collarin y corona dorada. Su constitución parece reflejar debilidad física. Si el color rojo de la vestimenta de la amazona alude a la guerra y a la sensualidad, el color azul con el que presentan a la hechicera se puede relacionar con lo elegante y aristocrático. No obstante, dado que es mujer, no puede ser por menos que sus ropas ajustadas y cortas dejen entrever su figura.

El argumento, reincide en lo mismo: un total maniqueísmo (buenos contra malos que quieren acabar con el mundo) y un buen número de muertes y destrucción.

Al principio comienza como una búsqueda, para saber de qué va el juego. A medida que destruyes a los que te rodean te sientes más fuerte y esperas que aparezcan otros enemigos más fuertes.

La gran preocupación del jugador/a es conseguir mejores armas (hachas, espadas, guadañas, bolas con pinchos, dagas, lanzas, varitas mágicas, bastones... y muchos tipos de escudos, cascos y armaduras) y saber combinarlas con los hechizos para lograr el mayor daño posible. Lo más llamativo es el modo multijugador/a por los retos que se crean en la red entre "clanes", como los denominados la "Triada Oscura" o el "Darkbringer", que proporcionan múltiples enfrentamientos, donde

se consumen grandes cantidades de horas delante del ordenador, cada vez más populares y fomentadas, las “Kedadas”.

El juego entra en la categoría de la búsqueda de un elemento trascendente, el mal absoluto representado por el Diablo, como elemento legitimador de la violencia. El juego potencia la idea simplista masculina de que el enemigo siempre representa el mal absoluto, y sólo con su pronta destrucción puede quedar establecida la armonía del reino del bien. La capacidad de diálogo con “el otro” diferente, la búsqueda de colaboración con los demás, la posibilidad de aceptar las limitaciones del propio punto de vista y la capacidad para la comprensión y la empatía, todos estos elementos desaparecen por completo engullidos en las redes ideológicas, del todo maniqueístas, que dan forma al juego.

La idea de mujer, como “femme fatal”, enlaza con la tradición del género “Pulp Fiction” en el que los aspectos eróticos de la mujer, al ser resaltados de manera desproporcionada, adoptan ‘tintes malignos’ que refuerzan la noción puritana que asocia lo instintivo de la mujer con lo demoníaco, no dejando que la mujer pueda expresar su feminidad en la esfera pública de forma natural y en armonía con el resto de su personalidad.

Como ha demostrado en su análisis Rardi Gunzenhaeuser (2002), *Diablo II* representa el esfuerzo por buscar elementos de catarsis sádico-sexual en el mundo de la clase media estadounidense.



Max Payne

Tipo de juego: Aventura Gráfica



Descripción: El juego trata de las aventuras y desventuras de un expolicía totalmente descontrolado tras sufrir la matanza de la familia por las fuerzas del mal, representadas aquí por bandas mafiosas. Pero por determinados avatares desgraciados el protagonista se ve envuelto en una compleja trama estructurada en sucesivas fases donde acaba por tener que es-

quivar a las fuerza de orden público igual que lo hace con los delincuentes que pretenden dominar el mundo. Poco después de ser readmitido en el departamento de policía de Nueva York, en *Max Payne 2*, se le acusa (una vez más) de un crimen que no ha cometido.

Análisis: Max Payne comienza con el protagonista que se ha enrolado en la agencia antidroga Americana, con lo que sus anteriores actuaciones al margen de la ley acabaron por quedar impunes. Lo cual nos sitúa ya en el marco moral y judicial en el que se desarrolla el videojuego. Las agencias gubernamentales que luchan contra la droga pueden quebrantar la ley impunemente.

Max Payne presume de ser un juego violento, y lo es; tampoco es demasiado complicado de jugar por lo que se dirige a un importante número de jugadores/as que desdennan las estrategias más complejas de los juegos de rol.

La violencia es gratuita, malos y buenos están claramente diferenciados en principio, para, al final, incorporar en ese espectro del mal a los que se supone eran vigilantes de la ley. Parecería que el protagonista es un símbolo del ser humano solo ante todo, ante las estructuras del poder y la violencia de la sociedad. Se mezclan también las sectas demoníacas que pretenden el caos y ante todos el protagonista no encuentra más camino que el de la justicia sangrienta.

El protagonista se enfrenta a un ejército de criminales usando el "efecto bala", que le permite lanzarse en plancha hacia cualquier dirección, detener el tiempo y disparar más rápido que sus rivales, o esquivar las balas del contrario. Debe acabar con todos procurando que no se le vaya la mano y liquide a personajes que después le pueden ayudar. Es curioso que se afirma que los que no disparan, es decir la mayoría social, son una especie de infelices, sin importancia alguna, testigos de lo que pasa ante sus ojos sin valor suficiente para armarse y salir a practicar el tiro al hombre. Y por armas que no quede porque el arsenal es enorme y a elegir.

Se oferta la opción de eliminar escenas sangrientas e imágenes poco edificantes.

La ausencia de la mujer en esta historia es evidente; los que matan y mueren son hombres, no importa el color de la piel o su religión, sólo les diferencia el bando: Max contra el resto del mundo (y su objetivo final es curiosamente salvar a ese mundo). La mujer sólo tiene un hueco como excusa para la matanza, la mujer es el icono de la familia, y la familia ha sido destrozada así que Max recurre a sueños nostálgicos para justificarse en sus arrebatos de sadismo. Eso sí aparecen prostitutas como informantes. Es su único papel en un mundo concebido desde la "cultura macho".

En Max Payne 2, el juego ya no gira sólo en torno al protagonista, Max, sino en torno a la relación que surge entre Max y Mona Sax y la aventura que corren juntos. En éste "algunas escenas están algo subidas de tono...", según *Micromanía* (2003, nº106, 73)

Pero las personas guionistas han decidido "que se enamore de nuevo, ya que nada mejor que una historia de amor para remover a una persona por dentro", según dicen. Será Mona Sax, una mujer con un papel semejante al suyo (además de sospechosa de asesinato) que ya tenía un papel en el primer juego. Pero eso sí, siempre a la sombra de Max, como actriz secundaria del reparto.

Bratz

Tipo de juego: "rosa" (arcade)



Descripción: Juego que imita a unas muñecas actuales, que son el sustituto de las Barbies, y que van todas "fashion, fashion" (en palabras de las chicas que han descrito este videojuego en las entrevistas). Todo él gira en torno a la moda, la ropa, el maquillaje, etc.

Análisis: La imagen de estas muñecas es "anormal". Tienen una cabeza tres veces más grande que el tamaño normal. Y unas piernas largísimas y delgadísimas, así como una cintura que se quiebra en un suspiro. Reproducen los estereotipos de la moda, pero especialmente, la necesidad compulsiva de ir cambiando con los imperativos de la moda.

El comentario de las revistas es suficientemente significativo: "Mamá, quiero ser artista. (...) Este juego te llevará (...) a convertirte en una superestrella. (...) Las Bratz son al siglo XXI lo que la Barbie en las dos últimas décadas del siglo XX, y cuya principal preocupación es decidir qué ropa ponerse para ir a bailar. (...) debes elegir a tu chica (...). Cada una de ellas, modeladas perfectamente, posee un estilo de ropa propio –hasta cuatro trajes por chica Bratz– así como algunas opciones de "supermeneo" exclusivas." (*PlayStation Magazine*, 2003, nº 79, pags 32-33)

"Las chicas bailonas más dicharacheras de PSone también tienen sus trucos, no creas. Qué hacer para que el carmín no desaparezca al comer, cómo conseguir que la sombra de ojos quede mejor..." (*PlayStation Magazine*, 2003, nº 79, 92)

En ése juego la superficialidad triunfa por encima de todo. Se supone que apenas hay juegos para chicas, y con éste tipo de juegos se entra un poco en ese mundo, lo que no hace sino aumentar la discriminación. Dicho juego es totalmente machista –la mujer sólo se tiene que preocupar de "qué vestido ponerse para ir a bailar"–, simplifica los problemas de la mujer y además está fuertemente basado en los estereotipos actuales de belleza. Las cinco chicas protagonistas tienen una mini cintura, visten elegantes pero con moda "alternativa", van pintadas (lo que se nota en el juego especialmente en los labios) y lucen largos y cuidados cabellos. No hay sitio para las que no son tan guapas ni tienen un cuerpo 10 (sí es que a sufrir por estar tan delgada se le puede considerar tener un cuerpo 10).

El valor de la mujer se condensa en la pura imagen. No hay más esencia que la apariencia.

Vietcong

Tipo de juego: Acción Táctica. Juego de guerra



Descripción: Hawkins, un sargento del ejército norteamericano es el personaje en el que se encarna el jugador/a de *Vietcong*, para, a través de él, vivir diferentes acciones típicas de la guerra en la selva: patrullas en solitario, defensa del campamento, ataque al enemigo y sus posiciones, siempre comandando el pelotón estadounidense. Las situaciones se enmarcan en el conflicto que enfrentó al ejército de EEUU con el pueblo de Vietnam del Norte.

Análisis: Resulta sorprendente el cuidado y el realismo que muestran detalles como la caída de las hojas de los árboles, el agua fluyendo en los manantiales o los cuerpos desmembrados en un éxtasis de violencia. Los expertos comentan que este juego de guerra es absolutamente real en el manejo de las situaciones, y por ello resulta más estremecedor lo fácil, que es matar y morir.

Un análisis de los personajes nos muestra un 100% de presencia masculina. En un contexto de guerra, la mujer se convierte en un ser invisible y absolutamente prescindible. Es un juego de guerra de hombres, donde todos los personajes son hombres e incluso todos los que son matados. El dolor de las mujeres, las terribles consecuencias (violaciones, torturas, muertes, etc.) que sufren en estas guerras no aparece. La vida cotidiana que tienen que mantener las mujeres, incluso en estas circunstancias, no aparece, no es importante, no trasciende. El cuidado del hogar, de las personas mayores, de los/as niños/as; el trabajo que tienen que seguir haciendo mientras los hombres se van a la guerra, a matarse unos a otros, eso no importa.

Los soldados, bien en la modalidad de entrenamiento, combate rápido o campaña, son "hombres duros", y el lenguaje que utilizan (hablan en inglés y en vietnamita, usando una jerga militar y con el masculino como genérico) es tremendamente agresivo y desalmado.

No se trata tanto de que la sangre salpique la pantalla, que se rebanen cuellos, que se mutile, etc. No es lo explícito lo que choca. Sino que lo presentan como un juego que busca llegar a lo más profundo de los sentimientos del jugador-soldado. Parece que trata de hacernos vivir o sentir la incoherencia de una guerra, en un espacio donde lo único que parece ser vital es la energía para sobrevivir (aunque ello sea a costa de matar más y mejor que los vietnamitas). El principio parece loable, pero la parcialidad del juego es evidente, la trampa de la pretendida ejemplaridad pacifista es fútil porque nos acercamos a los sentimientos y sensaciones de un bando (el norteamericano); compartimos y

pensamos (aunque sea un pensamiento crítico) las emociones de los soldados norteamericanos.

El fin último del juego es vencer, no tanto para alcanzar poder u objetivos concretos, aquí lo que parece dominar todo el ambiente es la necesidad de sobrevivir, contando con la ayuda, o la cobardía, de los propios compañeros de armas. No se sacraliza en consecuencia el paso de pantallas sino el subsistir un día más. Si creemos en valores humanos como la compasión, la resistencia no violenta ante el mal o la solidaridad entre pueblos, difícilmente hallaremos un referente para tales actitudes en este juego.

Los roles desempeñados por los hombres son típicamente masculinos: agresividad, decisión, capacidad de mando. Las actividades desarrolladas tienen mucho de premeditadas, no en vano es un juego táctico, pero tenemos que pensar que se pide premeditación y táctica para matar; hay un recurrente canto a lo colectivo, al apoyo no interesado al compañero, la importancia de la acción en equipo frente a la individual, pero con el fin de asesinar a otros seres humanos. Es como si trastocáramos todos los valores, como si subvirtiéramos los principios esenciales y justificásemos lo peor del ser humano como si fuera una heroicidad.

Tras esta representación de un conflicto hay una cosmovisión sobre quiénes son los buenos y quiénes los malos (como siempre maniqueísmo ideológico simple y sesgado). Hay una visión de los otros diferentes como los seres “despreciables” a exterminar. No tenemos más que leer la revista *Micromanía Soluciones* (2003) que hace unos comentarios muy explícitos sobre este videojuego que merece la pena reproducir por el reflejo que supone de una visión estereotipante y xenófoba: “Te vamos a convertir en un experto en patear vietcongs. (...) Debes reaccionar de inmediato para matar al “ojos rasgados” que aparecerá a tu derecha de repente. (...) Sal a defender lo que es tuyo. (...) Aprovecha los momentos para localizar amarillos y fulminarlos rápidamente. (...) En los angostos pasadizos puedes encontrarte con algún que otro “charlie”. (...) Hay media docena de amarillos, como mínimo. Pégate a la pared del búnker y ve eliminándolos uno a uno. (...) El camino de la izquierda no te interesa, a no ser que necesites matar más amarillos para robarles. (...) en cuanto fulmines a los primeros charlies, hazte con un buen AK47. (...) De nuevo, túnel arriba, ve a la izquierda (siguiendo la bandera comunista). (...) La ribera de la ciénaga está atestada de amarillos. (...) Ésta misión consiste en lo que vulgarmente podríamos llamar “una cacería de amarillos”. (...) La estrategia se reduce a matar unos cuantos vietcongs (...) hasta limpiar toda esta extensa zona de charlies. (...) Pronto descubrirás que los amarillos os rodean. (...) Entra por la parte posterior y dedícate a vaciarlo de ratas con cartilla militar del vietcong. (...) Fulmina varios comunistas...”

El sexismo en este tipo de videojuegos no es tanto por el papel que juegan las mujeres, ninguno, sino por el que juegan los hombres, donde la guerra parece ser el lugar por excelencia donde pueden probar su virilidad, su masculinidad, su valentía, su fuerza y su hombría.

Product Number 03

Tipo de juego: Arcade



Descripción: La protagonista se convierte en mercenaria para vengarse de los robots que mataron a su padre y a su madre y, ahora que la han contratado, para restablecer el control de los humanos sobre un planeta dominado por las máquinas que se han rebelado. Es un juego de avance y disparo.

Análisis: La publicidad del videojuego ya anuncia que "Vanessa Schneider, una guapa heroína con mucho ritmo, va a puntarse este verano a la moda de las 'chicas guerreras'" (*Hobby Consolas*, 143, 52). Parece, pues, que hay

un progreso de integración de la mujer en el mundo "masculino" del videojuego. Repiten sus esquemas y estereotipos, sólo que con cuerpos esculturales y mallas ajustadas. Cuando se habla de mujeres en los videojuegos rápidamente aparecen los calificativos: "guapa heroína", "con mucho ritmo"... el ritmo de este comentarista hace referencia a otra alusión posterior que afirma "los movimiento de Vanessa estarán perfectamente entrelazados, como si se tratase de unos pasos de baile ¡y no veáis con qué marcha se moverá esta chica!" (53). Hasta la revista *Megaconsolas* del Corte Inglés hace el siguiente comentario: "no sólo de acción vive Vanessa: como buena fémica, también tiene su lado coqueto, aunque con finalidades salvajes, pues una de las bazas de su modus operandi será adquirir vistosos trajes, mediante acumulación de puntos (...), que le proporcionarán mejor armamento, defensa o cualidades especiales. Pero lo mejor es ver a la chavala en acción, con sus rayos a los 'x-men' combinados con sus sinuosos ritmillos que emboban a cualquier jefe final chatarrero que se ponga por delante" (2003, nº 11, 19).

No nos imaginamos estos comentarios referidos a un protagonista masculino de un videojuego de "matar marcianitos" en versión futurista. Y, como siempre, repite el esquema prototipo de la imagen de mujer: cuerpo esbelto, armadura insinuante y ajustada a las curvas del cuerpo y a unos pechos claramente destacados, etc., "a lo Lara Croft".

Del "macho Rambo", estamos pasando a "Ramba".

State of Emergency

Tipo de juego: Arcade



Descripción: Las grandes empresas se han apoderado del control de los gobiernos, engañando al pueblo con falsas promesas de prosperidad económica y seguridad ciudadana que no cumplen. Un grupo de ciudadanos y ciudadanas han decidido oponerse promoviendo revueltas. La respuesta inmediata es declarar el estado de sitio, lo que provoca un estallido de anarquía y vandalismo en las calles. Nuestro objetivo es llegar a formar parte del grupo de resistencia Freedom y ayudar a derrocar a La Corporación.

Análisis: "La regla fundamental es que no hay reglas, sólo violencia. Nuestros problemas se arreglan a mamporrazo limpio... La violencia se premia con creces y cuanto más desaprensivo es uno, más alta es la recompensa de puntos. (...) El programa es extremadamente violento, tanto, que podremos zurrar a los enemigos con la cabeza de uno de sus compañeros caídos" (*Computer Hoy Juegos*, 2003, nº 31, 44-45). Parece hecho a propósito para confirmar la propaganda ideológica oficial a través de los medios de comunicación que unen movimiento antiglobalización con violencia y caos.

Las misiones aparecen como "reúnete con el saboteador. No está mal para un novato. Encuéntrate con nuestro saboteador y escóltale hasta la sala de control..." Hay un total de 118 misiones en medio de un caos y desorden en donde lo importante es sumar puntos al destruir cuanto veamos, aunque eso sí, matar civiles penaliza.

"Gente saqueando tiendas, bandas aprovechando la confusión para sembrar el terror y un gobierno con ganas de usar la porra" (*Computer Hoy Juegos*, 2003, nº 31, 44), así sintetiza esta revista la esencia de este juego. Incluso tiene un modo "caos" en el que el reto es "hacer el bestia" mejor que nadie.

Otros videojuegos revisados

Hemos elegido estos videojuegos anteriores para analizarlos con una mayor profundidad, pues son una muestra de los videojuegos más vendidos en las tiendas, mejor puntuados en las revistas y en las webs y más elegidos por la muestra de personas que han contestado los cuestionarios aplicados en esta investigación.

Pero no podemos seguir exponiendo todos los análisis que se han hecho de los numerosos videojuegos que han pasado por nuestras manos en esta investigación. Por lo que vamos a sintetizar los resultados de estos análisis de una forma gráfica. En primer lugar enumeraremos los videojuegos analizados, con el simple objetivo de exponer la muestra sobre la que hemos estado trabajando. En segundo lugar, resumiremos a través de gráficas de porcentajes las variables que hemos analizados en todos los videojuegos.

Para el análisis de los restantes juegos hemos propuesto la siguiente clasificación:

- Juegos **arcade**
- Juegos de **deporte**, velocidad y simuladores deportivos
- Juegos de **acción**
 - Juegos de **terror**
- Juegos de **rol**
- Juegos de **combate**
 - Juegos de **disparo**
 - Juegos de “**antiterrorismo**”
 - Juegos de **guerra**
 - Juegos de **lucha individual**
 - Juegos de **lucha entre mafias**
- Juegos de **construcción** y simulación
- Juegos de **estrategia**
- Juegos de **mesa**

Arcade:

- **Salammbó:** El esclavo Spendius pasa por una serie de infortunios que tiene que sortear para salvarse y hacerse con los favores de la princesa Salammbó.
- **Grom... ¡Terror in Tibet!:** En la piel del Coronel Grom debemos evitar que los Nazis dominen el mundo con unas poderosas armas de un antiguo dios tibetano. Aire de cómic muy marcado y humor absurdo.
- **The Simpsons: Hit & Run:** Traducción a videojuego de la serie Los Simpson. Se desarrolla como es de esperar en la taberna de Moe, el badulaque, la central nuclear a través de 56 misiones. Algunas son carreras y otras requieren salir del coche e interactuar con otros personajes.
- **Dragon's Lair:** Controlar a Dirk en su búsqueda para acabar con el malvado Singe. Combates, plataformas y puzzles.
- **Knight Lore:** Un explorador se transforma en hombre-lobo con el cambio de luna, por lo que debe explorar un castillo para encontrar la pócima que cure su enfermedad.
- **Monkey Island II:** Aventura de piratas con diálogos "graciosos".
- **Lemmings:** Pequeños roedores con tendencias suicidas dispuestos a caer en todo tipo de trampas: precipicios, sierras, lagos, etc. Nuestro deber es llevarlos, sanos y salvos, hasta la salida, ordenando a ciertos individuos tareas como escalar, excavar un agujero o cambiar de dirección.
- **Sonic DX:** El juego nos reta a impedir que el Dr. Robotnik se apodere de las Esmeraldas del Caos con las que creará un monstruo para dominar el mundo. El protagonista es el erizo azul Sonic, aunque aquí tiene otros cinco personajes que le acompañan. *Sonic Heroes* es su sistema de juego por equipos, con el que controlaremos a tres personajes y los tres componentes del equipo principal que son animales, son "machos": dos erizos y un zorro.
- **Wanted Guns:** Ambientado en México y el oeste americano de 1862. En él el videojugador o videojugadora toma el papel del reverendo Devlin, antiguo líder de una banda de ladrones. A través de diferentes escenarios se hace uso de diferentes armas para eliminar a los enemigos.
- **Heaven and Hell:** El predicador o Mesías llegará a la tierra con el fin de convertir a los 'infiel' a nuestro credo; para ello cuenta con todo un elenco de milagros. El pueblo será cada vez más nuestro y podremos empezar a ganar unidades básicas de maná (unidad básica de cambio y compra de poderes). La cosa se complica cuando varios Mesías se encuentran en un pueblo y la guerra

sucia comienza: los acólitos de cada secta acabarán asesinando a los predicadores del otro culto. La guerra de la fe es despiadada y cada uno emplea los trucos más sucios que conoce.

- **Gun Metal: War Transformed:** Juego al estilo Mazinger Z de hace años. En un mundo futurista “la única esperanza” para la civilización es el proyecto llamado ‘Gun Metal’, un exoesqueleto de 10 metros de altura armado y que se puede convertir en un caza de combate.
- **Jak2: El Renegado:** Los protagonistas Jak y Daxter caen en un portal que les lleva a un mundo futuro. Jak es apresado y le someten a extraños experimentos, mientras Daxter escapa. Cuando Jak queda libre y se reúne con Daxter, no sólo deben averiguar la forma de volver a su época, sino también luchar para librar a ese mundo de la opresión y vengarse de su captor, el Barón Praxis.
- **Spawn:** Versión del atormentado personaje de cómic y protagonista de la película del mismo nombre, en el que el personaje lucha para liberarse de las fuerzas infernales que le devolvieron a la vida.
- **Red Ninja. End of Honor:** Protagonizado por una mujer ninja que venga la muerte de su padre a manos de una facción rival.
- **Manhunt:** Un condenado a muerte se despierta de su supuesta ejecución para convertirse en la presa, el trofeo de un macabro Reality Show. A través de descampados y almacenes abandonados, bandas de psicópatas le perseguirán para darle caza y su única ayuda es un auricular desde el que recibe instrucciones de un hombre apodado “el director”.
- **Buscando a Nemo:** Traducción a videojuego de la película del mismo nombre. Marlin, el pez padre, ve como su único hijo (Nemo) es ‘secuestrado’ por unos submarinistas. Decide ir en su busca y le acompaña Dory, un ser acuático un tanto lunático. Son 15 niveles y hay que superar muchas pruebas, minijuegos y puzzles.
- **Super Monkey Ball:** Este videojuego, como *Pandemonium* o *Tomb Raider* se han convertido en los más jugados en la consola N-Gage. En este caso consiste en guiar a cuatro monos introducidos en unas cápsulas circulares hasta la meta de cada nivel, haciéndoles rodar al cambiar la inclinación del suelo, teniendo que sortear las trampas que aparecen en cada una de las fases (desniveles, agujeros, resortes...)
- **Scrapland:** El juego se desarrolla en un planeta yermo reconvertido en ciudad para robots, Quimera. Unos robots que, entre otras cosas, celebran carreras a muerte a bordo de sus cazas espaciales. El protagonista será un androide llamado D-Tritus. Se dedicará a investigar el asesinato de uno de los peces gordos

de la ciudad en un planeta que, hasta ahora, no conocía la muerte. Brutales combates y carreras a bordo de naves es la esencia del videojuego.

Deportes, Velocidad Y Simuladores Deportivos:

- De carreras de coches (simuladores y de competición): **Colin Mcrae**; **Formula I Grand Prix**; **Auto Modellista**; **Dakar2**; **Test Drive III** (este incluye persecuciones policiales); **Formula OneE 2003** (sale Fernando Alonso); **FX Racing** (se consiguen armas para echar de la pista a los rivales); **Need for Speed Underground** (carreras ilegales de coches trucados por la noche dentro de ciudades); **Indycar Series** (carreras en circuitos ovalados); **Ford Racing Evolution**; **Pro Race Driver**; **Indycar Series**; **Shox** (rallies); **V-Rally 3**; **World Racing** (se puede elegir ser conductor o conductora); **Gran Turismo 4**; **World Rally Championship 3**; **Mario Kart Double Dash** (carreras de rally más que de kart tradicional en que se utilizan trucos "sucios" contra los demás para ganar); **Twisted Metal Black on Line** (pilotar un coche armado hasta reducir a escombros los vehículos de los otros siete participantes); **Burnout 2** (carreras en calles llenas de tráfico); **Destruction Derby** (carreras de coches en las que vale todo); **Midnight Club 2** (carreras nocturnas por las calles de Los Ángeles o Tokio); **SEGA GT on Line**.
- **Carmageddon**: Al volante de un estrafalario vehículo, tienes que ganar sucesivas carreras en ambientes urbanos, mientras consigues puntos atropellando transeúntes o lo que se ponga por delante y arrollando otros vehículos.
- **Roadkill**: Carreras de coches en las que se puede atropellar a los viandantes y el conductor puede alternar la conducción con el asesinato como francotirador contra transeúntes.
- De fútbol (simuladores de partidos, de gestión de equipos, competiciones, etc.): **PC Fútbol**; **Championship Manager 4**; **Kick Off**; **FIFA 97**; **Total Club Manager 2004**; **FIFA 2004**; **Club Football**; **Urban Freestyle Soccer** (equipos de 4 que juegan al 'fútbol salvaje y callejero' al estilo del spot *Freestyle* de *Nike*).
- De vuelo en aviones y naves espaciales (simuladores de competiciones, enfocados al combate, etc.): **Elite**; **Microsoft Flight Simulator**; **f15 STRIKE Eagle**; **Falcon 4.0**; **Gunship 2000** (incluye misiones de infiltración, rescate o persecución); **EF 2000** (Simulador de vuelo del prototipo aeronáutico Eurofighter 2000. Se gestiona una guerra o se establece una defensa para prevenir una fantasmiosa invasión rusa); **IL2 Sturmovik** (batallas aéreas entre escuadrones de aviones en la 2ª GM); **Yager**; **Aquanox2** (simulador de combate entre submarinos); **Lock on: Air Combat Simulations**; **Combat Flight Simulator** (simulador de vuelo centrado en la historia de la aviación con aviones de todas las épocas y la recreación virtual de algunos de los vuelos históricos; ofrece hasta un curso de vuelo); **La Defensa de Albión** (expansión para *Combat Flight Simulator 3* de la batalla de Inglaterra).

- Otros deportes: **Roland Garros** (tenis); **Virtua Tennis 2** (tenis en el que han incluido 8 mujeres; en el primero no había ninguna); **Top Spin** (tenis); **Snooker** (billar); **Madden NFL 2004** (rugby), **Rugby 2004** (rugby); **NHL 2004** (jockey sobre hielo); **NBA Live 2004** (baloncesto); **NBA Jam** (baloncesto tres contra tres con golpes de 'humor'); **Tiger Woods PGA Tour 2004** (golf); **Rolling** (juego de skate –monopatín-); **ssx3** (arcade de snowboard); **1080 Avalanche** (snowboard); **Amped 2** (snowboard); **NFL 2k4** (fútbol americano), **MLB Baseball** (béisbol), **Agressive In-Line** (piruetas en patines en línea); **Soccer Slam** (futbol violento de 4 jugadores sin reglas); **Summer Heat** (volley playa para mostrar a chicas exuberantes); **Tony Hawk's Pro skater 4** (monopatín); **Wakeboarding UNL** (esquí acuático); **Freestyle MX** (motos); **Splashdown 2** (carreras de motos de agua), **Otulaw Volleyball**.
- **M1 Tank Platoon2**: Se pilotan los tanques más conocidos del ejército norteamericano. Nos permite controlar los distintos escuadrones y, con ello, elaborar las tácticas de ataque.
- **XGRA**: Carreras de motos en las que todo está permitido con tal de ganar. Las motos van equipadas con armas, desde cañones láser hasta cohetes. No sólo hay que llegar primero, sino conseguir los objetivos secundarios que pueden ser destruir a un rival, etc.
- **The Italian Job**: Persecuciones automovilísticas por la ciudad de Los Ángeles de la policía o de bandas rivales tras el oro que se ha robado. También se puede competir en carreras urbanas y pruebas de habilidad.
- **Group S Challenge**: El videojuego consiste en comprar coches, hacerles miles de ajustes y correr en diferentes campeonatos. El objetivo es ir ganando dinero en los campeonatos para gastarlo en mejorar o comprar un coche.
- **CRAZY TAXI**: Conducir a través de toda la costa oeste de Norteamérica recogiendo a gente y ganando todo el dinero posible. Conducir de forma temeraria, ir a lo loco y pisar el acelerador, es la finalidad.

Juegos de Acción

- **Ghost Hunter**: El protagonista es un policía, Lazarus. Ha dejado escapar por accidente a fantasmas y otras criaturas de ultratumba, que..., como siempre, han secuestrado a su compañera. La misión es encontrar a la chica. Para ayudarlo contará con una fantasma "muy sexy", Astral.
- **Hitman**: 21 misiones en las que se encarna a un asesino a sueldo jubilado que vuelve a estar en activo para intentar salvar a su mejor amigo.

- **Ico:** Ico es un niño que ha sido hecho prisionero en un inmenso castillo a través del mundo de los sueños. Al tratar de escapar conoce a Yorda, una princesa, con la que sólo se entiende por gestos, y a la que se unirá para huir.
- **The Westerner:** Nueva entrega de la saga protagonizada por el “cowboy” Fenimore Fillmore, antihéroe situado en el “lejano oeste” norteamericano, que empezó con “Las tres calaveras de los Toltecas”. Ahora Fenimore tendrá que defender las tierras de unos granjeros del malo de turno, Starek, un personaje que envía a sus matones para amedrentar a los granjeros y hacerse con sus tierras.
- **Uru: Ages Beyond Myst:** Continuación de la saga del videojuego *Myst*. Comienza en pleno desierto de Nuevo México. Se entra al mundo subterráneo del Imperio D’ni, extinguido hace siglos y que creó una tecnología denominada “el arte de la escritura”, que permitía crear mundos alternativos llamados ‘eras’. Los D’ni podían viajar a estos mundos empleando ‘libros enlace’. Las imágenes holográficas de Yeesh, la hija de Atrus, te explican lo ocurrido y te proponen un viaje a través de diferentes eras cuya exploración irá desvelando el misterio tras la desaparición de los D’ni. Tiene siete grandes “islas”, prácticamente deshabitadas, y en todas ellas hay mecanismos que arreglar y secretos que descubrir. La cabaña es el centro neurálgico del juego, donde está la librería que permite viajar a cualquiera de las islas. El protagonista puede personalizarse, mediante la elección del sexo, manos, cabezas, sombreros, ropa y zapatos. Hay que resolver puzzles, encontrar pistas, ampliar la biblioteca de ‘libros enlace’ y vérselas con un grupo que pretende reconstruir la civilización D’ni.
- **Chaos Legion:** Dentro del estilo visual del manga japonés y con fórmulas cercanas a *Final Fantasy* este juego sitúa la acción en un mundo fantástico bajo una ambientación gótico-medieval. El protagonista ha de rescatar la espada mágica de manos de un antiguo compañero de armas, con ambición de poder, y así, restablecer de nuevo, el orden y la paz.
- **Beyond Good & Evil:** La protagonista es una mujer, una joven reportera de 20 años, Jade, quien se ve obligada a investigar los motivos por los que su planeta ha sido objeto de una invasión alienígena, pues no se cree las explicaciones oficiales. Jade estará acompañada por su tío Pey’J, un cerdo bípedo y parlanchín que echará una mano a la reportera durante las trifulcas y a la hora de resolver algunos puzzles.
- **Sphinx y la Momia Maldita:** Aventura ambientada en el Antiguo Egipto en la que manejando a un guerrero, Sphinx, y a una momia, Tutankhamen, hay que recorrer cinco mundos para salvar al universo de los planes del malvado Set.
- **Alone in the Dark:** Cuarta entrega de una saga que sentó las bases de lo que se ha venido a denominar ‘survival horror’. El juego propone resolver un misterio

en una tétrica y laberíntica mansión plagada de pasadizos, puertas cerradas..., y muchos monstruos.

- **Chaser:** Año 2044, el protagonista despierta amnésico en una nave espacial con destino a Marte siendo perseguido por soldados. Entre visiones reveladoras del pasado, ha de desarrollar una serie de misiones que van desde custodiar edificios hasta asesinar a políticos.
- **Duke Nukem 3D:** Protagonista chulo, pasota, malhablado, patriotero y machista que encarna lo más zafio y vulgar de la Norteamérica profunda. No duda en soltar un chiste o una palabrota, mientras dispara a "cerdos-policía", sembrando el caos en los bares de mala muerte o "recuperando la energía" marcándose un "strip-teas" con una bailarina. Las mujeres aparecen prácticamente semidesnudas, despampanantes y pegadas a una bomba, por lo que habrán de ser rescatadas por este tipo, por lo que será obsequiado con una especie de danza del vientre para exhibir sus "encantos".
- **La Gran Evasión:** Los cuatro protagonistas (Steve Moqueen y sus tres compañeros) quieren fugarse de una prisión nazi durante la Segunda Guerra Mundial. Para ello tendrá que cumplir los objetivos de cada fase combinando las habilidades del grupo (la mecánica, las fugas, el pillaje o el idioma).
- **Primal:** Jen, la protagonista, es una aventurera que puede transformarse en cuatro tipos de monstruos diferentes. Ayudada por este poder y por una gárgola llamada Scree, Jen debe atravesar cuatro mundos de pesadilla para rescatar a su novio.
- **Devil May Cry:** Un demonio "bueno" que juró defender a la humanidad ha sido asesinado. Ahora, su hijo Dante ha decidido vengarse. Para ello, nos adentramos en la guarida de sus asesinos, los demonios malos, para destruirles a lo largo de 23 misiones. Un juego de violencia desmesurada con un héroe masculino que actúa por venganza y que será de paso el salvador del mundo al acabar con la caterva demoníaca que lo amenaza. "La acción salvaje no tiene, hoy por hoy, mejor exponente que este juego" (*Hobby Consolas*, 2003, nº extra, 100).

Juegos de Terror:

- **Project Zero:** El jugador o jugadora encarnan a Mikku, una niña con poderes paranormales que se adentra en una mansión llena de fantasmas, a los que se enfrenta con una cámara de fotos.
- **Resident Evil. Code: Veronica X:** Saga de terror en la que la protagonista, Claire Redfiel, se adentra en las instalaciones de Umbrella para enfrentarse a un ejército de zombis.

- **Siren:** Juego de los denominados “survival horrors” en el que una sirena maléfica ha convertido a todo un pueblo en zombis con el veneno que deposita en el agua. Cuando los habitantes alcanzan cierto grado de contaminación se convierten en muertos vivientes que atacan a los no infectados. En el juego se controla a 10 personas que deben acabar con la maldición de la sirena.
- **Cleric:** En la Rusia del siglo XVI, el protagonista, un joven monje, es enviado por sus superiores a un pueblo en los remotos confines del país para que investigue la desaparición de seis mujeres.

Juegos de Rol:

- **Dungeons & Dragons. Heroes.** A través de criptas, calabozos y demás, controlamos a nuestro personaje (guerrero, mago, ladrón, etc.), mientras mata a cientos de enemigos, gana experiencia por ello y mejora su equipamiento. Eso es: cuando se mata un número suficiente de “enemigos” se sube de nivel, obteniendo más habilidades.
- **Ultima:** Rol online. El/la jugador/a crea un personaje virtual –un mago, un ladrón, un guerrero, un ogro- y se sumerge en un universo de fantasía medieval, que permanece activo las 24 horas del día, incluso aunque no existan jugadores/as. El Avatar es condenado injustamente por el secuestro de la hija del barón Almríc, y condenado a vagar en el Abismo Estigio.
- **The 7th Guest:** Juego de rol que se reduce a resolver juegos de mesa para abrir nuevas estancias de la mansión donde transcurre, y ver nuevos y aterradores vídeos.
- **Everquest:** Rol online. Encarnando a un héroe, villano o monstruo que deambula por el mundo de Norrath, el/la jugador/a debe cumplir misiones en solitario o en compañía de otros/as para aumentar el nivel.
- **Sudeki:** Juego de rol. Cuatro guerreros (Tal –el guerrero y líder del grupo-, Buki –mujer/gato cazadora-, Elco –el inventor- y Ailish –la hechicera-) tratan de derrotar a las fuerzas de la oscuridad.
- **Tales of Symphonia:** Saga de rol. En esta entrega los tres personajes principales tienen que salvar Silvaland, un mundo ligado a la dimensión paralela de Teseila y que ha perdido el equilibrio entre ambos.
- **Caballeros de la Antigua República:** Juego de aventura/rol que se desarrolla en el universo “Star wars”, pero 4.000 años antes de la época narrada en la primera de las películas, cuando los jedis se contaban por cientos. La República se ve amenazada por los Sith (enemigos que antes pertenecían a la sagrada

orden pero caídos en el lado oscuro) que han ocupado varios planetas y han matado a cientos de caballeros Jedi. Como iniciado en la orden, el protagonista ha de detener la sublevación y acabar con su líder, Darte Malak. Al comenzar el/la jugador/a puede definir al personaje (soldado, scout o canalla) en todos sus aspectos, tanto físicos como de habilidades. El desarrollo se divide entre la exploración y las batallas. Las acciones y diálogos dan puntos oscuros o de luz con los que subir las habilidades de nuestro personaje. Se pueden adquirir hasta 44 poderes de la fuerza.

- **The Temple of Elemental Evil:** Juego de rol de mesa basado en las reglas de "Dungeons & Dragons". La historia transcurre en el universo de Greyhawk, en donde en un lejano pasado un demonio fundó un culto al mal en su templo a las afueras del pueblo de Hommet. Aunque fue destruido, han surgido rumores de que algo desconocido se está formando en las ruinas del antiguo templo.
- **ARC: El Crepúsculo de las Almas:** Juego de rol en el que el mundo, dividido en dos partes por una batalla entre dioses, está repartido entre dos razas: los Humanos y los Deimos, una especie de demonios. Pelean por la posesión de las Piedras Espirituales que tienen elementos mágicos. Los protagonistas son dos hermanos, Darc y Kharg, hijos de un Deimos y una Humana, cada uno de ellos perteneciente a una raza distinta. Viven por separado capítulos que se van entrelazando posteriormente.

Juegos de "Combate":

Juegos de "Disparo":

- **XIII: Shoot'emp-up** (juego de disparos con vista subjetiva) con estética de cómic. Este juego es una adaptación del cómic francés de los 80, cuyo argumento se inicia cuando el protagonista, Steve Rowland, se despierta en la playa de Brighton, Nueva Jersey, sin poder recordar quién es. Aparece inicialmente una chica (rubia y con medidas esculturales, en bikini) cuyo papel es el de víctima abatida a tiros (son los daños colaterales, tan frecuentes en estos videojuegos). Las únicas pistas que posee el protagonista masculino son un tatuaje con el número romano XIII y la llave de una caja de seguridad de un banco. El pasaporte que allí se encuentra le revela su nombre y que es capitán del ejército USA. El director del departamento antiterrorista del FBI le arresta y le acusa del asesinato del presidente del EE.UU. Pero logra escapar y ahí comienza su misión a lo largo de 35 niveles. Aparecerá una guerrillera llamada Jones, que se presta a ayudar al protagonista en la versión para móvil. Es sorprendente (¿o no?) que el secuestro en este videojuego sea una opción válida, tomando a un inocente como rehén.

- **Killzone:** Shooter en primera persona ambientado en un futuro cercano donde se ha iniciado la colonización espacial. El argumento se centra en la lucha entre las fuerzas leales a la Tierra (ISA) y unos 'separatistas' militares conocidos como Helghast.
- **Quake:** El desarrollo consiste en apuntar y disparar a todo lo que se mueva.
- **Delta Force Black Hawk Down:** Campaña individual de un miembro de las Fuerzas Especiales norteamericanas durante la guerra de Somalia a través de 16 misiones sin hilo argumental.

Juegos de "Antiterrorismo":

- **SOCOM: U.S. Navy Seals:** Se puede tomar el papel de soldados o terroristas y combatir, junto a otros quince (ocho por cada bando), en batallas por internet. Para comunicarse utilizan unos auriculares con micrófono.
- **Full Spectrum Warrior:** Se desarrolló en un principio para el ejército de EEUU como simulador de combates urbanos con infantería. El protagonista encarna a un líder de un pelotón de soldados que debe comandar a sus hombres sobre el terreno para que cumplan con los objetivos asignados.
- **Deus Ex:** En un futuro cercano, el mundo está a punto de sumirse en el caos. Con la economía colapsada y un extraño virus llamado "La muerte gris" diezmando la población, los traficantes de drogas y las bandas callejeras han impuesto su ley. El protagonista es un agente antiterrorista con capacidad para usar implantes nanotecnológicos que aumentan las habilidades.
- **James Bond 007:** Diversas entregas de la serie de James Bond donde éste protagoniza las típicas misiones secretas de espías.
- **Alpha Black Zero: Intrepid Protocol:** El protagonista es Kyle Hardlaw, comandante de una escuadrilla de soldados, cuyas misiones consisten en "resolver" conflictos "políticos" en distintos planetas "rebeldes".
- **True Crime:** Metidos en el papel de un policía, Nick Kang, que para "acabar con la delincuencia" en Los Ángeles se convierte en un 'delincuente', es decir, un "justiciero al margen de la ley". Robar coches, pegar tiros y pelearse es la base de este 'edificante' videojuego. Rosie, es el personaje secundario, mujer, también agente de policía, amiga del protagonista y que le ayuda.
- **Alias:** Versión de una serie de TV en la que la protagonista, Sydney Bristol, una agente doble versión femenina de James Bond, que trabaja para la CIA se ha infiltrado en una organización criminal denominada SD-6. Comienza

buscando a un compañero suyo que ha desaparecido. Viajará por todo el mundo resolviendo misiones y haciendo uso de las artes marciales y de los ingenios de última tecnología que pone a su disposición una especie de "Q" achaparrado. Como siempre la protagonista es "escultural". Y, como parece regla cuando las protagonistas son mujeres, siempre lleva entre sus pertenencias varios conjuntos de ropa que podrá intercambiar.

- **Rogue OPS:** Juego de infiltración y sigilo. La protagonista es una mujer agente secreto que trabaja para la organización Proyecto Phoenix y que va en busca de venganza. Su jefe es un hombre que es quien le indica qué debe hacer a cada paso.
- **Mission Impossible: Operation Surma** es una aventura protagonizada por un hombre, Ethan Hunt (que encarnó Tom Cruise en la película), agente de una organización que tiene que acabar con los planes de otra organización "criminal". Se parece mucho a *Splinter Cell*, incluso los trajes de los protagonistas son casi idénticos, así como las animaciones y el diseño de los escenarios.
- **Rainblow Six:** Se asume el papel de un grupo militar antiterrorista que tiene que cumplir misiones de liberación de rehenes, infiltración y detención de maleantes ante el peligro de amenaza del suministro de petróleo desde Venezuela hasta USA. Hay que planificar el asalto y tomar el control de cualquiera de los soldados, para apretar el gatillo a lo largo de 14 fases. Es otro muestrario de armas (30 diferentes). Y no se sabe si por ironía o pura coincidencia el protagonista se llama Chávez.
- **Cold War:** Razor Kane, el protagonista, ha de acabar con un grupo de agentes comunistas que amenazan la paz mundial. El juego defiende claramente una ideología pronorteamericana y el protagonismo masculino de la acción.
- **Operation FlashPoint:** Simulación de las operaciones militares que tuvieron lugar en los años ochenta en plena Guerra Fría. Se controla a un grupo de soldados que se infiltran tras las líneas contrarias y completan distintas misiones de conquista, toma de edificios y liberación de rehenes.

Juegos de Guerra:

- **X-COM: Terror From Deep:** Ante una invasión extraterrestre hay que atacar las bases alienígenas y, si es posible, hacer prisioneros o robar tecnología para mejorar el armamento terrícola.
- **Enclave:** La sempiterna lucha entre el bien y el mal, o la luz y la oscuridad, como lo plantea el juego. El bien y el mal se enfrentarán en una serie de misiones en las que se lucha con mil y un enemigos, en muchas fases, inten-

tando acabar con la encarnación viva y temporal de cada uno de los dos bandos. Como dice la propaganda “ser bueno, es bueno; de Perogrullo, pero ser malo... (ije, je!) es mucho mejor. (...) Aunque, elijas lo que elijas, te lo vas a pasar bien repartiendo mamporros” (*Micromanía*, 2003, nº 106, 106).

- **Worms 3D:** Enfrentamiento entre ejércitos de gusanos. Se basa en enfrentar a dos o más grupos de gusanos utilizando un arsenal de armas. El ejército azul contra el ejército rojo y todo consiste en terminar con todos los gusanos del equipo contrario antes de que ellos acaben contigo.
- **Terminator 3: Rise of the Machines:** Réplica de la película del mismo nombre. El ejército de máquinas ha abierto un agujero temporal para enviar hasta nuestros días a una mujer-máquina para acabar con el futuro líder de la resistencia.
- **Mace Griffin Bounty Hunter:** Soldado galáctico que tras ser expulsado de los Rangers y condenado a 10 años de cárcel, se venga convirtiéndose en cazarrecompensas que acribilla a tiros a los rebeldes.
- **Hearts of Iron:** Juego de guerra. Si el país no está en guerra, hay que aprovechar para mejorar sus infraestructuras, adquirir tropas e investigar tecnologías antes de lanzarse a la conquista. La diplomacia está al servicio de la guerra. Las bombas nucleares pueden emplearse como arma disuasoria. Hay que “apretar el cinturón” a la población civil en beneficio de la producción militar y la investigación armamentística.
- **Imperial Wars:** Basado en las campañas napoleónicas que tuvieron lugar en toda Europa
- **Medieval Total War:** En el escenario de una Europa medieval teñida de guerras en este videojuego las princesas sirven como mercancía de cambio para hacer alianzas con otros países o para conseguir el alto el fuego en una región si se las manda a ellas. Pero aún más curioso es que las naciones musulmanas no disponen de princesas, por lo que como señala una de las personas entrevistadas “no pueden tomar ventaja de tan preciado recurso”.
- **Return to Castle of Wolfenstein:** Plantea una situación bélica en la que un comando norteamericano se introduce en una fortaleza alemana para destruir al ejército de monstruos genéticos creados por Himmler, jefe de las SS, lugarteniente de Hitler y devoto de las ciencias ocultas. Fue polémico porque incluye ornamentos, armas, uniformes y detalles del entorno nazi.
- **Day of Defeat:** Videojuego a través de internet que permite combates entre grupos de soldados aliados y alemanes, en entornos geográficos reales de la Segunda Guerra Mundial. En ocasiones, si se escoge el bando germano, se escuchan incluso arengas en alemán a la lucha.

- **WW II: Frontline Command:** Campañas de tropas de la 2ª GM
- **Panzer General:** El/la jugador/a maneja un ejército formado por tropas y vehículos que se mueven a través de un escenario con forma de tablero, respetando las casillas. Por turnos, los ejércitos se enfrentan entre sí, calibrando los combates en función de la potencia de las unidades, su posición o el apoyo recibido
- **Wing Commander III: Ópera espacial** en donde las naves terrestres mantienen una lucha contra los Kilrathi, una raza alienígena con aspecto de león.
- **Rogue Squadron III: Rebel Strike:** Batallas de la "Guerra de las Galaxias", en donde haremos la guerra en el espacio o en la tierra contra el Imperio.
- **Joint Operations:** Recreación de la guerra de guerrillas en la jungla a través de distintas misiones en diferentes terrenos y condiciones.
- **Medal of Honor:** Si el primero se situaba en el frente europeo de la Segunda Guerra Mundial contra el ejército alemán, en Rising Sun el enemigo son los japoneses. En el prólogo de este videojuego se describe el ataque japonés a Peral Harbor y cómo esto introdujo a E.E.U.U. en esta guerra. Diez misiones en que el protagonista, Joe Griffin, un marine tiene que cumplirlas: la toma de Filipinas, la incursión de Guadalcanal...
- **Söldner. Secret Wars:** Juego en el que el/la videojugador/a se mete en la piel de un soldado que participa en una guerra moderna, con armas y vehículos actuales.
- **Advent Rising:** Primer juego de una trilogía en la que se desarrolla la historia de los Seekers, una raza que pretende eliminar a la humana y que, según la leyenda del juego, está llamada a unificar el universo. El/la jugador/a asume el papel de uno de los últimos representantes de los humanos.
- **Black 9:** En el año 2080 nueve personajes luchan entre sí por el control de la humanidad. En medio de su juego, el o la videojugadora asume el papel de mercenario, llevando a cabo misiones que se pueden concluir por muy diferentes caminos.
- **War of th Ring:** Las dos campañas que el juego nos brinda se corresponden con los dos bandos que presenta la obra de Tolkien, el Señor de los Anillos (o sea, los buenos y los malos). Cada misión propone uno o varios objetivos principales y algunos secundarios. Muchas de las misiones poseen una estructura similar: establecer una base de operaciones con estructuras para recoger recursos de comida y mineral, entrenar tropas e investigar mejoras y crear un ejército. Otras proponen otras acciones: cazar a un determinado

enemigo o recuperar tierras ocupadas. El/la videojugador/a dirige a los miembros de la compañía del anillo y maneja ejércitos que, dependiendo de la ocasión, estarán formados por miembros de las diferentes razas representadas y otras criaturas. Además, a medida que se libran batallas se va obteniendo poder, lo que permite emplear conjuros.

- **Tortuga:** Juego de gestión marítima. Más que mercadear y asegurar rutas de comercio, aquí se hace hincapié en las batallas navales. Se puede poner uno/a al servicio de una nación o bien dedicarse al abordaje de otros barcos. 16 misiones que van desde rescates a asedios pasando por la típica caza al pirata.
- **Spellforce: The Order of Down:** En un pasado incierto, en un mundo llamado Fiara, trece grandes hechiceros han llevado al mundo al caos. La magia elemental desatada a lo largo de los años sin control, ha acabado por destruir ciudades y continentes. Unas runas encantadas se han convertido en el objetivo de los ejércitos de las fuerzas del bien, para combatir a las criaturas diabólicas que han surgido de ellas. Enanos y elfos expulsan a estas criaturas a las áreas más remotas de Fiara. Hasta que un día, Rohen, el gran mago de luz, descubre que las fuerzas del mal se han reorganizado para tomar al asalto Fiara. Seis razas en conflicto y tres fracciones rebeldes (no muertos, demonios y hombres bestia).
- **Homeworld:** Juego de batallas estelares. Hay que recolectar material de los asteroides, así como invertir dinero en investigación, para construir un ejército de naves que protejan a la nave nodriza en la que se encuentra el pueblo de los Kharak.
- **Hidden & Dangerous:** Juego de acción bélica ambientado en la Segunda Guerra Mundial. El/la videojugador/a asume el papel de un soldado alistado en las S.A.S., un grupo militar británico que tiene que hacer misiones de espionaje, infiltración, rescate, sabotaje, etc.
- **Halo: Combat Evolved:** En el siglo XXV, la humanidad se ha expandido por el universo. Hasta dar con el Pacto, un colectivo de razas que odian a la humanidad por motivos religiosos. La guerra comienza y una base en la que se desarrollan los ESPARTANO-II (soldados creados por ingeniería genética) es asaltada por el Pacto. La nave Pillar of Autumn consigue escapar con el último de estos soldados y es estrellada por su capitán en el planeta Halo, encargándole al soldado que proteja a Cortana, la inteligencia artificial de la nave ahora alojada en su traje de combate. Tiene que rescatar a los supervivientes de la nave y destruir al Pacto. Pero aparece una plaga de zombies en el planeta... Halo 2 repite más de lo mismo: los enemigos siguen siendo los mismos, los alienígenas Covenant, sólo que la acción se traslada a nuestra planeta y el protagonista ha de impedir la invasión.

- **Conflict Desert Storm II:** Sitúa la acción en la guerra del golfo, donde un pelotón de cuatro soldados de Delta Force norteamericanos o SAS británicos se infiltran en suelo kuwaití. Reproduce desde la óptica militar norteamericana la Guerra del Golfo. Cuando se elimina al general iraquí Azid se acaba el juego. La excusa según el videojuego es que, a pesar de haber acabado la guerra, Sadam sigue acumulando armas químicas. ¿Nos suena?
- **Kuma War:** Juego de acción donde realidad y ficción apenas se distinguen por un teclado y unas horas de diferencia. Es un juego que, periódicamente, va incorporando mediante descargas actualizaciones que recrean los conflictos que están teniendo lugar en el mundo real, con noticias auténticas, imágenes por satélite y comentarios de asesores militares.
- **Battlefield Vietnam:** Videojuego basado en las batallas de las tropas norteamericanas contra el Vietcong en plena guerra de Vietnam, en situaciones que pueden variar desde ir a pie, hasta a bordo de tanques o aviones.
- **Freedom Fighters:** En un futuro alternativo, el protagonista es el líder de una guerrilla urbana que se enfrenta a los comunistas rusos que han conquistado Norteamérica y han secuestrado a su hermano. La publicidad lo anuncia como "a la caza del comunista rebelde" (*Computer Hoy Juegos*, 2003, nº 31, 6) y afirma que "nosotros encarnamos a un modesto fontanero, que se convierte sin pretenderlo en la única esperanza del mundo libre" (*Micromania*, 2003, nº 98, 71).

Juegos de Lucha Individual:

- **Virtua Fighter 4 Evolution:** Cuarta versión del VF4 que consiste en luchar "cuerpo a cuerpo" contra otro rival a base de artes marciales.
- **Soul Calibur II:** Torneo de lucha de uno contra uno en que se disputa una espada mágica. Las chicas que luchan, como es habitual en este género, llevan unos vestidos que parecen salidos de una película erótica.
- **Giants:** Un monstruo gigante, una mujer anfibio y un marine luchan por conquistar una isla. El resultado depende de la habilidad para disparar, construir bases o competir en carreras de motos de agua.
- **Gladius:** En la piel de Valens (gladiador de noble cuna) o de Úrsula, el reto es triunfar como gladiador/a. Viajando de una región a otra, reclutando miembros para el equipo de gladiadores/as y superando las batallas en 20 arenas distintas. Los/las rivales pueden ser minotauros, hechiceras, bárbaros...

Juegos de lucha entre mafias:

- **Mafia:** Años 30. Ley seca. Las familias de gánsters luchan por el control de las ciudades. En la ciudad de Lost Heaven la familia Salieri se enfrenta a los Morillo. Tommy Angelo el protagonista, tendrá que cumplir 20 misiones para la primera familia. Amnistía Internacional ha comprobado que este juego promueve valores contrarios a los derechos humanos. Sus contenidos proponen, por ejemplo, el atropello indiscriminado de transeúntes y asesinar con bates de béisbol. El capítulo 8 propone como misión matar a una prostituta porque se ha cambiado de bando. Parece que este es el papel protagonista reservado a las mujeres en este videojuego.
- **Gangland:** Al modelo de GTA Vice City o de Mafia, el gangsterismo se convierte en protagonista de este videojuego, en el que se encarna a un joven siciliano con ganas de ascender en la Cosa Nostra. Con una mezcla de rol y estrategia, habrá que labrarse un porvenir mediante técnicas tan encomiables como el soborno.
- **Chicago 1930:** En la época de la ley seca, se puede elegir el bando. Ponerse en la piel de Jack Beretto, mano derecha del capo mafioso Don Falcone, o en la de Edgar Nash, un agente "intocable" del FBI que intenta reunir pruebas contra los máximos responsables del crimen organizado. Elijas a quien elijas, el juego consistirá en hacerse con el control de Chicago distrito a distrito. Los "buenos" recurren a medios poco escrupulosos y lo importante no es ser un buen chico, sino esforzarse en parecerlo. Los testigos son un peligro, tanto si se es de un bando como del otro. Y se puede optar por eliminarlos, o sobornar a quien se deje.

Constructores/Simuladores:

- **Theme Park:** Hay que construir un parque de atracciones, diseñando el recorrido y las propias atracciones, como las montañas rusas, mientras se regulan opciones como el precio de los helados o el tanto por ciento de premios en los juegos, para conseguir dinero e invertirlo en investigación de nuevas atracciones.
- **Civilization II:** El/la jugador/a debe tomar las riendas de una tribu prehistórica y controlar su evolución hasta llevarla a los confines de la galaxia. Hay que construir ciudades, carreteras, medios de transporte, planificar la economía y armar un ejército para defender la civilización o conquistar otras.
- **Beach Life:** Hay que hacerse cargo de bares, playas y alojamiento en las Baleares. La misión es establecer clubes, promocionar la bebida local y mantener a la gente contenta. Para eso se montan "competiciones de camisetas mojadas".

- **No Man's Land:** A lo largo de tres campañas durante tres siglos, desde el descubrimiento de América hasta la construcción del ferrocarril, se controlan varias 'naciones': España, Inglaterra, indios de las praderas, indios de los bosques y colonos del Oeste. Con cada bando, hemos de conseguir oro, madera y alimentos. Estos recursos nos permiten construir la infraestructura necesaria para quienes trabajan y para los soldados, las armas de guerra, etc. Los estereotipos son el alma de este juego.
- **Patrician III: "Imperio de los mares":** Se asume el papel de un comerciante de la Liga Hanseática, una federación comercial que operaba en el norte de Europa en los siglos finales de la Edad Media. El objetivo no es otro que prosperar en el mundo de los negocios y, con el tiempo, llegar a tener cada vez mayor poder e influencia política y diplomática. Cuanto más próspera es la actividad comercial en una ciudad concreta, mayor es el prestigio en ella y más se puede influir en sus entresijos políticos. En realidad, el asunto se reduce al "compra barato, vende caro" o la lógica del capitalismo industrial de hace casi un siglo. Para conseguir poder se puede casar con damas de cara a "ser obsequiado con una gran dote" como dice el videojuego.
- **Trainz Railroad Simulator 2004:** Se trata no sólo de manejar máquinas de ferrocarril (50), sino de gestión industrial, económica y de producción de la empresa ferroviaria. Además de conducir hay que hacer que las industrias anexas a la compañía prosperen, abastecer el mercado con producto manufacturado...
- **Populus:** El/la jugador/a asume el papel de Dios. Se influye en la vida (y la muerte), así como en la evolución de los seres, que se multiplican y construyen casas y ciudades a través de poderes sobrenaturales.
- **Empire Earth:** Cubre 20.000 años de la evolución de la Humanidad. En cada una de las cuatro campañas, cumplimos un objetivo diferente: conquistar el Mediterráneo de la Antigua Grecia; revivir el período medieval inglés; ganar las guerras mundiales con los alemanes y levantar el Nuevo Imperio Ruso en el año 2025.
- **Black & White:** El/la jugador/a se convierte en un Dios y con sus acciones influye en la vida de una tribu. Una gigantesca criatura con una elaborada inteligencia artificial, que aprende de las acciones que se realicen, volviéndose amistosa o destructiva en función de cómo se actúe frente a los creyentes. Hay que enseñarle a alimentarse, a hacer sus necesidades en un sitio apartado y no en la plaza del pueblo, y a entrenarle para que proteja a la tribu.

Juegos de Estrategia:

- **Heart of Stone:** Tres personajes en el Medioevo tienen que resolver enigmas y combatir contra enemigos.

- **Defender of the Crown.** Juego de estrategia en el que hay que conquistar reinos y participar en minijuegos arcades.
- **Heroes of Might & Magic IV:** El Héroe, con un pequeño ejército, debe conquistar ciudades para reclutar nuevas tropas, y acabar así con las criaturas mitológicas y ejércitos malignos que pueblan el reino.
- **Praetorians.** Juego de estrategia centrado en las tropas de la Roma Imperial y ambientado en torno a las batallas que tuvieron lugar a lo largo de las campañas militares de Julio César. Al mando de los ejércitos romano, galo o egipcio, se desarrollan batallas. Cada tipo de tropa es especialista en un tipo de arma, dispone de movimientos especiales y sólo puede desplazarse por cierto tipo de terreno. Para ganar es necesario pensar la táctica, así como controlar las aldeas, que proporcionan nuevos hombres y armas.
- **Warhammer40.000: Fire Warrior:** Juego de acción situado en el 41 milenio de nuestra era basado en un juego de rol. En él el videojugador/a interpreta a un guerrero del clan TAU, llamado Kais. La primera misión es rescatar a un alto rango del clan, pero eso se convierte en una guerra contra las fuerzas del Imperium, un clan rival, que ansía conquistar el universo por la fuerza.
- **Europa 1400:** Mezcla de estrategia económica, rol y simulador social, en el que se reproduce el funcionamiento de una comunidad medieval con ciertas licencias fantásticas, como las pociones y amuletos. El papel de la videojugadora o videojugador es el de ciudadana/o que desde un comienzo pobre tiene que alcanzar estatus y poder medrando en una o varias profesiones y en los puestos de gobierno de la ciudad. Para ello puede comerciar, combatir, chantajear, difamar, construir, contratar, tener hijos/as, etc.
- **Broken Sword III: El sueño del Dragón.** Trilogía que cuenta las aventuras de George Stobbart, abogado de patentes, y Nico Collard, una periodista. Juntos se sumergen en una historia que relaciona viejos manuscritos, sectas y una criatura de leyenda que amenaza con destruir el mundo. Aunque los dos son protagonistas, como dice *Micromanía* (2003, nº 107, 74) “puedes ordenar a Nico –mujer- que se ligue al gorila –guardaespaldas- que vigila la mansión, mientras George se cuela por la puerta trasera”.

Juegos de Mesa:

- **Tetris:** Juego que consiste en encajar bloques poligonales de distintas formas geométricas a medida que van cayendo, de forma que se asienten en la base sin dejar ningún hueco entre ellos.

- **PC Dominó, PC Mus, PC Póker, Los Cinco Mejores solitarios:** Juegos tradicionales de cartas pasados al ordenador.
- **Chess, Battle Chess:** Juego tradicional de ajedrez con animaciones gráficas.
- **Trivial Pursuit:** El trivial de toda la vida (juego de competición centrado en preguntas y respuestas) en ordenador.

En todos estos videojuegos se ha procedido a un análisis de las diferentes categorías que podrían ser indicadores de reproducción de estereotipos de género en los mismos. Los exponemos a continuación.

	Predominan los personajes/figuras masculinas	Hay una proporción semejante	Predominan los personajes/figuras femeninas
Proporción de personajes/figuras masculinas y femeninas	77%	7%	16%

Aunque hay un 16% de videojuegos en los que la protagonista es una mujer o hay más mujeres que hombres en tales videojuegos, las actitudes y acciones de ellas son similares a las de los hombres. Los roles que desempeñan están, claramente, dentro de lo que denominamos "cultura macho". Se da por tanto una progresiva masculinización de la figura femenina y una exaltación de los valores y roles tradicionalmente masculinos.

	Predominan los protagonistas masculinos	Hay una proporción semejante	Predominan las protagonistas femeninas
Protagonistas del videojuego	85%	3%	12%

Aunque la figura femenina como protagonista de los videojuegos va en aumento, sin embargo no deja de ser una "réplica" del perfil masculino del protagonista. Son los mismos videojuegos que anteriormente estaban protagonizados por hombres, los que ahora se les pone una mujer al frente. Lo único que cambia son los caracteres sexuales secundarios de "la" protagonista, manteniendo una identidad estereotipadamente masculina.

Imagen de las mujeres (en videojuegos en los que aparecen)

Cuerpos exuberantes y sensuales	95%	5%	Cuerpos "normales"
Caras "angelicales", con ojos grandes y gesto "añorado"	87%	9%	Caras habituales y con defectos (arrugas, granos, etc.)
Vestuario insinuante y "sexy"	89%	8%	Vestuario corriente, "de diario"
Posturas eróticas	43%	29%	Sin posturas "insinuantes"

Como se desprende de los porcentajes obtenidos, la imagen de la figura femenina está más relacionada con sus connotaciones físicas, reflejo de fantasías masculinas, que con sus atributos intelectuales, morales, psicológicos y con sus capacidades de relación o de desarrollo personal y social.

	Erótica	Pasiva	Activa	Otra (especificar)
Función que cumple el tipo de imagen de las mujeres	43%	79%	22%	Andrógina: 13%

En función de la imagen de mujer que predomina en los videojuegos, como acabamos de ver, el papel que cumple esta imagen hace referencia a la satisfacción de fantasías eróticas y de dominio/sumisión.

Surge, actualmente, una imagen andrógina, con ciertos rasgos de mujer, pero que no se define sexualmente de una forma clara. Creemos que aparece como respuesta a la creciente crítica hecha a los videojuegos por la ausencia de personajes femeninos.

	Asertivo	Agresivo	Pasivo
Estilos de interacción que desempeñan las mujeres	2%	21%	77%

En cuanto al rol que desempeñan las mujeres en los videojuegos hemos querido diferenciar entre el "estilo de interacción asertivo" caracterizado por un tipo de funcionamiento basado en la comunicación y el diálogo, en la toma de decisiones de forma racional, reflexiva y autónoma; el "estilo de interacción agresivo" que supone una copia del modelo masculino; y el "estilo de interacción pasivo", cuyos rasgos se identifican con la inhibición de los propios deseos y la vivencia en función de los otros.

Hay una evolución en los estilos de interacción que desempeñan las figuras femeninas en los videojuegos, pasando de una pasividad extrema a una agresividad sin

límites. Lo que sigue siendo obvio es la total ausencia de estilos asertivos, tan necesarios como referentes en nuestra cultura y sociedad actual⁴.

Acciones y comportamientos	Hombres	Mujeres	Ninguno
Matar, luchar, agredir	76%	14%	2%
Amar, cuidar, expresar sentimientos	11%	33%	51%
Competir	93%	23%	2%
Cooperar, ayudar, apoyar	40%	63%	22%

En los videojuegos se presenta un tipo de conducta presidida por el individualismo que busca la acumulación de puntos, el máximo de satisfacción personal, aún a costa de los demás. Es mucho mayor el porcentaje de acciones ligadas a matar, luchar, agredir o competir que amar, cuidar, expresar sentimientos o cooperar. En la ideología del triunfo no hay lugar para los afectos.

Hay que reseñar que la cooperación que se da en los videojuegos por parte de las mujeres tiene una connotación en muchos casos negativa, puesto que se establece en un marco de sumisión hacia un hombre dominante al que le ayuda, le apoya, etc.

Qué relaciones se dan	Entre hombres y mujeres	Entre hombres	Entre mujeres
Amistad	42%	45%	30%
Sexuales	2%	0%	0%
De conquista erótica	90%	0%	0%
De colaboración	60%	50%	22%

La baja frecuencia de presencia de las figuras femeninas en los videojuegos puede explicar el menor porcentaje de las relaciones que establecen. El hecho de que los videojuegos estén realizados por hombres determina el funcionamiento de la ideología masculina en relación a la interacción entre mujeres. Se considera que las mujeres colaboran menos entre ellas y rivalizan más y éste es el papel que se les asigna en el contexto del videojuego.

En cuanto a las relaciones sexuales, aparece más el "sexo sugerido" que el explícitamente consumado o consumido. Sólo en algún juego, habitualmente para mayores de 18 años, aparece este tipo de relación explícitamente.

⁷ Hay que aclarar que en las tres tablas anteriores los porcentajes hacen referencia no a todos los videojuegos vistos sino únicamente a aquellos en los que aparecen mujeres en ellos.

En cuanto a relaciones homosexuales no hemos encontrado ninguna manifestación explícita de las mismas. Aunque sí sugerencias veladas.

	Masculino	Femenino	Genérico
Qué tipo de lenguaje se utiliza preferentemente en el juego	92%	8%	0%

El lenguaje que se utiliza en la inmensa mayoría de videojuegos es masculino. Se engloba habitualmente a todas las personas en masculinos que ocultan a las mujeres. Sólo aquellos videojuegos que han sido creados expresamente para chicas el lenguaje que se utiliza (y no siempre) es mayoritariamente femenino. En ningún momento hemos encontrado la utilización de algún genérico que englobara a ambos sexos.

	Guerra y destrucción	Vida cotidiana	Ciencia ficción	Tiempo histórico	Otros
Qué tipo de entorno propone el videojuego	79%	7%	47%	43%	2%

En una gran mayoría de los juegos se propone un entorno hostil, en donde se compite constantemente por la supervivencia y el éxito social. Aunque algunos videojuegos proponen un tiempo histórico que recrea situaciones vividas con cierta aproximación, la mayoría plantean realidades míticas que no se corresponden con ningún hecho constatado.

Los que tratan sobre la vida cotidiana son los menos y siempre la tratan de forma muy estereotipada y con componentes de competición y lucha.

Ciertamente los que más predominan son los de guerra y destrucción, junto con los de ciencia-ficción que también se desenvuelven en un contexto de lucha y violencia. Intereses atribuidos tradicionalmente al mundo masculino.

Qué tipo de valores se exaltan en el videojuego

Competitividad	72%	16%	Cooperación
Vale el/la que gana	98%	0%	No hay perdedores (todos/as ganan)
Venganza por encima de justicia	30%	18%	Justicia como valor supremo
Fuerza para conseguir objetivos	81%	10%	Solidaridad del grupo para avanzar
Violencia como estrategia	84%	16%	Diálogo y reflexión como estrategia
Estereotipo de los roles de la mujer	98%	2%	Igualdad de roles de hombre y mujer
Dureza del hombre / belleza mujer	98%	2%	Ternura y cuidado como valor
Ideológica y políticamente orientado	76%	2%	Crítico socialmente
Los/as otros/as son mis enemigos	83%	2%	La diversidad es valorada y aceptada

Como se puede ver hay una serie de valores predominantes, claramente integrados, que configuran una suerte de pensamiento global o único, que impregna todos los videojuegos y que está en consonancia con los valores imperantes en nuestra sociedad: capitalismo, militarismo, patriarcado, un tanto alejados de los valores educativos y de los principios que se declaran como valiosos para el ser humano.

Somos conscientes de que generar guiones y videojuegos alternativos exige modificar ese pensamiento único, pero es un intento que merece la pena al servicio de un nuevo tipo de sociedad regida por otro tipo de valores más humanos y sostenibles.

	Claramente	Implícitamente	En ningún momento
¿Se da una visión etnocéntrica?	93%	1%	6%

Mayoritariamente se da una visión etnocéntrica, occidental, desde el mundo desarrollado y con las creencias y los valores propios del capitalismo blanco y liberal. Esto supone imponer una serie de patrones de comportamiento y de valoración

sobre lo que debe ser y lo que no se debe hacer que marca a toda la humanidad en una economía globalizada como la que vivimos. Se excluye y rechaza todo aquello que supone un cuestionamiento de la cultura blanca, anglosajona y de clase media.

	En ningún caso	A veces	Siempre
¿Se tienen en cuenta los sentimientos de los 'otros', su dolor?	93%	1%	6%

El dolor no aparece como una emoción capaz de atraer afectos, sino como un marcador de la resistencia psicofísica del propio sujeto y como medida del valor heroico ante la dureza del medio.

	En ningún caso	A veces	Casi siempre	Siempre
¿En el videojuego se manifiestan actitudes machistas?	5%	37%	87%	57%

La mayoría de los videojuegos analizados están impregnados de estereotipos machistas de una forma manifiesta. Están sirviendo como modelo de referencia en la construcción de su identidad para muchos chicos y chicas que juegan con ellos, no de una forma reflexiva, sino por asimilación con los personajes que en ellos intervienen.

	En ningún caso	A veces	Casi siempre	Siempre
¿Los personajes femeninos del juego reflejan estereotipos machistas?	2%	33%	80%	62%

No sólo la mujer aparece en las clásicas posturas tradicionales de la mujer sumisa, hada buena, bruja, repitiendo los estereotipos más habituales, sino que cada vez con más frecuencia surge la imitación del modelo masculino. Sin embargo, esto no se da en ningún momento en sentido contrario.

Pero, incluso cuando se imita a los hombres, tiene que conservar los atributos más exuberantes y deseados por los hombres en una mezcla de macho decidido y hembra sensual (modelo Lara Croft). Se tienen que satisfacer todas las expectativas de los hombres. Y no se puede imitar de forma caricaturesca el rol masculino. La

“oportunidad” de ser como un hombre tiene que cumplirse con un alto nivel de exigencia.

	De forma clara	En parte	No	No procede
¿El videojuego está claramente dirigido a usuarios masculinos?	95%	1%	4%	0%

Los videojuegos están hechos por y para los hombres. Orientados claramente hacia la visión y las fantasías de los hombres, entendido como un ser instintivo y carente de toda racionalidad dialógica y de sentimientos. Estereotipa la propia figura e imagen del hombre. Y le convierte en un sujeto primitivo al servicio de la acción impulsiva, irreflexiva y cruel.

Otros instrumentos de investigación

En este apartado presentamos los resultados que nos han parecido más significativos de los obtenidos a través del resto de los instrumentos de investigación.

Dado que ya hemos expuesto los resultados conseguidos por medio de los cuestionarios y del análisis videográfico, de una forma extensa y pormenorizada, trataremos de ser breves y sintéticos en la exposición del resto de instrumentos, puesto que muchos de ellos los incluiremos, directamente, en las conclusiones generales de esta investigación.

No obstante, nos detendremos en la descripción y análisis de algunos de los casos, entrevistas, grupos de discusión, observaciones o análisis documentales por su especial interés o importancia o, simplemente, porque nos han parecido que eran suficientemente significativos por sí mismos como para ser referenciados, aunque fuera breve y concisamente.

Empezaremos por los estudios de caso, para finalizar con los análisis documentales.

Estudios de casos

Se han realizado veintidós estudios de caso con cuarenta y cuatro “sujetos”. En cada uno de ellos han participado dos personas como “sujetos” del estudio: por una parte un niño/adolescente/joven/hombre y por otra una niña/adolescente/joven/mujer con una “edad de juego” equiparable en todos los casos, aunque esta “equiparabilidad” ha sido relativa. En algunos casos no se ha considerado tanto la edad cronológica como el tipo de juegos con el que ambos solían jugar. Y, puesto que, a veces, las niñas/mujeres tendían a utilizar videojuegos para edades menores que las que tenían cronológicamente. Por ello, ha habido casos en los que la chica tenía algunos años más que el chico.

La pretensión de estos estudios de casos ha sido contrastar la forma en que se comportaban y el tipo de reacciones que los chicos y chicas tenían ante los videojuegos.

Se trataba de averiguar si los chicos actuaban de una forma diferente a las chicas en la interacción con los videojuegos que suelen utilizar.

Cada estudio de caso ha supuesto someter a un “ensayo de laboratorio” a dos personas de ambos sexos para comprobar, en diferentes situaciones, sus comportamientos ante los videojuegos y entre ellas mismas.

La situación “experimental” a la que se ha sometido a cada una de las dos personas ha pretendido analizar cómo reaccionaban ambas jugando de forma separada y aislada al mismo videojuego, elegido por el investigador o investigadora o bien consensuado por las dos, con independencia de que fuera el juego preferido o más utilizado por cada una de ellas. A continuación se trataba de comprobar cómo reaccionaban ambos jugando de forma conjunta y cooperativa ante el mismo videojuego, bien jugando simultáneamente, si el videojuego lo permitía, bien alternando el juego entre ambos.

Únicamente expondremos los cuatro estudios de caso más significativos, pues en muchas ocasiones los resultados tienden a repetirse o, simplemente, se confirman.

ESTUDIO DE CASO 1

Título del videojuego: Need Ford Speed (Electronics Arts).

Participantes: Pablo (15 años) y Lorena (17 años)

Fecha: 7 de septiembre de 2003

Tipo de juego: Es un juego de habilidad y astucia.

Número de participantes: Se puede jugar individualmente o en pareja

Personajes implicados: policías y ladrones (el papel de estos últimos deberá ser adoptado por la persona participante en el juego). Los policías que realizan la persecución son hombres de raza blanca, de estatura considerable, fuertes y algo "barrigudos". Quienes operan desde el centro de control son mujeres; solamente oímos su voz; desconocemos otros detalles.

Contenido: El juego consiste en dar 2 vueltas a un circuito con uno o dos coches (depende del número de jugadores/as) evitando que la policía pueda detener a los ladrones. Durante la persecución, la policía va recibiendo por radio toda la información que necesita para lograr su objetivo. Por su parte, los ladrones, si logran despistar o evadirse de la policía, podrán utilizar, como recompensa, coches cada vez más potentes (Mercedes, Ferrari, Jaguar), con lo que aumentarán las posibilidades de no ser multados y, consecuentemente, no ser arrestados. Los coches de la policía son Chebrolette.

Finalidad: Los ladrones han de llegar a meta sin ser detenidos por la policía. Para ser arrestados deberán ser multados tres veces; si esto se produce, se acaba el juego.

Comentarios de las personas participantes: Ambas están sentadas en dos sillas frente al ordenador. El ordenador es de Pablo. Una vez seleccionado el juego de común acuerdo –que es el que juega habitualmente Pablo-, éste le explica a Lorena en qué consiste y cuál es el mecanismo de acción. Enseguida surgen una serie de comentarios entre ellos a propósito de los avatares del juego:

Lorena.- Yo he jugado muy poco con estos juegos, pero me apetece jugar.

Pablo.- Pues no se te da nada mal.

Lorena.- Soy muy mala con los coches.

...

Pablo.- Te han multado; ten cuidado porque a las tres multas pierdes.

...

Lorena.- Soy realmente mala; se me da fatal (se lamenta con una serie de gestos e interjecciones exclamativas). Mientras, Pablo la va animando para que se supere.

Pablo.- No te preocupes que yo te ayudo.

...

Lorena.- Me gusta mucho la música de este juego (sigue el ritmo con el pie y la cabeza). ¡Qué mala soy con el ordenador!

...

Pablo y Lorena se ríen cada vez que se chocan con algún obstáculo como consecuencia de la velocidad con la que circulan para defenderse del acoso al que se ven sometidos por parte de la policía, que continuamente va recibiendo órdenes e información de las operadoras.

Se producen relaciones de ayuda por parte de Pablo que, continuamente, la está animando. Lorena lo acepta muy complaciente.

Pablo.- ¿Necesitas más ayuda?

Lorena.- Me estás salvando de todos los obstáculos.

Pablo.- Es que soy un caballero.

...

Lorena.- ¡Qué me multan! ¡Qué me cogen! ¡Qué me choco!

...

Lorena.- ¿Puedo frenar con el freno de mano?

...

Terminada la carrera continúan los comentarios entre ellos:

Pablo.- La música del juego es muy rápida y sirve para ambientar el juego y ponernos en tensión. Es una música de persecución; así se disfruta más del juego.

Observador.- ¿Qué aspectos señalaríais como positivos en este juego?

Pablo y Lorena.- Tener muchos reflejos, ser muy rápido con la mente y con la mano y, también, tener mucha intuición.

Observador.- ¿Qué aspectos señalaríais como negativos?

Pablo y Lorena.- No es un juego violento, aunque te puedes "picar" un poco y "viciarte"; pero no es un juego malo.

Observador.- ¿Qué opináis de los personajes del juego?

Pablo.- Que son muy reales, aunque a las mujeres no las veamos porque los que conducen los coches son los hombres, que en las persecuciones están más preparados y lo hacen mejor.

Observador.- ¿Qué os gustaría añadir al juego para que fuera más atractivo?

Pablo.- Más coches.

Lorena.- En este momento no sabría.

Análisis de las conductas observadas: El juego se inicia por invitación de Pablo. Lorena acepta encantada y tras unas breves explicaciones por parte de Pablo, ambos entran de lleno en la dinámica que les exige el juego buscando siempre el éxito.

Lo que más nos ha llamado la atención es, sin duda, la rapidez con la que las dos personas jugadoras han establecido una serie de relaciones de ayuda, más llamativa por parte de Pablo quien, en todo momento, estaba pendiente de que Lorena disfrutase con el juego y fuera salvando todos los obstáculos que le salían a su paso. Ella, un tanto despistada por desconocimiento del videojuego, y poco acostumbrada a este tipo de diversiones, trataba de justificar sus errores argumentando que era “muy mala con los coches” aunque realmente, lo que quería decir era que no había practicado casi nunca este tipo de juegos.

Por otro lado, hemos observado una falta de valoración crítica sobre el juego en general, el rol que representan los personajes que aparecen en el juego, el tipo de protagonismo que asumen, el papel que representan las mujeres, los valores o contravalores más episódicos, etc. Simplemente, Lorena y Pablo se han fijado en cuestiones colaterales (la música que ameniza el juego, la marca y potencia de los coches). Con respecto a la música hay que decir que es un condicionante altamente inductor y un excelente desencadenante de conductas de arrastre y de enganche. La música es capaz de introducir a la persona participante dentro del juego y hacer que se olvide de todo lo que le rodea.

ESTUDIO DE CASO 2

Título del videojuego: Los Sims.

Participantes: Patricia (12 años) y Alberto (14 años). Hermanos.

Fecha: 19 de octubre de 2003

Tipo de juego: Es un juego de simulación y construcción.

Número de participantes: Se juega individualmente, pero lo hacen en pareja.

Contenido: La persona jugadora da vida a una familia: Diseña los personajes, construyen la vivienda, la amueblan, les dan una profesión... Los dibujos son una representación gráfica, en hombres, mujeres, niños/as y objetos, del perfil ideal de clase media-alta actual. Con un porcentaje de raza blanca superior a morenos y negros. Sus personajes son altos, delgados y bien proporcionados, no apareciendo gordos/as o bajos/as.

Finalidad: El objetivo de este videojuego es diseñar una familia y su entorno vital.

Comentarios de las personas participantes: Seleccionan una pareja, blancos, en torno a 30 años, con un carácter similar: ligeramente pulcros, bastante activos, extrovertidos y cordiales. Les dan nombre y les visten de manera juvenil.

El niño escoge una casa de valor medio, le quita el tejado y se va a comprar muebles y pintura. Comienza por la cocina. Le cambia la pintura, pone una mesa, 2 sillas, un microondas, un armario, una lámpara y una TV, de las más caras.

La niña hasta aquí ha estado observando sin hacer ningún comentario. Ha sido el niño quien ha decidido prácticamente todo desde el principio. La niña le ha dejado hacer.

En este momento la niña coge el ratón, sin oposición por parte del niño. La niña utiliza el ratón para ir a la habitación de la casa de los Sims y cuando va a comprar una cama y un armario para la habitación, observa que se está quedando sin dinero..., y que no hay suficientes bombillas y lámparas para iluminar la casa.

Ante el problema interviene la niña de una manera más decisiva.

Patricia.- Hay un truco para obtener más dinero. Pero no me acuerdo. ¿Tú te acuerdas, Alberto?

Alberto.- No.

Patricia.- ¿Me dejas llamar por teléfono a un amigo para que me ayude? -dice dirigiéndose a la investigadora.-

Investigadora.- Claro, cómo no.

Patricia coge el teléfono y llama a un amigo, pero éste no lo sabe...

Se quedan pensativos, intentando buscar soluciones...

Patricia.- ¿No te acuerdas? Si era muy fácil.

Alberto.- No, no me acuerdo. Miraré el manual.

El niño se pone a leer el manual; la niña a buscar datos en la pantalla del videojuego. Ha descubierto que la casa mide 525 m² y que tiene una cocina, una habitación y una ducha (por lo que le dice a Alberto):

Patricia.- La casa está muy mal diseñada y repartida. Es demasiado grande y por eso nos hemos quedado sin dinero. (Se ríe).

Se quedan pensativos.

Investigadora.- ¿Cómo se podría resolver el problema del dinero?

Patricia.- Podemos volver a comenzar de nuevo.

Investigadora.-¿Y no hay otras alternativas?

Patricia.- Podemos buscar trabajo, pero como no tienen teléfono ni ordenador..., habría que vender lo que han comprado.

Optan por vender lo que se ha comprado para conseguir un ordenador y un teléfono. Ahora ha tomado el control de la situación la niña. Alberto pasa a ser observador silencioso.

Ella empieza a administrar la propiedad. Vende todo y compra un teléfono y el periódico porque no les llega para un ordenador. Reduce las dimensiones del apartamento modificando las paredes. Busca, a través del periódico, el trabajo que hay. Basta con que les proporcione dinero. Compra un microondas, una cama, una mesa con 2 sillas...y espera que ganen dinero. A la medida que va ganando el dinero, va amueblando, primero en función de lo que ella percibe como necesidades más inmediatas y perentorias y, después, la televisión y ordenador para, posteriormente, empezar a salir e ir invitando a amigos y amigas a casa.

La niña verbaliza los motivos por los que actúa así:

Patricia.- Con el microondas ya podemos comer, pero sólo podremos invitar a amigos si tenemos cocina para cocinar.

Al mismo tiempo riñe, de forma protectora y maternal, a Alberto, quien, en silencio, se incorpora al juego y sigue las instrucciones de su hermana.

El niño juega mucho más a videojuegos tanto en el ciber como en casa, que la niña, que suele jugar alguna vez en casa, y, precisamente, a los *Sims*.

Análisis de las conductas observadas: El padre es poeta y la madre promotora inmobiliaria. Parecen reproducir, tanto el niño como la niña, los estereotipos paternos. La niña, extrovertida, es quien acaba dominando y dirigiendo la situación de juego, asumiendo ambos que ella sabe más de construcción y decoración de casas (“propio de las mujeres”), y él de movilidad de ratón (la parte técnica, “propio de los hombres”). Niña pragmática, lógica y resolutive; niño mucho más idealista. Características en consonancia con sus modelos materno y paterno. Diseñan unos ‘sims’ con los que se identifican, eligiendo aquella ropa que les gusta a uno y a la otra y que se lleva según la moda actual. El niño no habla, a menos que se le pregunte, situación en la que responde parando el juego a fin de no distraerse. Centra la atención en el videojuego de forma casi obsesiva. La niña adopta ante su hermano una actitud comprensiva y maternal, posiblemente réplica del estereotipo de protección y cuidado hacia él, sustituyendo a la madre en su ausencia. Le consulta pero con preguntas-sentencia, excepto en algún caso, en el que verdaderamente no sabe cómo seguir.

La interacción entre ellos es de cooperación en el desarrollo del juego, liderada por la niña. No hay conflictos entre ellos. Él asume el liderazgo de ella. Ella lo hace de una forma “maternal”, pero sin descalificarle y con cierto humor que él agradece.

No se plantean en ningún momento, ni se cuestionan que la preocupación fundamental a la largo de todo el videojuego sea la de obtener dinero para comprar objetos que le hagan la vida más feliz. Cuando se les pregunta finalmente, consideran que es la forma “normal” de vivir.

Estudio de caso 3

Título del videojuego: El Señor de los Anillos: El Retorno del Rey.

Participantes: Lucía (27 años) y Víctor (21 años)

Fecha: 13 de noviembre de 2003

Tipo de juego: Es un juego de estrategia.

Número de participantes: Se desarrolló el juego individualmente de forma sucesiva, aunque los dos participantes se ayudaron o se alentaron mutuamente cuando el otro estaba jugando.

Contenido: Transcripción a videojuego de la famosa trilogía "El señor de los anillos" de Tolkien. Elfos, enanos, orcos, hobbits, magos, etc., pueblan la tierra media y luchan entre el bien y el mal.

Contexto: Ninguna de las dos personas jugadoras había jugado con anterioridad a ningún videojuego. De este sólo conocían la novela. Por lo tanto, para la instalación del juego y el inicio en el mismo se les ayudó. Se les puso, precisamente, un vídeo demostrativo del juego y, a partir de ahí, comenzaron a jugar.

Análisis de las conductas observadas: Lo primero que miraron fueron las opciones del juego para conocer las reglas de los movimientos. No obstante tuvieron que volver varias veces a consultarlas porque se les olvidaba constantemente, por lo que pararon el juego en diversas ocasiones o lo finalizaron.

El primero en jugar fue el chico. Sin establecerlo previamente, cogió el asiento del ordenador para jugar y ver cómo se instalaba. Apenas dedicó tiempo a ver las opciones de movimientos, e inmediatamente inició el juego. La primera acción que emprendió fue luchar contra sus adversarios, y de ahí no pasó. Continuó luchando hasta ser aniquilado por los enemigos. No encontró ninguna otra opción más que luchar o, como él dijo, "morir matando". Al cabo de pocos segundos perdió la partida.

Por su parte la chica lo primero que intentó fue huir. Su personaje, el mago Gandalf, no luchaba contra sus oponentes, más bien se dedicaba a explorar su entorno para ver cómo escapar de la conflagración en la que se veía metido.

Mientras, expresaba su frustración porque no lo conseguía:

Lucía.- "Por aquí tiene que haber un sitio para escapar"...

Lucía.- "Si éstas [por unas mujeres que huían por una puerta] vienen de ahí debe ser un buen sitio para escapar"...

Lucía.- “¿Por qué no se puede entrar por ahí?... De todos esos sitios salen paisanas”...

Cuando posteriormente se le preguntó por qué lo había hecho, contestó que “buscaba otro escenario, otra historia más pacífica para poder iniciar la acción de una manera más tranquila y reposada, sabiendo qué tenía que hacer, a qué se tenía que enfrentar y por qué”; no empezar a dar mandobles sin más.

Al no encontrar ninguna salida del patio del castillo que está siendo invadido por los orcos y el resto de “los malos”, le pidió ayuda a Víctor: “¿Cómo se sale de aquí?” Dado que él tampoco lo sabía y no se le ofrecía ninguna alternativa, decidió, finalmente, defenderse de los ataques que sufría. Para ello se concentró en un solo mando, pulsando el teclado con una sola mano. Parecía que centrar sus movimientos en dos acciones a la vez (pulsar el teclado y el ratón) le impedía concentrarse en la dinámica trepidante del juego. Mientras, gritaba:

Lucía.- “¡Pelea, coño!”... “¡Mata!”

Y progresivamente fue involucrándose en la partida y comportándose de una forma cada vez más combativa. Dado que no tenía muy claro cómo utilizar los mandos, los movimientos de su personaje eran bastante descontrolados y poco efectivos, por lo que tenía una progresiva sensación de frustración al ver cómo iba perdiendo terreno y vida.

Lucía.- “Pero, marcha para el otro lado, ¡estúpido!”

Lucía.- “¡Huy, hijo. Qué tonto estás!” [Exclamó dirigiéndose al personaje que dirigía del videojuego].

No obstante, hay que destacar que Lucía duró mucho más tiempo en su primera partida que Víctor, al que la máquina le había eliminado casi inmediatamente.

Estudio de caso 4

Título del videojuego: King's Quest.

Participantes: Leticia (12 años) y Felipe (12 años). Leticia es hija de padre empresario y madre empresaria, y Felipe es hijo de padre profesor y madre profesora. Son de misma clase –1º de ESO- en un centro privado. Su rendimiento académico se sitúa en notable-alto.

Fecha: Sábado 20 de septiembre de 2003. 12,30 a 13,15 horas.

Tipo de juego: Es un juego de rol, aventura y estrategia.

Número de participantes: Leticia y Felipe juegan simultáneamente, aunque es un juego individual, repartiéndose las tareas de pulsar las diferentes teclas para desarrollar el juego.

Contenido: En este juego el objetivo consiste en destruir, por parte del protagonista, al maleficio por el que las personas que habitan su ciudad se han convertido en seres de piedra.

Contexto: El chico, experto conocedor, da a la chica la posibilidad de elegir el juego. Para ello, hace una preselección eliminando aquellos que, por su contenido –erotismo, violencia-, juzga como inapropiados para chicas. Tal reducción del abanico de posibilidades es evaluada por la chica como *signo de caballerosidad*. La chica acepta el papel que le asigna el chico y lo refuerza al juzgarlo después ("¡mira cómo me cuida!" exclama después, dirigiéndose a la investigadora). Constatamos que reproduce la mentalidad de los chicos, según la cual las chicas juegan con videojuegos diseñados para chicos más pequeños.

Comentarios de las personas participantes:

Leticia- ¿Cómo es el de la Pantera Rosa?

Felipe- A mí me parece muy aburrido. Es lento, tienes que esperar a que acaben de hablar muchas veces....pero, si quieres verlo...

Leticia- No, no. Elige tú uno.

Felipe- ¿Jugamos al King's Quest? Ya verás como te gusta; es muy fácil.

Felipe inicia el juego y va explicándole a Leticia cómo se juega y qué es lo que tiene que hacer ella.

Felipe- Tú le llevas con los cursores de flechas y yo peleo con los monstruos. Mira, si das a la flecha y al intro, salta hacia delante o hacia atrás.

Leticia pone cara de asombro y ensaya los movimientos aprendidos con ilusión...

Comienzan la partida. Felipe le va comentando por dónde tiene que ir.

Leticia- ¿Por donde voy hay un cruce?

Felipe- A la izquierda, hacia el cobertizo. Tienes que saltar sobre una bala de heno y allí encuentras el arma, pero antes tienes que recoger el dinero que le dan cada vez que mata a un monstruo.

Leticia- ¿Y para qué le sirve el dinero?

Felipe- No lo sé, pero para algo servirá. ¡Cuidado! Ahí hay un monstruo... Espera..., déjame a mí, porque aquí se puede matar.

Felipe coge carrera y de un salto cruza dos picos de montaña. La niña le mira, aceptando que, posiblemente, no hubiera salvado al protagonista.

Felipe- Es que esto es difícil. Yo, al principio, me caía. Connor se mataba y, entonces, tienes que volver a empezar.

Leticia recupera sus mandos, y el juego continúa con la misma dinámica, observándose, sin embargo, cada vez mejor la división de funciones previamente definida. Leticia va adquiriendo un mayor control de su parte del juego. Cuando no sabe algo, le pregunta a Felipe, quien, en la medida en que aparecen nuevos datos, le va mostrando su funcionalidad encantado.

...

Leticia- ¿Tiene que pasar por el agua?

Felipe- Sí, sí. No se ahoga.

Leticia- Pero ¿Sabe nadar?

Felipe- Sí, aquí, sí. Más adelante tiene que saltar a una barca y allí siempre se ahoga. Todavía no sé cómo se hace.

Leticia- ¡Cómo saltó! ¿Eh?

Felipe ¡Lo haces muy bien!

Felipe ha encontrado una compañera de juego y se nota que le gusta más que jugar sólo.

Investigadora- Felipe ¿Cómo te gusta jugar más: sólo o con amigos?

Felipe- Con amigos. Yo sólo me aburro.

Investigadora- ¿Nunca juegas solo?

Felipe- Muchas veces; pero sólo si no quieren jugar conmigo mi madre o mi hermano.

Investigadora- ¿Y por qué juegas?

Felipe- Yo juego poco. El sábado por la tarde, un rato. Si hay alguien con quién jugar, prefiero el ajedrez. Cuando vienen mis abuelos, juego con ellos a las cartas, y lo que más me gusta es el baloncesto o cualquier otro juego, por ejemplo, el tenis.

Efectivamente, se le ve un niño delgado, dinámico, activo pero controlado, al que le gustan actividades que impliquen movimiento.

Investigadora- Leticia ¿cómo te gusta jugar más: sola o con amigos?

Leticia- Yo juego muy poco; alguna vez con mi hermano, que es muy pesado y con tal de que calle... Cuando era pequeña jugaba más a Super Mario y juegos así, pero, ahora, incluso cuando vienen mis amigas, preferimos charlar o mandar mensajes con el móvil. Lo pasamos mucho mejor.

Investigadora- ¿A qué crees tú que se debe que a las chicas no os gusten mucho los videojuegos?

Leticia- Son un rollo. Son para niños, tienen mucha violencia.

Investigadora- ¿Y los Sims?

Leticia- Yo he jugado a los Sims. El de las casas, todavía, pero el Sims-City ya me gustó menos...No he visto todavía el de Operación Triunfo. Igual ese me gusta.

Investigadora- Sin embargo, sí que conoces el tema ¿no?

Leticia- ¡Es que tendrías que conocer a mi hermano! Está todo el día dándome la paliza. ¡Mira, mira, Leti, éste si que te va a gustar; éste es para chicas! Y, bueno, para que no se aburra..., y después, me encuentro con Matrix. A mí, en realidad, me gusta mucho más la película; por lo menos tiene a Keanu Reeves.

Es una niña extrovertida, afectiva, a quien no le gustan los videojuegos, pero quiere a su hermano y por él ha acabado jugando y sabiendo bastante.

Investigadora - ¿Qué es lo que más os ha gustado de la situación?

Felipe- Ir descubriendo el juego, la aventura.... ¡Hombre!, me gustaría finalizarlo, pero ya sé que eso me va a llevar bastante tiempo. Bueno, y también jugar con Leticia.

Leticia- Jugar con Felipe. Mi hermano no me lo deja tocar apenas. Y, por menos de nada, se enfada. No sé para qué quiere que juegue, si después, no me deja. Además, al final, siempre tenemos que jugar al que él diga. Felipe es más paciente.

Observaciones

1. En la selección del juego, Leticia, en vez de tomar decisiones sobre la base de preferencia o manejo de información, deriva la responsabilidad a Felipe, quien elige en función de su seguridad en la capacidad que tiene para ilusionar a la niña con un videojuego que le gusta a él. Se define ya, inicialmente, por ambos, el marco de referencia: Seguridad-Duda.
2. Leticia tiene un patrón de interacción establecido con su hermano que transfiere a los demás chicos y que se concreta en el caso de los videojuegos. Tal patrón se caracteriza por su escasa asertividad ante peticiones que no le agradan demasiado. Sin embargo, este aspecto adopta la forma de aceptación pasiva, inicialmente, para transformarse, después, en una participación activa en el juego. Su progresiva motivación deriva del intento de agradar al compañero de juego, más que de la atracción intrínseca que pueda ejercer el juego. Reduce, así, su miedo a perder afectos. Felipe, en cambio, desea compartir la experiencia de jugar, sin más.
3. La niña construye su autoestima a partir de la evaluación afectiva del compañero de juego, mientras que el niño desarrolla habilidades y competencias que fomentarán su propia seguridad a partir del entrenamiento en autoevaluación continua. Locus de control externo, fuente de múltiples conflictos internos frente a locus de control interno, garantía de salud psico-social.
4. Felipe dirige el juego, más por conocimientos que por ser niño, puesto que él va buscando obtener de Leticia un "compañero" de juego, establecer una relación simétrica –de tú a tú- y no de dominancia-sumisión. Se trata de que, efectivamente, Leticia aprenda -para lo cual le ayuda tanto desde el punto de vista técnico como reforzando sus logros- con la finalidad de que juegue al mismo nivel que él. Leticia sí que adopta, por el contrario, el rol de alumna sumisa, mostrándose dependiente del maestro y elogiando su buen hacer como profesor, en su afán de responder a lo que ella percibe como deseo de Felipe.
5. Se establece una relación cooperativa entre ellas, aunque las motivaciones específicas de una –si quiere relacionarse, tiene que jugar- y de otro -el videojuego en sí mismo es un buen instrumento de interacción- sean diferentes.
6. Ambas personas personas son consideradas y respetuosas con la situación percibida del otro/a. Felipe trata de igualar habilidades mostrando su desconocimiento de algunos detalles del juego y Leticia se esfuerza por aprender rápido

7. Ninguna de las dos personas participantes en este caso son apasionadas videojugadoras y ambas son sociables –se comunican con facilidad-. Esto explica, posiblemente, la instrumentalización del videojuego como mecanismo del auténtico objetivo: interacción social.
8. Ambas se muestran “educadas” y colaboran activamente con la investigadora, deseando ofrecer, especialmente, la niña, una buena imagen.
9. La experiencia de juego muestra, efectivamente, el papel de la educación familiar en la génesis de actitudes y conductas estereotipadas de género. Leticia, habituada a relacionarse afectivamente con el otro sexo, maneja la situación exhibiendo comportamientos de sometimiento, halago, admiración, ternura y refuerzo constante hacia el varón; ratificando lo que ella cree su rol. Felipe, que no tiene hermanas y carece, en gran medida, de relaciones estrechas con niñas de edad similar, trata de encontrar en Leticia, “un niño” con quien jugar y que le ofrezca, por tanto, cierta resistencia.

Conclusiones de los estudios de casos

La primera conclusión que nos ha sorprendido ha sido que los videojugadores/as en ningún momento han cuestionado la “realidad” que se les ofrece en cada juego. Las alternativas son las que les presenta la máquina y a ellas se reducen. No van más allá. No se plantean otras posibilidades diferentes. Se reproducen esquemas y valores que, aún cuando puedan resultar negativos, no son cuestionados o, por lo menos, sujetos a la “duda razonable”.

La segunda conclusión que hemos constatado es que los chicos toman habitualmente la iniciativa. En la cultura del videojuego es un supuesto básico y compartido (tanto por chicos y por chicas) que ellos han de llevar el liderazgo en el desarrollo del juego. Sólo el liderazgo femenino en el juego se hace evidente cuando el tipo de videojuego o la temática del mismo queda dentro de los límites establecidos para los roles tradicionalmente femeninos (organizar la casa en los sims, bailar en las bratz, etc.).

En el juego “masculino” las chicas tienen que demostrar constantemente que son “idóneas” para “estar a la altura”. Sin embargo, resulta menos “necesariamente demostrable” cuando la temática del juego queda dentro de los límites establecidos para esos roles tradicionalmente femeninos. Solo aquí el liderazgo femenino no aparece cuestionado. Este esquema no sólo se reproduce en la interacción entre los videojugadores/as sino, también, se ve reforzado por los guiones de los propios videojuegos.

Cuando es el chico el que “lidera” la acción en el juego, las mujeres tienden a adoptar una actitud cooperativa y de apoyo a la figura masculina, incluso llegando a autodescalificarse para obtener la aprobación del chico. Sin embargo, cuando se produce la situación inversa, los chicos tienden a adoptar actitudes pasivas o de poca cooperación, o simplemente a abandonar con un comentario “descalificador” hacia el juego, como mecanismo de defensa. El juego se convierte, en esta última situación, en una carrera por el liderazgo, y la posibilidad de ver a “la otra” como compañera de juego disminuye considerablemente.

La tercera conclusión a la que llegamos es que el videojuego, por regla general, ofrece un escenario similar y unas condiciones iguales para sus jugadores/as, sean estos chicos o chicas. Sin embargo, en este escenario surgen las motivaciones específicas de ambos sexos en función del género traduciéndose en comportamientos diferentes.

El videojuego, en sí mismo, es un buen instrumento de interacción. Para ellas el juego implica relacionarse; el otro adquiere carácter de compañero de intercambio, de relación. Para ellos, interactuar significa competir y ganar.

Entrevistas

Como hemos señalado anteriormente en los objetivos diseñados en esta investigación y en el planteamiento de las fases de la misma, optamos por contrastar los datos obtenidos a través del cuestionario de opinión sobre los videojuegos por medio de entrevistas semiestructuradas.

Se han realizado 60 entrevistas. La mayoría de ellas (56,6%) han sido con chicos y chicas entre 12 y 19 años; un 13% se han aplicado a chicos/as menores de 12 años y personas mayores de 19 años, con la finalidad de contrastar la opinión del sector mayoritario. Se ha tratado de mantener la proporción de personas entrevistadas en función de las edades que más juegan actualmente a los videojuegos. El resto se ha repartido entre profesores/as de centros educativos de primaria y secundaria, gerentes de salas de videojuegos y vendedores de grandes superficies con videojuegos, pues queríamos obtener además su visión de este fenómeno desde la perspectiva del mundo adulto implicado en el mismo.

Personas entrevistadas	Número
Chicos y chicas de 12 a 19 años	34
Personas mayores de 19 años	4
Chicos/as menores de 12 años	4
Profesorado de centros educativos	8
Gerentes de salas de videojuegos	5
Vendedores/as de grandes superficies	5

La finalidad perseguida en las entrevistas ha sido profundizar en las motivaciones de los usuarios/as de videojuegos hacia esta nueva forma de ocio, así como analizar los valores que promueven los mismos en ellos/as. Para obtener esta información se han triangulado, por lo tanto, diversas fuentes de información proveniente, no sólo de los propios videojugadores/as sino, también, del entorno que se asocia a los mismos.

Las preguntas formuladas han ido encaminadas a obtener información sobre:

- Los videojuegos que utilizan, cuál les gusta más y por qué.
- El tiempo diario y semanal que dedican a jugar.
- Si juegan solos/as, con amigos, con amigas, en red y por qué.

- Si se identifican con los modelos que presentan los y las protagonistas de los videojuegos, si les gustaría ser como ellos o ellas, en qué.
- Conocer los “valores” que promueven: fortaleza, cooperación, violencia, agresividad, competitividad, respeto a las diferencias ...
- Qué destrezas piensan que desarrollan los videojuegos: habilidades, rapidez, atención, etc
- Qué utilidad les ven o con qué fin los utilizan (para jugar, entretenerse, distraerse, establecer relaciones de amistad, etc)
- Cómo consiguen los videojuegos (si los “piratean”, si los compran, quién lo hace, los bajan de Internet, etc)
- Si su familia controla a lo que juega y el tiempo que invierte en ello (madre, padre, ambos o ninguno).
- Qué opinan de los personajes que aparecen en los videojuegos: qué representan para ellos/as, si se identifican con ellos en la forma de vestir, en cómo se comportan, en su aspecto físico y, por último, su opinión sobre los rasgos de personalidad que, desde su punto de vista, tienen estos personajes.
- Opinión sobre valores y contravalores que supuestamente promueven, así como su potencial “educativo”.

A partir del análisis cualitativo de los datos aportados por las entrevistas respecto al uso, perfil de personas jugadoras, motivaciones para jugar y posibles problemas asociados a su uso, hemos organizado la información en torno a las cuestiones abajo reflejadas con el fin de llegar a una mayor comprensión de esta nueva forma de ocio.

Motivaciones en la elección del videojuego

Para explorar este aspecto, la pregunta que se les formuló fue la siguiente: “de los videojuegos que utilizas, ¿cuáles son los que más te gustan y por qué?”

La mayoría de los chicos han señalado que los juegos que más utilizan son los de guerra y los deportivos (de fútbol, coches y motos). Las chicas se decantan más por los de simulación (tipo SIMS), los de plataformas (tipo SUPERMARIO) y los de aventura gráfica (tipo prisionero de ZELDA).

Sin embargo, nos hemos encontrado con auténticas “forofas” del videojuego de lucha *Tekken*, cuyo perfil responde claramente a un intento por imitar los valores

considerados típicamente masculinos. Ellas mismas comentaban que trataban de superar el molde asociado a las “chicas pijas”, más preocupadas por la ropa y el arreglo personal. Podríamos considerar que esta explicación se utiliza como estrategia de autoafirmación y rechazo hacia el modelo propuesto “típicamente femenino”. La falta de otros modelos de referencia, parece que ‘obliga’ a que busquen en los valores “típicamente masculinos” su forma de identificación.

Se destaca, también, que la preferencia por un determinado tipo de videojuego puede estar condicionada por la conexión que ese juego tiene, en ese momento, con su estado emocional:

“No descarto ninguno, pero me apasionan los de estrategia, especialmente los que tienen un fondo histórico antes que los de fantasía. He practicado también con simuladores de coches y aviones; de vez en cuando practico alguno de acción y aventura, pero me canso de ellos bastante pronto. En cambio, con los de estrategia, puedes estar años, que siempre te sorprenden. De todos modos, yo pienso que, en cada momento, debes estar con el juego que te apetezca; en ocasiones, si lo que busco es una descarga rápida de adrenalina tengo que darle al “gatillo” virtual y no ponerme a construir puentes para una civilización.” (Roberto, estudiante de 19 años de Ciclo Formativo de Grado Superior).

El gusto por los videojuegos parece apoyarse en la diversión y el entretenimiento. Sin embargo aportan un elemento diferente: la capacidad de interactuar con el propio videojuego y la evocación de escenarios casi “completamente reales”.

Una de las entrevistadas señalaba que la ventaja de esta forma de ocio frente a otras radica en:

“La posibilidad que brinda de desarrollar, crear y experimentar dentro del argumento de las historias y acciones, de forma que uno se siente personalmente implicado en la evolución y desenlace del juego. Creo que es la capacidad de elegir los personajes, su vestuario, sus rasgos, los escenarios, la acción que van a desarrollar, y cómo responder a las acciones de los otros..., lo que genera la atracción hacia los videojuegos y lo que esencialmente motiva, no sólo a elegirlo como medio de entretenimiento, sino a continuar o engancharse a él” (Fany, Profesora I.E.S.).

La capacidad de evocar la realidad de los videojuegos hace que se cree en los jugadores y jugadoras la ilusión de “jugar a modificar la propia realidad”.

“Me gustan los videojuegos de los SIMS porque puedo crear los personajes, me parece que los videojuegos son buenos porque me entretienen más que la televisión, participas. Si estoy con amigas prefiero hablar... En los SIMS algunos personajes se vuelven muy pesados, se fastidian entre ellos, algunos no les puedes controlar..., entonces tienes que matarlos para que desaparezcan..., puedes crear personajes según tu voluntad y el estado de ánimo” (Ana, 14 años, 2º ESO).

Observamos cómo algunos/as adolescentes pueden llegar a convertir el juego en una válvula de escape de acontecimientos de la vida diaria, que no pueden modificar o controlar, y la satisfacción del juego está en que ofrece la posibilidad de “manejar” las situaciones o alterarlas conforme a los propios deseos.

“Cuando juego siento que me meto en el videojuego. Y si tengo algún problema puedo resolverlo, puedo cambiar la situación y,..., al final siempre gano. Y si no, vuelvo a empezar la partida. No me siento tan frustrada como a veces en mi vida o en el cole, que no puedo cambiar las cosas. Aquí me divierto y soy casi como dios..., decido la vida de otras personas y cómo se construyen civilizaciones según mis deseos” (Julio, 16 años, 4º ESO).

El tiempo del juego

En este apartado se trata de saber cuándo han comenzado a jugar y el tiempo que dedican a los videojuegos.

Ha sido una constante constatar que cada vez se empieza a jugar a edades más tempranas. Esto puede deberse a que existe una mayor facilidad de acceso a ellos a través de los PC que están en buena parte de los hogares, y a que cada vez son más utilizadas las “Game Boy”. Hemos constatado cómo niños y niñas de 5 y 6 años ya utilizan estas game boy.

Lo que sí se ha percibido en las entrevistas realizadas es que generalmente las niñas tienen una edad más tardía de iniciación que los chicos.

En cuanto al tiempo diario y semanal que dedican a jugar, parece observarse que la frecuencia y duración en el juego está condicionada, normalmente, por el tiempo disponible después de “ir a clase y hacer los deberes”, especialmente en el caso de las chicas.

“Tengo mucho que estudiar, no juego entre semana, sólo los fines de semana y una hora..., luego me aburre” (Ana, 14 años, 2º ESO).

En este sentido, hemos constatado, sobre todo en las chicas, que existe un mayor control por parte de las madres en la realización de las tareas escolares y que sólo se les permite jugar cuando aquéllas han finalizado. Por ello, durante la semana es menos frecuente su uso.

La preferencia familiar por un control directo del hijo o de la hija en el propio hogar, frente al peligro percibido en relación a la calle, determina un incremento en la frecuencia de uso de los videojuegos. También parece estar motivada por la falta de actividades alternativas, especialmente cuando las condiciones climáticas no permiten otro tipo de actividades al aire libre. Las actividades hogareñas, en su opinión, quedan reducidas a “ver la TV o el videojuego”.

“Es más guay jugar al videojuego que ver la TV, te da la posibilidad de crear tú las historias, puedes participar en el final, es más entretenido” (Teresa, 12 años, 1º ESO).

Los/as compañeros/as de juego

La mayoría de las personas entrevistadas expresan que, en función del videojuego y de la situación, les gusta jugar tanto solas como acompañadas. Sin embargo, un mayor número de niñas sí expresa que preferiría tener una compañera de juego. En las contestaciones a esta pregunta, las chicas suelen explicar que el jugar solas obedece más a las escasas posibilidades sociales o de interacción que ofrece su entorno familiar, que a su deseo real.

“Yo, si pudiera elegir, preferiría jugar con amigas, porque me dan ideas para crear a los personajes, su aspecto físico, la personalidad, inventar el argumento...” (Ana, 14 años, 2º ESO).

Sin embargo, los chicos, manifiestan que “jugar con amigos” se utiliza más como oportunidad de competición “para ver quién consigue matar a más”.

En cuanto a la posibilidad de “jugar con otros/as” a través de la red, parece que esto es mucho más habitual entre los chicos que en el caso de las chicas. Así lo explica un gerente de salas recreativas:

“Jugar en red es lo más frecuente. El público suele ser gente de todas las edades: desde chavales de 10 a 18, hasta jóvenes ya más maduros, entre 20 y 35 años. En cuanto a la proporción de chicos y chicas asiduos a la sala, casi todos los que vienen a jugar aquí son chicos, yo diría que el 90% o más son chicos, y apenas un 10% o tal vez menos, son chicas” (Javier, Gerente sala recreativa de Valladolid).

Esto parece establecer una diferencia de género en la utilización de los videojuegos, puesto que las mujeres tienden a usar juegos más de tipo cooperativo y los hombres más de tipo competitivo.

Percepción entre sexos

Los chicos opinan que juegan mejor ellos, no porque tengan mejores habilidades, sino porque invierten más horas.

“Los chicos vamos más a las salas, porque siempre ha sido así, es un lugar habitual de reunión, lo que antes eran los salones de fútbolín, billar y ‘flippers’ que siempre han sido frecuentados por chicos” (Manuel, estudiante de Ciclo Formativo).

Sin embargo, las chicas afirman que ellas “son más inteligentes y piensan mejor las estrategias”, pero que tienen más destrezas los chicos, por lo que, siempre ganan jugando a los videojuegos.

Cuando se les pregunta en qué tipo de videojuegos son mejores ellas, contestan que son en aquellos videojuegos en los que no se trata de tener reflejos y matar continuamente, sino en los que hay que desarrollar estrategias, resolver enig-

mas, planificar a más largo plazo y no tener que dar una respuesta tan rápida e impulsiva.

“Yo siempre juego a los SIMS porque en los otros no puedo ganar. No me gustan esos que siempre hay que estar matando y disparar sin más. Desde que me entero de qué van hasta que trato de dominarlos, me han matado tantas veces que me frustran. Y el chico con el que salgo siempre se ríe de mí y me dice que qué inútil soy. Pero en los SIMS él se aburre, porque dice que no hay acción. Pero a mí me gusta mucho porque tengo que pensar y refleja lo que hay en la vida real. No esos juegos de matar monstruos...” (Katy, 16 años, estudiante de 4º ESO).

Los modelos de identificación



Ante la pregunta sobre si se identifican con los modelos que presentan los y las protagonistas de los videojuegos, la mayoría dice que, “por regla general, no se sienten identificados con los personajes, aunque depende del tipo de videojuego y de las características del protagonista”.

Sí se sienten más identificados los niños de 10 a 13 años que juegan a simuladores deportivos y les gustaría ser como los personajes reales que simulan los juegos.

“De mayor me gustaría ser como ellos porque ganan mucha pasta” (Daniel, 11 años, 5º Primaria).

También existe una cierta identificación de los chicos con el personaje cuando adquiere a sus ojos el rol de “héroe”:

“es el salvador de la humanidad ante el ataque de los malos” (Berto, 10 años, 5º Primaria), “sí porque matan terroristas” (Ch., 10 años, 5º Primaria).

Esta misma visión es la que reflejan los chicos y adultos cuando explican cómo perciben ellos la identificación con los personajes de estos videojuegos:

“Los chicos se identifican con el hombre fuerte, musculoso, que sabe utilizar un montón de armas, que es un gran luchador, que no se inmuta ante nada, que va muy bien equipado, es muy astuto y no le importa hacer cualquier cosa con tal de ganar. Lo importante es derrotar a los enemigos” (Félix, Gerente sala de ocio de Barcelona).

Es sorprendente el estereotipo de “heroína” que tienen los chicos, en general, ligado a la belleza física. En general manifiestan que no les importa que la protagonista principal sea chica, mientras “esté buena” y haga las mismas acciones que, habitualmente, hacen los hombres.

Sin embargo, las chicas se sienten más identificadas con la imagen que con la acción de las heroínas. A algunas les gustaría parecerse a ellas en el aspecto físico, pero no se sienten cómodas con la función que desempeñan.

Hablando de los SIMS, una de las entrevistadas explicaba: “depende del día; creamos personajes con características para que se peleen entre ellos, para que se quiten los chicos, discutan. Luego les hacemos faenas para que se mueran o desaparezcan”. Se produce una proyección de su estado de ánimo o frustraciones personales sobre los personajes que crean, lo utilizan como válvula de escape pero no les gustaría identificarse con ellas: “no porque no son reales, visten raro...” (Rosa, 13 años, estudiante 2º ESO).

En general, las chicas manifiestan su dificultad para sentirse identificadas con los personajes protagonistas ya que la mayoría son hombres:

“Los hombres son fuertes. En el prisionero de Zelda sólo existe un poblado con chicas que son las luchadoras, son fuertes, son las malas, pero en el resto los protagonistas son hombres. Son los chicos los que suelen salvar a las chicas. Me gustaría que fuera al revés, que las chicas salvaran a los chicos” (Ana, 14 años, estudiante 2º ESO).

“En la mayoría de los juegos son chicos, son un poco machistas, en el prisionero de Zelda la princesa es poca cosa, vestida de princesa típica, es un poco repipi” (Mª Luisa, 14 años, estudiante 2º ESO).

Valores que promueven

El valor (o contravalor, según se mire) sobre el que se han centrado la mayoría de las respuestas ha sido la **violencia**. La mayor parte de las personas encuestadas, tanto adolescentes, como profesorado o gerentes de salas, coinciden en señalar que buena parte de los videojuegos promueven la violencia (“solo es violencia, matar y matar”).

“el problema no es tanto la cantidad como la futilidad de esa violencia. Una violencia absolutamente innecesaria y absurda. Así ocurre que en el *Carmagedom*, de una sencillez aplastante, te dan más puntos en base a la mayor debilidad de aquellos que mates, incluyendo que las razas distintas a la blanca, son consideradas inferiores, con lo cual se va consolidando la primacía de dicha raza” (Raúl, 37 años).

Las diferencias se aprecian en la consideración que esta violencia puede tener o no en el posterior comportamiento en la vida real. Entre los adolescentes existe la creencia que esta violencia no les afecta en su vida cotidiana porque “saben distinguir la situación de juego de la real” y sólo en algunos casos excepcionales “hay algunos que se pasan”.

“... claro que se diferencia entre la violencia real y la virtual. La sangre no es sangre, son puntos, sólo mentes enfermas o muy ‘pasados de bola’ pueden llegar a tales extremos” (Serafín, 19 años. Estudiante de Ciclos Formativos).

Sin embargo, la opinión de las personas adultas difiere. La mayoría considera que puede existir un elevado riesgo de habituación e insensibilización en el niño/a ante fenómenos como la violencia, aunque esto se vería minimizado si se combina con otros elementos como la discusión en clase, las orientaciones del profesor/a. En este sentido, manifiestan que puede ser un instrumento educativo en vez de destructivo.

“Me imagino que si los chavales están viviendo en ambientes marginales y carecen de recursos o educación no debe ser nada positivo que se pasen horas jugando y más si los juegos son violentos. Pero en general me parece una exageración todo lo que se dice sobre los videojuegos; es verdad que son violentos pero no más que cualquier película que pongan un sábado a las tres de la tarde” (Profesor de Informática).

“Lo fundamental es no tanto demonizar sino educar a los chavales, que sean críticos con los juegos y que no admitan contenidos violentos o sexistas de manera pasiva. Veo más peligro en la “adicción” de los chavales (me refiero a chicos) a los videojuegos, se pueden pasar horas y horas, y eso les separa de la realidad de su familia o su escuela” (Susana, Profesora de Lengua IES).

En esta valoración se deja entrever que, según las personas entrevistadas, hay que tener en cuenta que los niños y niñas que juegan a videojuegos están conformando su propia personalidad y que ésta se ve profundamente afectada por los valores que promueve el contexto en el que se desenvuelven. En opinión de un profesor de nuevas tecnologías de un colegio de secundaria, que conoce y juega a videojuegos,

“un niño hasta los 6-7 años no identifica un juego que los adultos interpretaríamos agresivo como tal; simplemente se plantea la vertiente lúdica. Sobre los 7 años comienza a tener el concepto de violencia, calificándola negativamente... Tal enjuiciamiento no le permite controlar, sin embargo, el que el videojuego le genere agresividad”.

No obstante, hay coincidencia, especialmente entre las personas jóvenes y adolescentes, en reconocer que “los casos puntuales aparecidos en los medios de comunicación han magnificado y generalizado la imagen social de que los videojuegos refuerzan y conducen a comportamientos agresivos”.

“Esa idea de que los videojuegos provocan conductas violentas y agresivas se debe a la alarma social que han provocado la televisión y los periódicos con los casos puntuales que han ocurrido, pero que no son los habituales. Pero sobre todo es porque la gente mayor desconoce el mundo de los videojuegos y los teme” (Juan, 27 años. Parado y videojugador).

“... es la típica exageración; la gente dice eso porque no sabe de qué habla. Algo parecido pasó hace poco con los juegos de rol: sale en televisión que un ‘pirao’ ha matado a alguien para jugar y todo el mundo piensa que cualquier jugador de rol es un peligro público. Es como si me dice que el fútbol es peligroso porque hay ultras; la mayoría de los jugadores entendemos que es sólo un juego, una diversión como ver el cine o leer un libro” (Enrique, 15 años, estudiante de 3º ESO).

Por contra, las personas adultas, especialmente mujeres, tienen una visión muy crítica con la “cultura de la violencia” en la que nos envuelven estos videojuegos.

No porque fomenten en los y las usuarias comportamientos agresivos o conductas violentas, sino porque insensibilizan ante la violencia y facilitan el que se asuma la misma como forma de respuesta posible ante los conflictos humanos.

“La violencia vende en los juegos, sólo los que tienen más sangre, velocidad, disparos, gritos, se imponen en el mercado. Las excusas de que la violencia no es real son infantiles; lo importante no es la apariencia de real sino cómo el joven se relaciona con esa violencia y en el caso de los videojuegos es máxima puesto que él practica o sufre esa violencia, que en muchos casos se le presenta como la única alternativa para su supervivencia en el mundo virtual; de todos modos no parece claro el impacto que sobre personas poco formadas puede tener el uso de videojuegos violentos, yo podría pensar que es tal el grado de violencia que muestran que se alcanzan cotas de ridiculez o de comicidad, me recuerdan películas como *Pulp Fiction*, su violencia parece convencernos de lo ridículo de la violencia” (Susana, profesora de Lengua en IES).

Pero algunas de las personas entrevistadas adultas valoran la capacidad de “descarga tensional” que permite el jugar a los videojuegos en un entorno controlado “sin hacer daño a nadie”, pues esto es una forma de “soltar energía” pacíficamente.

“Por mi experiencia personal un juego puede ser un sedante para el estrés diario, una válvula de escape a las tensiones; es posible que sea un problema si en vez de soltar energía lo que ocurre es que te cargas de ella. El juego permite que te sientas dentro de él, y algunos jóvenes pueden no separar esa ficción de su vida real. En tal caso acaban extendiendo a su vida las acciones que tan alegremente realizan en el PC, conducen coches a velocidades de escándalo, pegan o matan sin problemas éticos, etc. Pero eso es un caso extremo, para la mayoría un videojuego es una manera barata y agradable de pasar un rato, un modo de sentirte bien sin hacer daño a nadie” (Raúl. Profesor informática IES)

Sí que algunas de las personas entrevistadas afirman que existen juegos como *Sims-city* (de construcción de ciudades) o *Age of Empires* (que permite ver las edades evolutivas de la humanidad) que poseen cierto carácter didáctico, pero consideran que son muy pocos. En general, afirman que tienen una marcada finalidad lúdica y que como tal habría que valorarlos.

“El problema es la ausencia de catalogación que determina que cuando se compra un videojuego sea difícil conocer qué tipo de valores transmiten, si positivos o negativos. Esto se desvela sólo cuando se está jugando” (Raúl, 37 años).

Algunas personas proponen que haya un control efectivo desde la Administración sobre el tipo de contenidos y valores que se difunden a través de los videojuegos.

“Prohibir por prohibir es un error; ¿prohibir un videojuego y permitir las guerras reales? Es hipócrita. Sí creo que debe haber un sistema de vigilancia de los contenidos de los juegos, una indicación clara en las carátulas de a quién va dirigido, un control de los adultos sobre los juegos y sobre las horas que les dedican”. (Susana, Profesora de Lengua IES)

No obstante, algunas personas entrevistadas han justificado la violencia de los videojuegos en función de su correlación con la realidad cotidiana que nos rodea.

“En el Ciber nunca veo a nadie partirse la cara por perder un juego como en muchos deportes reales. Por jugar no vas a ir luego contra la sociedad; el peligro está en otras cosas de la vida pero no en los juegos; hay mucha más violencia en la vida real que en un videojuego. Además la mayoría de juegos inciden en buscar la justicia: ayudar a los débiles y a los que son pisoteados, luchar contra los nazis o los que ponen bombas” (Mario, Estudiante 3º ESO).

Además del aspecto de violencia, otro valor, o “contravalor”, que las personas entrevistadas convienen en resaltar es el **consumismo**. El modelo de consumo que se propone se enmarca en el capitalismo actual del “primer mundo”, donde es una moneda de cambio para identificarse y relacionarse socialmente.

“En los SIMS tienes que conseguir dinero para crear la casa que tu quieres, si quieres comprar muebles bonitos tienes que trabajar, si quieres tener mascotas también tienes que tener mucho dinero para adiestrarle, pero sabemos trucos de Internet para tener mucho dinero y hacer rápidamente las cosas que queremos, comprar lo que quieras, irte de vacaciones a hoteles de lujo” (Ana, 14 años, estudiante de 2º ESO).

Y señalan que este tipo de videojuegos (como los SIMS) permiten que, dentro de ese modelo capitalista, se reproduzcan incluso los aspectos más negativos del mismo:

- hacer dinero fácil y rápido (“cultura del pelotazo”): “[En los SIMS] durante el tiempo que estás en el trabajo no se observa ni se realiza ninguna actividad; simplemente se está fuera de la casa que uno se ha construido; tu el trabajo, ni lo ves,... además hay un reloj que puedes adelantar hasta que vuelves a casa” (Julio, 14 años, estudiante de 2º de ESO);
- hacer desaparecer de forma instantánea las cosas que les desagradan o molestan. “[En los SIMS] puedes despedir a las criadas si no te gustan y puedes contratar otras”; “si no cuidas por ejemplo a tu hijo, no le das el biberón por la noche, se ponen tristes y tienes que cuidarlos hasta que sean mayores, pero puedes contratar a una persona para que lo haga, este niño no esta bien cuidado y los vecinos protestan viene una señora muy elegante vestida y te lo quita, hay trucos y puedes paralizar a los personajes o puedes encerrarla (a la Trabajadora Social)” (Ana, 14 años, 2º ESO);
- identificar el modelo de felicidad con los símbolos de exhibición de la riqueza: “si eres muy rico viene una limusina muy elegante a recogerte” (Julio, 14 años, estudiante de 2º de ESO);
- ocultar los aspectos más negativos de la estructura económica del capitalismo: “..., de todas formas ya quisiera que me pasara lo mismo en mi trabajo en

McDonald's que en los SIMS, pues en este videojuego no hay contratos precarios, ni te echan si te afilias a algún sindicato, ni te obligan a trabajar más horas de las que firmas en el contrato..." (Fernando, 23 años, estudiante de Magisterio);

- olvidarse de la miseria y la injusticia que genera este sistema: "en ningún videojuego de los que he jugado nadie se acuerda de los pobres o de cómo vive la gente del sur; es como si sólo tuviéramos que preocuparnos de cómo ligar o cómo conseguir el mejor coche [hacía referencia a los SIMS y a Collin McRae]".

Como valor positivo han destacado la creatividad: "Los SIMS pueden desarrollar la creatividad porque te inventas tú los personajes y las historias" (Julio, 14 años, estudiante de 2º de ESO). Pero, casi siempre que se les insistía en que resaltaran los "valores positivos" la mayoría tendía a hablar de destrezas o habilidades de tipo funcional que les ayudaban a desarrollar.

Una interpretación de los posibles "valores ocultos" de los videojuegos que nos pareció sorprendente fue la que expusieron dos personas jóvenes que afirmaban:

"los videojuegos son parte de una estrategia para 'cazar voluntarios para el ejército'..., la temática, el vestuario, los eslóganes que se lanzan en la publicidad de los mismos son un reclamo para hacer interesante, atractiva, aventurera la vida militar..., vamos..., que vienen a sustituir las pelis de guerras ya sean de romanos, vikingos o marines" (Fran y Rosa, 22 y 23 años, estudiantes de Veterinaria).

Las destrezas que desarrollan y su potencial educativo

En general creen que jugando desarrollan habilidades de velocidad de reacción, agilidad, "rapidez y reflejos", "atención", "imaginación": "Tienes que pensar en las estrategias para matar sin ser matado". Aunque casi ninguno/a opinaba que esos conocimientos les sirvieran después para manejar mejor el ordenador. Una opinión que resume las habilidades que pueden potenciar los videojuegos sería la siguiente:

"No me interesan los juegos por lo que puedo aprender de ellos, sólo porque son entretenidos, me hacen vibrar de emoción, me crean un deseo por vencer y sobre todo por mejorar mis partidas previas. Además los juegos actuales tienen unas imágenes y un sonido espectacular, son realistas y muy atractivos. Si tuviese que comentar habilidades diría que la rapidez en la toma de decisiones, los reflejos, cierta capacidad de asimilación de datos. (...) Un libro está siempre igual pero un producto multimedia es atractivo por sus imágenes y colores, por su sonido y sobre todo porque cambia, es interactivo y el usuario lo controla; un buen juego programado por educadores puede servir para que un chico aprenda mejor, ponga más interés y no se aburra tanto. Un ejemplo son los juegos de civilizaciones, están llenos de datos históricos y todos nos los empollamos porque son vitales para vencer en el juego" (Javier, Prof. de informática IES).

Aunque algunas personas adultas tienen una visión más crítica sobre los valores “positivos” de los videojuegos y sobre su potencial educativo:

“... por sí solos ninguna, al menos ninguna positiva. Se necesita un control de un adulto para enlazar el juego con unos contenidos conceptuales o actitudinales adecuados. Por ejemplo esos juegos de estrategia, son útiles para una vez explicado un tema de historia medieval en la ESO que los chicos visualicen e interaccionen con personajes de esa época y situaciones de ese tiempo; naturalmente la historia de los videojuegos es la historia de las guerras y los poderosos pero para eso debe estar ahí el profesor” (Susana, profesora de lengua IES).

En general, cuando se ha preguntado por su potencial educativo, la mayoría de las respuestas se orientan a analizar más los denominados “videojuegos educativos”, cuyas características precisamente están vinculadas a una finalidad específicamente educativa:

“Pueden serlo; yo particularmente conozco mucho de Internet (cómo configurar mi equipo, el módem, la línea ADSL, los cables, los correos) porque juego a través de la red. También son una manera entretenida de aprender historia o economía, tengo amigos que son especialistas en la segunda guerra mundial o en el imperio romano por lo que han leído para controlar sus juegos preferidos. Hay juegos para niños pequeños que enseñan a contar y a operar, o a leer, o idiomas. Así que creo que son educativos, pero todo depende del juego, si te dedicas a juegos de acción no veo que puedas aprender nada útil”, (Rodolfo, estudiante de 3º ESO)

La respuesta más “salomónica” que obtuvimos sobre el posible potencial educativo de los videojuegos nos la ofreció una profesora de primaria que afirmaba:

“Todo es nocivo y nada es nocivo. El uso inteligente de un producto hace que se desarrolle nuestra capacidad de aprendizaje, lo mismo vale un libro, que una película, que un videojuego: son diferentes soportes, cada uno con sus peculiaridades y potenciales alcances; por lo que observo, el terreno del análisis de los videojuegos está poco trillado. Creo que de la manera que se crean y usan los videojuegos los resultados no serán lo positivos que cabría esperar de unos recursos que por su brillantez y su fuerza visual tendrían ilimitadas posibilidades” (Katia, profesora de primaria).

Control familiar

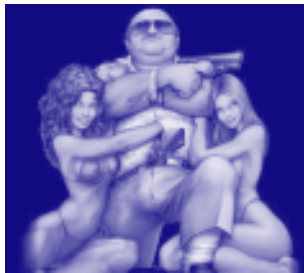
La pregunta sobre si su familia controla el contenido del juego y el tiempo que invierten en ello, sólo se propuso a los chicos y chicas. A la mitad de las personas entrevistadas su familia les controlan las horas que invierten jugando, pero en menor medida los contenidos.

Los fines de semana cuando juegan en el Ciber no son controlados ni el tiempo ni los juegos. Los padres y las madres, en el caso de las chicas, controlan más el tiempo, “para que estudien normalmente” y sólo les permiten jugar los fines de semana. Existe una fuerte preocupación porque realicen los “deberes”. Entre el tiempo de clase y las actividades extraescolares que tienen muchas de ellas, no pueden dedicar entre semana mucho tiempo al ocio.

“Mis padres se enfadan si estoy más de una hora, dicen que me engancho. Prefieren que juegue a cosas más tradicionales como el parchís, pero a mí no me gusta” (Ana, 14 años, 2º ESO privado concertado).

En general, expresan que sus progenitores/as manifiestan una cierta preocupación, percibida con más fuerza en el caso de las chicas, ante el hecho de que puedan jugar con videojuegos de contenido violento o temas esotéricos como juegos de zombis, demonios etc... (“tengo prohibidos los juegos violentos o de muertes”, Sara, 12 años). No obstante, las familias no ponen límite al uso de los juegos siempre que consideren que no se abusa de ellos o cuando su nivel académico es bueno y “hacen los deberes”. De no ser así, su tiempo se vería restringido.

La imagen y el rol de la mujer en los videojuegos



Torrente. Virtual Toys

Todas las personas encuestadas (tanto los propios chicos y chicas, como el profesorado o los comerciales de salas) coinciden en señalar que los videojuegos se elaboran pensando en un público potencial compuesto mayoritariamente por hombres. De esta forma, las temáticas que protagonizan los videojuegos (deportes, luchas, disparos, coches) y los personajes que los pueblan (luchadores forzudos, chicas “despampanantes”, competidores) están considerados como el universo de “cosas que gustan a los hombres”, mientras que las mujeres apenas encuentran referentes a partir de los cuales consolidar su posible afición.

“La mayoría de los juegos están pensados para chicos..., porque son los que más juegan y son de deportes o de guerras y los que no, o son de pequeños (plataformas como Supermario) o son para cursis, de Barbies, pintarte y ponerte modelitos...” (Sonia, alumna de 3º de la ESO).

Uno de los problemas que manifiestan algunas chicas, en este sentido, es que la creencia general de que los videojuegos son cosa “de chicos”, las hace sentirse incómodas, pues piensan que si les gustan se las puede llegar a considerar “raras o poco femeninas”.

“Algunos de mis compañeros de clase piensan que soy un ‘chicazo’ porque me molan mucho los videojuegos, sobre todo los de lucha y los de deportes. Pero me da igual..., bueno, sí que me importa, pero no me molesta cuando me lo llaman para meterse conmigo...” (Roberta, 16 años, estudiante de 4º de la ESO).

Todas las personas entrevistadas coinciden en la percepción de que la inmensa mayoría de protagonistas son hombres. Y las características más señaladas sobre los hombres que protagonizan los videojuegos son: altos, musculosos, vestidos de militar, “rambos”, “con pinta de matones”, “competentes”, “duros”, paladines, “asesinos”.

“Los chicos en los videojuegos son muy creídos, son..., como en la realidad. Son muy creídos..., son como en el mundo real..., son muy chulos. No porque sean los más fuertes o los más valientes, es porque ellos se creen así. Por ejemplo en el prisionero de Zelda, la amiga que tiene el chico le dice que se quiere ir sola y él le dice que no, porque el mundo es muy peligroso y todo eso..., y ella dice que no, que es una chica normal y que quiere ir y tiene derecho a irse. Pero, claro, al final se mete en un bosque y la cogen unas brujas. Siempre la pasa algo y luego es el chico el que la tiene que rescatar” (Sandra, 14 años, estudiante de 2º ESO).

Aunque a los chicos no les importaría que las protagonistas fuesen mujeres siempre que..., como ya comentamos, “estén buenas”. Sin embargo, las chicas suelen tener una visión diferente.

“Siempre son chicos..., me gustaría que nos dejaran elegir. En pocos videojuegos puedes elegir y son casi siempre chicos, me gustaría que hubiera más variedad. Son muy machistas. Te tenían que dejar elegir si quieres chicos o chicas. Tampoco quiero que fueran siempre chicas para que a los chicos les pasara lo mismo que a nosotras, que te dejen elegir” (Teresa, 13 años, estudiante de 1º ESO).

El rol de la mujer en los videojuegos es percibido como objeto decorativo o como sujeto pasivo, como manifestaba Sandra en el comentario anterior. Aunque tome un papel activo, al final acabará “metiendo la pata” y tendrá que ir el “Príncipe de Persia a salvarla”, dicen.

“A las chicas siempre las tiene que salvar un chico” (Elena, 13 años, 1º ESO).

Progresivamente algunos videojuegos van cambiando parte de estos estereotipos.

“No siempre es el chico el que va de salvador. En los SIMS tú puedes hacer que un chico sea tonto y pobre. Puedes hacer que una chica sea lista y poderosa, puedes hacer que le vaya creciendo la inteligencia, pero para eso tienes que tener una buena estantería y eso te cuesta mucho dinero. Pero puedes hacer que sea como en la vida real, que estudie mecánica, medicina. Le compras libros. Es como en la vida real, pues las chicas estudian más que los chicos. Ahora en las carreras hay más chicas que chicos, normalmente hay más chicas, son más estudiosas y más responsables. Las chicas también pueden trabajar, aunque encima tienen que hacer lo de la casa, trabajan igual los padres que las madres. Yo creo que los SIMS es un juego de chicas, no les gustan tanto como a nosotras, les gustan más los acción, algunos juegan pero no les gustan tanto como a nosotras” (Mª José, 1º Bachillerato).

Pero, en general, todas las chicas y algunos chicos, se muestran conscientes de que la mujer en los videojuegos es un personaje generalmente secundario, que puede aparecer en el “bando bueno” o en “el malo”.

“Visualmente pueden ser feísimas y deformes pero en general las presentan exuberantes, con la boca semiabierta ‘provocando al macho’. Parece que es la moda que adquiere mayor protagonismo y cada vez se las ve más en plan no pasivo sino liderando y asesinando como el mejor hombre” (Luisa, 24 años, estudiante de Minas).

Cuando se quería profundizar acerca de la visión que realmente presentan los videojuegos sobre ese modelo de la “nueva mujer” que está apareciendo última-

mente en ellos cómo heroína, la mayoría de las personas entrevistadas concluían que, de una forma u otra, sigue reproduciendo los estereotipos habituales de género. Un ejemplo de ello son las dos respuestas de un profesor y una profesora de secundaria de un Instituto:

“Las mujeres siguen apareciendo como un objeto sexual; imagino que muchos hombres practican videojuegos con la sensación de ser dueños de las acciones de chicas a las que en su vida no se atreverían ni a mirar. El realismo de los juegos es tal que las escenas con mujeres pueden ser más reales que una fotografía. No siempre es así, pero en general las mujeres o son deslumbrantes o son “machunas”. “Es verdad que la mayoría de veces son hombres quienes tienen mayor protagonismo pero eso es también cierto en la realidad, los juegos no se desarrollan en supermercados, escuelas o empresas sino en guerras, carreras de motos, etc, Y ahí es evidente que son hombres los que llevan las riendas” (Javier, Profesor Informática IES).

“La mujer adquiere dos formas, o bien es un elemento pasivo al servicio del hombre o bien es un arma sexual que alimenta las fantasías de voyeur del jugador masculino. Podemos reconocer en esas heroínas facetas de liberación sexual, a veces parecen patológicamente asexuadas de conciencia aunque su cuerpo sea un modelo de provocación sexual de acuerdo a los cánones más estereotipados del gusto del macho. Pero no nos confundamos, las heroínas virtuales carecen de la conciencia crítica de personajes a lo Telma y Louise, su crítica se reduce a un poder a través de la fuerza bruta; la mujer no sólo se muestra como un deseo sexual al servicio del hombre también admite roles negativos habituales del género masculino como son la impetuosidad y la agresividad” (Susana, Profesora de Lengua IES).

Grupos de discusión

Se han realizado trece grupos de discusión, formados por jóvenes de ambos sexos: personas usuarias habituales, personas no usuarias de videojuegos y personas adultas que, de una forma u otra, están implicadas directa (venta, distribución, etc.), o indirectamente (familias) con los videojuegos. Dos de ellos fueron realizados a través de foros en internet.

La composición final de cada uno de los grupos es la que se detalla en el cuadro siguiente:

	Sexo	Relación con videojuegos	Edad	Status socioeconómico
G1	Chicos	Usuarios	8-12	Clase media-alta
G2	Chicas	Usuarias	19-23	Clase media-baja
G3	Mixto	Usuarios y usuarias	16-18	Clase media-baja
G4	Chicas	Usuarias	7-9	Clase media-baja
G5	Mixto	Usuarios/as y padres/madres	14-17 y adultos/as	Clase media-alta
G6	Chicos	Usuarios	22-24	Clase media-alta
G7	Chicas	Usuarias	12-15	Clase media-baja
G8	Mixto	Usuarios y usuarias	12-15	Clase media-baja
G9	Chicas	Usuarias	8-9	Clase media-baja
G10	Mixto	Padres/madres	Adultos/as	Clase media-alta
G11	Jóvenes	Usuarios	24-26	Clase media-alta
G12	Mujeres	Profesionales	Adultas	Clase media-baja
G13	Mixto	Profesionales	Adultos	Clase media-baja

A continuación reproducimos la síntesis de los análisis de los tres grupos de discusión que han sido más significativos y relevantes por sus aportaciones.

Grupo de discusión G4 entre niñas de 7 y 9 años

Grupo de discusión realizado el 23 de noviembre de 2003 con 8 participantes (todas chicas), la moderadora (del equipo de investigación) y un relator, que iba anotando las cuestiones fundamentales. Todas ellas juegan habitualmente con los videojuegos. Juegan fundamentalmente a las BRATZ y a las BARBIES. Juegan poco a los deportivos. Señalan que a esos videojuegos (refiriéndose a las Bratz y a Barbies) juegan mejor ellas, que los chicos juegan mucho al fútbol. Se identifican con algunas de las figuras femeninas que aparecen, les gustaría parecerse a ellas porque tienen mucha ropa para cambiarse y complementos. Juegan también con sus muñecas de plástico, aunque prefieren estas últimas, las pueden peinar, cambiar los complementos y les divierte y mola más hacerlo con las reales que con los videojuegos y los álbumes que han sacado en torno al mismo. Señalan que alguna vez sus hermanos juegan con ellas pero muy poco. De mayores les gustaría ser guapas, pero no "muy pijas", ni "muy salidas", ni "muy finas"... , normales. Afirman que las figuras que salen a veces son un poco "cursis y paisanas". Les gusta ponerles diferentes vestidos. Les gusta cambiarse entre ellas estos juegos. Suelen jugar juntas porque les parece más divertido. Prefieren jugar a otras actividades como el escondite, saltar o "a las casitas". Su familia prefiere que vean la TV, dibujos o películas o que jueguen a las cartas. Los otros tipos de videojuegos no les gustan porque "sólo son de matar", y no les gusta la gente muerta y todo el día "dándose porrazos".

Grupo de discusión G1: chicos entre 8 y 12 años

Grupo de discusión realizado el 1 de diciembre de 2003 con 7 participantes (todos chicos), la moderadora (del equipo de investigación) y una relatora, que iba anotando las cuestiones fundamentales. Los juegos que más les gustan son los de deportes (FIFA) y los de combate, de aventuras tipo "agente secreto" o *MATRIX*. También les gusta mucho el videojuego *Pokemon*. Piensan que ellos juegan mejor que las chicas y que éstas sólo juegan a los de Barbies, y "los de modelos". Les gustaría ser como los personajes de los videojuegos de fútbol porque a todos les gusta el fútbol. Creen que aprenden jugadas y "a hacer chilenas", regatear. También quieren ser como ellos porque "tienen mucha pasta" y porque "molan mucho". Los de estrategias dicen que les gusta, les entretiene y algunos les hacen pensar: "en los juegos de guerra tienes que pensar las estrategias, crear ejércitos...". *Harry Potter* también les gusta porque hacen magia y luchan contra monstruos. Pero cuando se insiste en lo que aprenden, acaban admitiendo que no piensan que aprendan mucho, dicen que, en todo caso, "a machacar". Juegan sólo los fines de semana (cuatro horas). No suelen caer en la cuenta de si hay más hombres o mujeres como protagonistas de los videojuegos a los que juegan. Normalmente eligen de protagonistas a hombres porque "son fuertes, rápidos". Suelen jugar juntos chicos con chicos. Prefieren jugar con amigos más que solos. Dicen que no les gustan los de las chicas y que a los que juegan ellos, ellas no saben jugar. A sus

padres y madres no les gusta que jueguen mucho, les controlan y sobre todo no quieren que jueguen a los de guerra. En el "cole" les tiene prohibido llevar estos juegos, aunque, a veces, juegan con los de los móviles.

Grupo de discusión G5 entre chicos y chicas de 14 a 17 años y personas adultas

Grupo de discusión realizado el 2 de enero de 2004 con 12 participantes (cuatro chicos, tres chicas, dos padres y tres madres), el moderador (del equipo de investigación) y una relatora, que iba anotando las cuestiones fundamentales. Los padres y madres opinan que los chicos y chicas actuales no son capaces de divertirse de manera sencilla o barata, creen que no tienen imaginación como tenían ellos en su época y que por tanto se aburren si no disponen de juegos caros. Los chicos y chicas creen en cambio que no hay diferencias, que sus padres se divertían jugando por la calle pero que la vida ha cambiado y por tanto un juego de ordenador no es más negativo que una muñeca o un soldado de plástico pero sí más moderno y divertido.

En casa juegan, tanto niños como niñas, aunque ellas opinan que a otras compañeras de su edad no les atraen tanto los videojuegos como a sus compañeros masculinos y que la razón es que muchas consideran los juegos como propios de marimachos, como jugar al fútbol. Ellas piensan que sus amigas se divierten más hablando o yendo a una pizzería con otras chicas antes que jugando. Mayoritariamente, los chicos creen que las chicas son malas con los juegos. Esta idea es sustentada también por una mayoría de los padres y madres asistentes que indican que juegos más intelectuales o sosegados son mejor desarrollados por sus hijas que por sus hijos.

En general, las familias están preocupadas por las noticias que se oyen sobre los peligros de los videojuegos, aunque no son conscientes en qué consisten tales peligros, y porque temen que sus hijos e hijas pierdan horas de estudio. Son las propias personas jóvenes las que descalifican esos temores considerándolos de personas ignorantes y aseguran que jugar no causa adicción ni tampoco les convierte en personas violentas. Entre los juegos electrónicos que más practican están *Grand Prix* y el *Warcraft III Reign of Chaos*. Comentan que practican más en el PC que en consolas porque las consolas son muy caras y, en cambio, ordenadores hay en casi todas las casas. Los padres y las madres no conocen el contenido de los juegos y sólo uno defiende la necesidad de vigilar sus contenidos. Los demás (todos ellos manejan el ordenador con frecuencia) piensan que deben ser los propios hijos los que se autocensuren o también las madres que tienen como deber la parte educativa de la vida de los jóvenes.

Las madres son las más preocupadas por la posibilidad de que los videojuegos sean poco propicios para la socialización de sus hijos e hijas pero son las propias

personas jóvenes las que contestan que jugando se hacen pandillas y en esas pandillas la diversión es más sana que en otros ambientes donde se bebe y fuma en exceso.

Los juegos se practican los fines de semana sin límites de horario pues los padres y las madres creen que es una manera de que el hijo o la hija pasen un buen rato sin "molestar en casa" y también porque son bastantes las que creen que es un modo de introducirse en la informática. Suelen juntarse varios/as amigos/as para jugar y lo hacen sin importar el sexo, aunque los chicos insisten en que no quieren formar equipo con ellas porque son menos diestras con los juegos.

En general consiguen los juegos de forma legal, comprándolos, aunque luego los intercambian y juegan en modo personal salvo en los Cybercafés donde compiten en red, no parece aún extendido el juego corporativo en grandes redes.

No son conscientes de si hay sexismo en los juegos. Opinan que no debe haber, puesto que nunca han visto que se haga apología de la violencia contra las mujeres; las chicas creen que las mujeres que suelen aparecer como protagonistas son dignas de imitar por su fuerza y su atractivo. Los chicos ven en esas protagonistas un héroe similar al hombre (fuertes y despiadadas) aunque reconocen que suelen ser muy explosivas, cuestión que comparten los padres a los que se les enseñan varias imágenes de Lara Croft.

Los padres y madres y también los jóvenes están de acuerdo en limitar la violencia de los juegos pero no saben cómo hacerlo y creen que deben imponerse castigos a los que difundan tales juegos.

Conclusiones de los grupos de discusión

Definitivamente expondremos de una forma sintética y breve las principales conclusiones de los grupos de discusión.

Quiénes juegan, y a qué

Juegan más los chicos que las chicas. Se trata de un tipo de ocio que reemplaza a otro tipo de aficiones, pues si antes les podía gustar ir al cine o leer, ahora lo están sustituyendo por los videojuegos.

"A mi antes me gustaba leer, pero ahora no tengo tiempo" (Julián, ha empezado a jugar hace poco tiempo).

Los videojuegos preferidos por los chicos son los de acción, identificándolos con los de violencia, aunque ellos no lo expresan directamente como tal, si no es cuando se debate más en profundidad sobre qué es lo que entienden por acción, o cuando ponen ejemplos concretos.

“Tienen que tener... armas, disparos..., si no es un rollo” [Se ríen los demás] (Vicente, jugador adolescente).

Son conscientes de la “mala prensa” que tiene este tipo de videojuegos entre las personas adultas, y eso les hace ser cautos y prudentes a la hora de expresar sus opiniones. De todas formas, hay un consenso claro entre ellos y ellas: que los adultos y las adultas desconocen este mundo de los videojuegos.

“No tienen ni idea de videojuegos. No hacen más que criticarlos, pero no los entienden, ni nunca han jugado a ellos... Yo creo que los temen” (Ramiro, jugador).

“Mi madre se pone nerviosa cuando me ve jugando, y siempre me pregunta si no tengo deberes que hacer” (Mabel, juega habitualmente).

Las chicas manifiestan preferencias por videojuegos tipo *Bratz*, aunque también juegan algunas de ellas a juegos tipo *Zelda* o los *Sims*. Admiten que los chicos juegan más, pero tanto unos como otras rechazan que los videojuegos sean sexistas.

“No, ¡no!, claro que no. ¿Por qué van a ser machistas? Cada uno jugamos a lo que queremos y que nos gusta más. Los videojuegos son juegos sin más, para divertirse y ya está” (Susana, jugadora habitual).

El carácter educativo de los videojuegos

Cuando abordamos el tema del valor educativo que tienen los videojuegos, nos encontramos con que el análisis o la valoración de los mismos, se encuentra mediatizada por el significado que cada persona atribuye al concepto “educativo”. La valoración, en ocasiones, no trasciende el umbral de la adquisición de determinadas habilidades o destrezas y/o el manejo, a escalas muy básicas y operacionales, del ordenador. Para otras la capacidad de “crear” aun cuando se reconoce que las opciones son limitadas y predeterminadas por el videojuego, resulta el elemento fundamental para asignar un valor educativo al juego.

“Es interesante las posibilidades que puede aportar jugar con videojuegos a la hora de desarrollar algunas habilidades. A mi hija se lo digo muchas veces, que a ver si juega con ellos, que algo aprenderá, pero no hay forma, no le gusta y no hay forma...” (María, madre de familia).

Los contenidos de la educación formal, según las personas adultas y algunas jóvenes que han participado en los grupos de discusión, pueden trabajarse de un modo mucho más interactivo a través de las nuevas tecnologías, entre ellas los videojuegos. Lo que se cuestiona no es el videojuego como soporte, sino el conjunto de creencias y valores que están en la base de la historia que proponen.

“El ordenador es una herramienta útil. Y jugar es algo natural en el ser humano, y que además le ayuda a aprender y desarrollarse. El problema no es el ordenador ni el juego, sino el tipo de videojuegos que nos venden y los contenidos de esos juegos. Alguno que he visto a mi hijo era aterrador” (Enrique, profesor de secundaria y padre de familia).

Para las personas adultas que han intervenido, el problema, por tanto, no son los videojuegos; la cuestión es el tipo de contenidos y los valores que éstos transmiten.

Implicación y efecto evocador de la realidad en los videojuegos

La capacidad del videojuego de interactuar con el/la jugador/a produce una mayor implicación en la evolución y desenlace del juego. De esta manera el éxito de un videojuego no radica exclusivamente en el despliegue o en el derroche de trabajo de talentosos especialistas de la informática, de los efectos especiales e incluso del cine y la literatura, sino en la implicación emocional que generan.

“Me siento en otro mundo cuando me meto en el juego. Me pongo a jugar y pierdo la noción del tiempo. Me llama mi madre para ir a cenar y le digo sí, ya voy, y me quedo colgado otra media hora más...” (Nacho, jugador).

Esa capacidad de interactuar del videojuego está “intensamente ligada a la capacidad de simular la realidad” de la forma más vívida posible. Esto supone aprender a “vivir virtualmente la realidad”.

Para muchas de las personas adolescentes que han participado en los grupos de discusión el juego es una vía para representar situaciones, cumplir deseos y/o recrearlas a nivel afectivo-cognitivo. De esa manera se deposita en el juego actos tan complejos como son las aspiraciones y motivaciones, la realización personal o el reconocimiento social.

“A veces, cuando siento que no me entiende nadie, me meto a jugar y acribillo a todos los enemigos sintiendo por lo menos que me vengo en alguien. Me relaja un montón y me olvido del problema.” (Jaime, jugador habitual).

La implicación de los adultos y adultas en conocer este mundo

Algunas personas adultas han expresado el deseo y la necesidad de acercarse al mundo del videojuego para poder comprender qué es lo que les atrae a sus hijos e hijas de este mundo, y consecuentemente poder interactuar con ellas y ellos y poder establecer un control más efectivo sobre los mismos.

Así lo expresó uno de los padres que es profesor en un centro educativo, refiriéndose a su tarea como padre y a su función como docente:

“Me estoy planteando incluso que debería aprender a jugar a las maquinitas esas para poder estar hablando con mis alumnos y mis hijos, dentro de un tiempo, claro está, en el mismo idioma..., porque yo les veo con ocho años metiéndose ya dentro del ordenador y me digo, ¡oye!, ¿qué están haciendo?, porque me encuentro perdido. Y si yo me pierdo, no se cómo voy a poder ayudarles y enseñarles, ahora que los

ordenadores son como antes era el cuaderno y el lapicero... Bueno, y también me permitirá controlarles más, saber lo que están haciendo y si es lo más adecuado..." (Jacinto, profesor de primaria y padre).

Se trata, por lo que manifiestan la mayoría de las personas adultas, de un necesario aprendizaje para enseñar, para conseguir que el alumnado y los hijos e hijas aprendan a autocontrolarse, invirtiendo la lógica de las multinacionales (el beneficio) y convertirla en una lógica inversa, que permita usar los instrumentos, los videojuegos, para mejorar la vida y aprender estructuras y esquemas sociales de comportamientos regidos por valores de vida.

"...Si ellos mismos acabarán siendo capaces de dosificarse, con un poco de ayuda por nuestra parte, sobre todo si les sabemos hacer ver las ventajas y los inconvenientes de los videojuegos y del tiempo que dedican a ellos... Por eso, sí que sería buena idea esa de aprender nosotros a manejar los aparatos para decirles cómo tienen que hacerlo, ¿no?, o sea, decirles los pros y los contras..." (María, madre).

La realidad y la identificación con los modelos

Podríamos afirmar a priori que no existe una conciencia de identificación con lo que representan los personajes de los videojuegos. Pero encontramos que existe una dicotomía entre el discurso manifiesto y la realidad comportamental. Cuando refieren las cualidades de los personajes que más les agradan o las motivaciones que les genera el videojuego en concreto, se evidencia una marcada identificación con las historias y estética de los personajes. Los chicos reproducen las manidas soluciones hollywoodenses en sus juegos de espías, héroes o guerras. Las chicas en juegos como los SIMS crean situaciones de "reality show" (ver como dos de las protagonistas se pelean por un novio). Ambos reproducen estereotipos sexistas en su forma de identificarse.

"A mi me gusta más *Metal Gear*. Los *Sims* son una tontería. No hay acción. Es un aburrimiento. Mientras que con *Metal Gear* tienes que infiltrarte, eliminar al enemigo..." (Pedro, jugador).

De manera explícita rechazan lo machista, lo violento o lo discriminatorio. Sin embargo, no se cuestionan los personajes o las acciones de los videojuegos donde se evidencian estos conceptos de forma más sutil. Sólo en el caso que el personaje lo refleje de manera burda, sin dejar lugar a dudas, es rechazado por el videojugador o la videojugadora.

Esta falta de reflexión suele ir acompañada de la reproducción sin cuestionamiento de los estereotipos de personajes que proponen los videojuegos. Por ejemplo: los terroristas son "los árabes" porque así ha potenciado la visión del mundo árabe sobre todo a partir del 11-S, o los rusos porque "son comunistas"; las mujeres para obtener protagonismo han de ser guapas y deben "mostrarlo"; los viejos, las mujeres embarazadas o las mujeres en general son débiles y personajes secundarios o comparsas de la acción.

“Los malos son los terroristas (...) Sí,..., bueno..., los buenos son los marines, los norteamericanos..., pero es que los malos son los terroristas árabes...” (Felipe, jugador habitual).

“¡Hombre, si está buena, pues bien! (se ríen los demás) [cuando se había planteado el tema de las mujeres como protagonistas]” (Pedro, jugador).

La evasión por vía de la negación

Cuando valoran temas como el racismo, el sexismo o la violencia en los videojuegos, las respuestas entre las personas adolescentes y jóvenes a menudo terminaban siendo evasivas:

“Que más dan los videojuegos si peor está la tele” (Sonsoles, jugadora).

“¡Racistas, sexistas,... no, eso es muy fuerte!” (Julio, jugador habitual).

No parecen estar dispuestos a admitir que existan videojuegos que son sexistas o racistas. No estaría bien visto asumir que se está jugando a videojuegos en contra de principios básicos que han oído muchas veces en clase o en los medios de comunicación. Parecen resistirse a reconocerlo. Algo similar pasa con otros componentes ideológicos, como la división radical entre malos y buenos, o la visión etnocéntrica de los mismos. En este sentido, son especialmente peligrosos estos componentes porque no son explícitamente visibles e incluso se niega su existencia.

- Moderadora: Y, entonces, ¿en los videojuegos la imagen de esas chicas que decís que ‘están tan buenas’ no os parecen sexistas?
- Julio: No, ¿por qué? Así deberían estar todas las tías... (se ríen los demás)
- Moderadora: Pero, en la realidad, la mayoría de las mujeres no somos así.
- Julio: Ese, ese es el problema... (se ríen los demás)
- Moderadora: Entonces, ¿tú desearías que tu madre fuera así?
- Julio: Bueno, mi madre es otra cosa..., no sé...
- Mabel: Hombre, las chicas si nos arreglamos un poco y nos pintamos, también nos pareceremos bastante a las de los videojuegos, ..., aunque claro la Croft es una exageración...
- Moderadora: ¿No os parece que repiten mucho un determinado estereotipo o modelo de mujer? ¿Siempre igual? De la misma manera que los buenos de los videojuegos siempre son norteamericanos, pero nunca un gitano.
- Enrique: ¿Un gitano? ... Eso es una tontería...

El problema que se plantea respecto de los estereotipos que se fomentan en los videojuegos es que no sólo se potencian, sino que se impide que los que ya existen vayan desapareciendo.

El tema de la violencia

Es un aspecto que ha salido repetidamente en los grupos de discusión al tratar de indagar en los valores y los contenidos de los videojuegos. Los chicos declaran que no perciben ningún riesgo en la violencia de los videojuegos y, de hecho, creen firmemente en ello, aunque saben que es un tema que preocupa a las personas adultas.

- Sandra: "Hay gente que es violenta y por eso busca juegos violentos. Pero otros no lo somos y no nos afecta esa violencia. No vamos a ir matando por ahí porque hayamos estado jugando con videojuegos".
- Lucía: "Un chico mató a sus padres".
- Pedro: "Esos que mataron estaban pirados. No eran normales."

En general las personas adolescentes y jóvenes no se perciben a sí mismas como objetos de influencias externas que les incite a la violencia.

Observaciones

A través de las observaciones se ha intentado hacer un análisis de los comportamientos de chicos y chicas durante el uso de los videojuegos en diferentes contextos (casas particulares, salas de videojuegos, etc.).

Se trataba de contrastar las conductas, la comunicación (tanto verbal como no verbal) y la interacción que las personas objeto de observación mostraban a la hora de jugar con los videojuegos que utilizaban habitualmente. Para ello hemos utilizado la pauta de observación anteriormente detallada en el apartado metodológico.

Se han realizado veinte observaciones de campo en diferentes situaciones y contextos, de las que a continuación reproducimos las ocho más interesantes y significativas.

	Situación	Videojuego	Jugadores/as	Fecha
01	Máquina recreativa en bar de pueblo	Diet GoGo	Chico 11 años	01/08/03
02	Habitación individual	Super Mario	Niño de 10 años	10/08/03
03	Casa propia	FIFA 2004	Hombre de 46 años	07/09/03
04	Casa familiar	Call of Duty	Chico de 21 años	16/09/03
05	Casa familiar	Señor Anillos	Mujer de 45 años	17/09/03
06	Casa familiar	Los Sims	Niña 10 años	20/09/03
07	Sala de juegos	Diversos	12 chicos y 4 chicas entre 18-22 años	02/10/03
08	Sala Universidad	Los Pitufos	Chica de 22 años	07/10/03
09	Cibersala	Half Life	22 chicos entre 14-22 años	13/10/03
010	Sala Universidad	Zelda	Chica de 23 años	23/10/03
011	Máquina recreativa en bar de pueblo	Hnos. Wonders	Chicos de 6 y 7 años	09/11/03
012	Habitación individual	Super Mario	Niña de 11 años	15/11/03
013	Campeonato en cibersala	Counter Strike	64 chicos entre 14-25	16/11/03
014	Casa familiar	Los Simpson	Chico de 12 años	17/11/03
015	Casa familiar	Señor de Anillos	Chico de 18 años	23/11/03
016	Campeonato en cibersala	Age of Empires	50 chicos y 6 chicas entre 12 y 40 años	04/12/03
017	Despacho profes.	Tomb Raider	Chico de 13 años	11/12/03
018	Game Shop	Final Fantasy	Hombre de 32 años	13/12/03
019	Centro Comercial	Matrix	Chica de 19 años	22/12/03
020	Casa familiar	Kingdom Hearts	Chico de 13 años	23/12/03

Ficha observación 01

Situación de observación: Pueblo de la zona rural de Castilla y León. Valladolid. Habitantes del pueblo: 100 personas. Bar del pueblo. Sábado por la tarde. Máquina recreativa instalada en el local.

Título del videojuego: Diet GoGo.

Jugador: Julio, 11 años.

Fecha: sábado 1 de noviembre de 2003.

Duración de la observación: de 17,45 a 20,15 horas.

Estructura del juego: Juego arcade consistente en plataformas que tiene que ir pasando el protagonista. El protagonista puede elegir ser hombre o mujer. Ambos están en ropa deportiva. La indumentaria de la chica marca los pechos y en vez de pantalón tiene braga como si fuera un bikini muy recortado. La finalidad es eliminar "fantasmas" que parecen gotas de agua grandes y blancas y hacerse con los puntos que van apareciendo en pantalla y otras bonificaciones. El aliciente del juego consiste en tener una puntuación superior a la de otros/as contrincantes que han jugado o van a jugar. La puntuación queda grabada al final de la partida.

Comentario de la observación: La máquina recreativa parece muy usada y antigua. Durante más de hora y media (pues el jugador seguía jugando cuando el investigador se fue) el jugador ha permanecido de pie frente a la máquina recreativa pulsando constante e ininterrumpidamente los botones de la máquina con la mano derecha, mientras que con la izquierda dirigía al personaje (que él eligió del sexo masculino) dando saltos de plataforma en plataforma, mientras destruía "fantasmas" o comía y engordaba con los puntos o las bonificaciones. Sólo cuando la máquina le daba un respiro, al cambiar de escenario o cuando perdía en el juego, Julio dejaba de pulsar los botones y apartaba la atención de la pantalla de la máquina para mirar hacia los parroquianos del bar. Durante todo el tiempo que estuvo jugando no habló con nadie ni interactuó con otros chicos o chicas de su edad que estaban entrando y saliendo del bar y jugando en el exterior. Durante el juego no pronunció ninguna exclamación verbal. Sólo cuando perdía la partida golpeaba los mandos de la máquina con cierta exasperación.

Ficha observación 011

Situación de observación: Pueblo de la zona rural de Castilla y León. León (zona Bierzo). Habitantes del pueblo: 6000 personas. Uno de los bares del pueblo. Domingo por la mañana. Máquina recreativa instalada en el local.

Título del videojuego: según los videojugadores se llamaba "Los hermanos wonders"

Jugadores: Pedro, 6 años y Jaime, 7 años.

Fecha: domingo 9 de noviembre de 2003.

Duración de la observación: de 12 a 12,45 horas.

Estructura del juego: Juego arcade consistente en plataformas que tiene que ir pasando el protagonista. Tiene colores vistosos y los personajes y el escenario parecen dibujos animados. El juego consiste en ir pasando por diferentes escenarios o plataformas en las que te atacan "monstruos", a cual más estrafalario y pintoresco (con una imaginación del dibujante o guionista desbordante), a los cuales hay que sortear o destruir.

Comentario de la observación: Durante el tiempo que duró la observación (unos cuarenta y cinco minutos) los dos chicos jugadores compartían el uso de la máquina. Cada uno de ellos pulsaba uno de los mandos. Estaban tan ensimismados en el videojuego y era tan rápido el ritmo con el que tenían que responder a los constantes estímulos que surgían en la pantalla que no tenían tiempo más que para lanzar algunas expresiones del tipo "mátalo", "me ha dado", "dale, dale",... Su proximidad física les hacía estar en contacto permanente, pero parecían comunicarse a través de la pantalla de la máquina recreativa, reaccionando y dirigiendo interjecciones al otro compañero en función de lo que sucedía en el videojuego. Cuando se cansaron de jugar dejaron que otro chico mayor que estaba mirándoles continuara la partida y se fueron.

Ficha observación 020

Situación de observación: Casa familiar, en una sala de actividades para el ocio, en la que habitualmente juega el niño, situada en el piso superior de la vivienda. La habitación de unos 28 m² posee sofás, equipo de música, TV de 28", monitor de TV para la videoconsola, ordenador, piano, mesa de estudio y estanterías con libros y otros juegos.

Título del videojuego: Kingdom Hearts

Jugadores: Juan, 13 años. Hijo único de familia de clase media-alta; padre empresario y madre con título de grado medio (pero no ejerce profesionalmente) y que trabaja como ama de casa. Juan comienza 2º de ESO en un Centro Público.

Fecha: viernes 5 de septiembre de 2003.

Duración de la observación: de 15 a 17,15 horas.

Estructura del juego: Juego de rol. Se le preguntó al niño que describiera el juego y su comentario fue el siguiente: "El jugador tiene que recorrer distintos mundos de juegos clásicos (Aladino, Pinocho...), a través del Grupo formado por los Buenos ("Con corazón" *sic*) que luchan contra los malos ("Sin Corazón" *sic*). Tiene armas y una nave como medio de transporte que se puede diseñar. Maléfica intenta capturar a las siete princesas y el jugador tiene que cerrar las puertas de cada uno de los mundos". Los dibujos son una mezcla de Manga (Protagonistas) y Disney. La ambientación es similar también a Disney. Grandes palacios, colores vivos y bien combinados, y destellos de luz para destacar agilidad de desplazamientos.

Desarrollo del juego: Juan juega en varios "mundos", saltando de unos a otros, apenas surge una dificultad.

Mundo: Bastian Hueco I. Mientras juega, Juan va explicando que "Ricu – en realidad es Riku- fuerte y machote....el mayor, hermano de Kainy -en realidad se llama Kairi-, tiene que ir a rescatarla de los sin-corazón porque está secuestrada. Maléfica se acerca a él en un turno de juego y le dice que si quiere rescatar a su hermana tiene que convertirse en sin-corazón y él acepta. Se convierte entonces en Amsen. Amsen se encuentra con un grupo de los sin-corazon y lucha contra ellos, utilizando artes marciales". El niño controla con rapidez los mandos de la videoconsola adoptando gestos de tensión agresiva: espalda recta y acercamiento al agresor, atención centralizada en la tarea, ojos abiertos, mandíbula apretada, hasta que los vence. Entonces se relaja: se apoya en el sofá, distiende los músculos faciales y de los brazos, y sigue con la descripción del videojuego. "Ahora maléfica va a aparecer como un dragón y en este momento Amsen invoca al genio que es

fuerte y poderoso". En la pantalla sale por escrito el diálogo entre ambos. El niño pasa de pantalla..., y sigue comentando "Sora destruye al dragón y a Amsel..., y pasa de mundo".

Mundo: Olimpo. "En este mundo –continúa Juan-, Sora, amiga de Ricu, destruye al dragón y a Amsel. Sora creo que es chica, pero no sé muy bien si es chico o chica porque es igual que Ricu". En la pantalla se ve a Sora luchando encarnecidamente con el dragón. El niño vuelve a adoptar los mismos gestos de ataque pero, en este caso, vence el dragón. Gesto de desánimo: ¡Bah! Y, posteriormente de aceptación de la derrota. Abandona.

- Te enseñó Raiman (pregunta ilusionado).
- Me gustaría que profundizáramos más en Kingdom –responde la investigadora-
- ¿Y el Señor de los Anillos?, -insiste él, intentando motivar a la investigadora. Saca el videojuego, mostrando la carátula y hace ademán de ir a ponerlo.

Viendo que no es posible continuar con el videojuego, puesto que su atención ya se ha dispersado, se intenta conocer su relación con los videojuegos en general.

En vacaciones juega todos los días, sólo, aquí en casa. A veces, viene algún otro niño. Cuando tiene clase, suele jugar los viernes y sábados, dependiendo del estudio. Busca cubrir su tiempo de ocio cuando tiene que estar en casa, pero prefiere salir.

Comentario de la observación: Da la impresión de tener un conocimiento sumamente ligero del juego, a pesar de simular bastante dominio del mismo. Se identifica con Riku, personaje que le atrae por su fuerza, agilidad, bondad de corazón. Está mucho más pendiente de enseñar los múltiples juegos que tiene, que de jugar. Su forma habitual de jugar implica que cuando aparecen resistencias, abandona. Utiliza los videojuegos no tanto por su atractivo intrínseco, sino más bien como forma de relacionarse con otros chicos de su edad (para él es impensable que sea un vehículo de relación con las chicas), dado que son algo que está de "moda" en su ambiente. Se le preguntó expresamente si jugaba con chicas y dijo inmediatamente que ninguna jugaba. Finalmente, no se observan signos de excesivo entusiasmo y sí un modo de pasar el tiempo menos aburrido.

Ficha observación 013

Situación de observación: Campeonato de Counter-Strike en una sala de juego con conexión a Internet. Es un bajo de un edificio, con una gran ventana que ilumina los primeros puestos, pero todos los demás quedan en la sombra, especialmente los que están haciendo esquina en el local. Tienen 64 puestos de juego, con conexión a Internet. Las personas que atienden el local son dos chicas y dos chicos que se van turnando. Asistimos al campeonato que se celebró en el mes de octubre de 2003.

Título del videojuego: Counter Strike

Jugadores: Ocho equipos de ocho personas cada equipo, de edades comprendidas entre 14 y 25 años.

Fecha: domingo 26 de octubre de 2003.

Duración de la observación: de 16 a 21,35 horas.

Desarrollo del juego: Cada equipo tenía que eliminar a sus adversarios hasta que sólo quedaran dos de ellos, enfrentándose entre sí. Sólo uno de ellos, finalmente, podía alzarse con la victoria derrotando (matando) a sus enemigos.

Comentario de la observación: Los y las encargadas de la sala nos comentan que habitualmente vienen chicos y que sólo excepcionalmente entra alguna chica a jugar. La edad de los videojugadores que observamos oscila entre los 14 y los 25 años.

La regulación de las actividades que se realizan en este tipo de centros recreativos, al decir de las personas encargadas, está más relacionada con todo lo referido a la publicidad (prohibición de insertar publicidad en los juegos) y otras actividades paralelas (consumo de alcohol, tipo de competiciones organizadas...) que con el propio uso de los videojuegos, puesto que nadie parece controlar qué personas utilizan determinado juego.

Los videojuegos que se ofertan en la sala son elegidos por el dueño y los/as encargados/as en base a criterios personales, que responden, según ellos y ellas, a la demanda de los "clientes". En este sentido, los/as encargados/as de la sala, nos dicen que "los videojuegos más jugados son Counter-Strike y Half-Life".

Esta observación se centra en el campeonato de Counter-Strike, aunque esta ciber sala fue visitada en más ocasiones para hablar con los encargados y las encargadas, de cara a solicitar la visita durante el campeonato. Du-

rante estos tiempos de estancia se observó también a los chicos que jugaban (nunca vimos a ninguna chica jugando) y especialmente a aquellos que jugaban a este videojuego, que parecía ser el más demandado.

Durante el campeonato se observó que todos los finalistas eran chicos. Aunque alguna chica participó en algún equipo, ninguno de ellos llegó a la final. No hubo nunca ningún equipo formado sólo por chicas.

A lo largo del tiempo que duró el campeonato, la sala estaba llena, no sólo por los videojugadores que abarrotaban los puestos de juego, sino también por espectadores y espectadoras que habían venido acompañándoles. Predominaban los chicos, aunque había alguna chica que, según su propia expresión, "he venido acompañando a mi novio". Dos de ellas jugaban a este videojuego, pero sólo esporádicamente y otra era jugadora habitual pero de otros juegos, "menos de tiros", según sus palabras.

Durante el juego primaba la compulsividad en la interacción continua con los mandos y la atención centrada de manera absoluta en lo que se hacía (en la pantalla). Algunos chicos cuando se les "molestaba" o tenían que atender a otra cosa, se volvían de forma irritada contestando bruscamente. Al final del día quienes seguían compitiendo se manifestaban cansados y mucho más irritables, pero la concentración seguía persistiendo.

La interacción entre quienes ya no competían o que estaban allí por simple curiosidad o acompañando a los jugadores fue convirtiéndose en una cada vez mayor "camaradería". Dado que los jugadores estaban concentrados en la competición, las relaciones se fueron haciendo cada vez más comunicativas. Se comentaba sobre el videojuego, la competición, lo que cada uno era capaz de hacer, a dónde habían llegado, etc. Pero esto era habitual entre los chicos. Las chicas se relacionaban únicamente con el chico con el que habían venido, no entre ellas, ni con ningún otro chico. Al final del campeonato no había ya ninguna chica en la sala.

Ficha observación 016

Situación de observación: “Kedada”. Campeonato Internacional de Age of Empires en el Ciber “Laciana” de Villablino. Tienen 27 puestos de juego, pero han habilitado muchos más para esta competición. La han estado preparando durante cuatro meses y han conseguido reunir a los mejores jugadores/as del mundo durante dos días en lo que los propios videojugadores/as llaman una “quedada”. Los encargados son dos hermanos que llevan el ciber. Asistimos al campeonato que se celebró a lo largo del fin de semana del 15 y 16 de noviembre de 2003.

Título del videojuego: Age of Empires

Jugadores: 50 jugadores y 6 jugadoras. Entre 12 y 40 años. Procedentes de diversos países, aunque la mayoría de España. Estaban el campeón mundial de este juego (coreano), el subcampeón mundial (también coreano) y el campeón de España. De las 6 jugadoras que participaban todas eran españolas, de diferentes comunidades autónomas.

Fecha: domingo 16 de noviembre de 2003.

Duración de la observación: centramos la observación desde las 13 horas del domingo a las 16,45 horas. Se grabaron en vídeo algunas secuencias y se fotografiaron diversas situaciones.

Comentario de la observación: La sala estaba llena por los videojugadores/as que pululaban por los puestos de juego y por la sala (no salían del local pues fuera estaba lloviendo y hacía frío). No había espectadores/as. De las chicas que jugaban, cuando se desarrolló la observación, varias de ellas se dedicaban a “animar” y a vender camisetas.

Una de las participantes en este campeonato lo definió como “kedada”. Cuando le pedimos que nos explicara este término, refirió que son encuentros entre jugadores/as de diversas partes de España o del mundo para jugar a un determinado videojuego o para participar en un campeonato concreto. El campeonato se organiza a través de internet, que suele ser el medio habitual de comunicación para concretar el sitio, la fecha y los pormenores de la “kedada”. Que a veces salían fenomenales, y a veces “eran un auténtico fiasco”.

Todos los finalistas eran chicos. Dado que el campeonato estuvo dominado rápidamente por los dos campeones internacionales y por el campeón de España, los ordenadores que iban quedando libres eran utilizados por algunos de los que allí estaban para jugar a otros videojuegos. El ambiente del

local era informal y con cierto desorden, pues algunas personas habían estado el sábado allí encerrados y la noche, prácticamente sin dormir.

Es curioso constatar el papel que progresivamente fueron asumiendo las chicas que estaban en el local, tal como nos comentaron ellas mismas. Dado que fueron derrotadas rápidamente se fueron agrupando entre ellas (excepto dos que seguían participando en partidas esporádicas) y se dedicaron a decorar camisetas de promoción que luego repartían.

Pudimos observar que el rol más frecuente que desempeñaban los chicos respecto a las chicas era o de seducción o de protección. Cuando le preguntamos a uno de los campeones –de Corea- qué tal había sido su partida con una de las chicas, comentó en perfecto inglés: “no la machaqué mucho porque era chica y no quería ensañarme”. “De hecho ninguna chica llegó ni siquiera a los cuartos de final” nos comentó otro de los jugadores.

Ha sido sorprendente observar cómo jugaba el campeón del mundo de Age, es sorprendente las pulsaciones de teclado y ratón simultáneamente que era capaz de alcanzar en apenas un segundo. Era casi hipnótico mirar su constante tableteo sobre el teclado.

Ficha observación 06

Situación de observación: En casa particular.

Título del videojuego: LOS SIMS

Jugadora: Niña de 10 años, con buenas notas académicas.

Fecha: domingo 23 de noviembre de 2003.

Duración de la observación: desde las 17 a las 19 horas.

Contexto de la observación: La niña observada vive en la zona rural. El juego que más le gusta es "Los SIMS", de los cuales tiene 5 versiones. De estas a la que más suele jugar es a la expansión denominada "Animales a raudales" porque aparecen muchos animales. Lleva 3 años jugando a este juego. Se le preguntó sobre otros juegos con los que jugara habitualmente y contestó que únicamente juega con el de *Harry Potter*. Normalmente juega sola, ya que al estar alejada físicamente de sus amigas, éstas no suelen jugar con ella en su casa. No obstante, cuando lo hacen juegan a este juego, Los Sims. Sus amigas también juegan a este juego. Suele jugar los martes y los jueves "un ratito", porque los fines de semana está fuera de casa y los demás días tiene que estudiar. Es un tiempo estipulado por la familia.

Comentario de la observación: Le gusta los SIMS porque los y las protagonistas hacen muchas cosas: se bañan, cocinan, tienen niños, se casan, ligan... Elige como protagonista para jugar una chica porque se parece a ella. Le gusta elegir chica sola, no chica y chico, porque si no, "me dan mucha lata, tengo que andar detrás de los dos".

"También se pueden tener hijos, pero yo quiero que sean como yo [se refiere a ser niños/as dado que ella tiene 10 años], si no tengo que estar todo el rato acunando a los bebés,... Si no los cuido bien, lloran mucho y me los lleva la Asistente Social".

Refiere que hay protagonistas hombres y protagonistas mujeres, pero todos y todas "son muy guapos, tienen ropa muy bonita y casas grandes y bonitas". Insiste, tras una pausa mientras juega, "los hay de todo tipo morenos rubios...etc., pero todos y todas son muy guapas".

Lo que más le gusta de los personajes es su cara y su ropa.

Cuando la investigadora le pregunta si hay algo del juego que tenga relación con su mundo, la niña dice que "el juego se basa en la realidad.

Hay casas, la gente se pelea, está contenta o está triste, es como en la realidad”.

Mientras juega va explicando lo que hace y afirma que los personajes tienen que estar siempre contentos, para tener éxito en el juego. Ante la pregunta de la investigadora para ver qué hace cuando están decaídos, responde que “cuando están tristes hay que animarlos con juegos, en casa de los Sims tienen juegos para ello; es lo mismo que hago yo cuando estoy triste”.

Como se puede percibir el aspecto que más resalta la niña es la similitud entre la vida suya y la del juego. Se siente identificada con la protagonista que ha elegido y proyecta en ella sus deseos.

El aspecto que más resalta es que “se pueden comprar cosas, muchas cosas”. Y esto es algo que le gusta especialmente.

Ya ha pedido la nueva expansión de juego para Reyes: *Los Sims Magia Potagia...*, y ahora en consola. Comenta que está informada de todas las novedades que salen sobre este juego.

La actitud que mantiene durante todo el juego es de una atención constante y sus frases, que son respuestas a las preguntas de la investigadora, son entrecortadas, sin apartar los ojos de la pantalla en ningún momento.

Ficha observación 010

Situación de observación: Espacio no habitual de videojuegos. Sala de la Universidad que se utiliza como "laboratorio". Se busca un lugar fuera del contexto habitual en el que la persona que se va a observar no tiene la costumbre de actuar.

Título del videojuego: Zelda

Jugadora: Chica de 23 años, jugadora habitual de videojuegos.

Fecha: jueves 4 de diciembre de 2003.

Duración de la observación: de 16 a 20 horas.

Contexto de la observación: La sala en la que se va a desarrollar la observación dispone de un televisor de gran formato. La persona observada aporta la consola y las conexiones a la pantalla. Asisten dos miembros del equipo investigador y la persona observada. Es estudiante universitaria. De familia española, emigrante en Francia, donde ella nació. Actualmente tienen un negocio en España.

Desarrollo de la observación: Comenzamos por presentarnos y explicar a la chica el objetivo de la sesión. Nos pregunta si tiene carácter evaluativo y nos traslada su preocupación por el fracaso en la "prueba". Aclaremos el carácter exploratorio de nuestro estudio y le agradecemos de antemano su colaboración. Una vez establecido el acuerdo, la persona que va a ser observada conecta el soporte que ha traído para su videojuego, en este caso es una consola de Nintendo, de la que nos aclara que aunque es muy antigua, le resulta muy útil, de hecho, dice, la ha comprado de segunda mano aunque ya en el mercado es imposible encontrarla.

Comentario de la observación: Durante el tiempo que ella emplea para conectar el juego, calibrar los colores de la televisión, elegir el jugador, etc., resulta difícil establecer una comunicación medianamente fluida. La atención de ella se centra en establecer esos detalles del juego. Se muestra un poco contrariada debido a que el monitor no tiene los colores deseados. Por un momento considera la posibilidad de no jugar es esas condiciones. Resulta reiterativa explicándonos cual es su jugador, intentando dejar claro que es el suyo el que más niveles ha avanzado dentro del juego.

Investigadora: ¿Me cuentas la historia, de que se trata el videojuego?

Jugadora: "Mira, todo se desarrolla en un pueblo llamado Pokiri donde todos los niños y niñas son como Peter Pan, no crecen nunca. Y cuando

crecen el resto de los niños y niñas ya no los reconocen. Todos nacen con un Hada que les protege; pero Link que es el protagonista nació sin ella. Un día un Hada se le aparece y le encomienda salvar a la Princesa Zelda”.

Investigadora: ¿Por qué has elegido este videojuego?

Jugadora: “Desde que lo vi me gustó, No lo sé, te hace pensar. Hay que buscar cosas, descubrir mundos, hacerte una estrategia. Es muy interesante”.

Investigadora: ¿Desde cuando lo juegas?

Jugadora: “Hace mucho tiempo. Imagínate que esta nintendo se la compré a mi primo para poder jugar. Ya es muy vieja y está rota, y claro, en el mercado ya no la sacan; pero a mí es que me encanta. Y yo juego desde los 8 años. No empecé antes porque mis hermanos no me dejaban jugar. Decían que no sabía. Por eso me compré la consola. Ellos me decían que para qué la quería si no sabia jugar. ¡Y ahora!, juego mejor que ellos mil veces. Fíjate cuantas cosas tengo y en que nivel estoy y mira ellos, fíjate.

Nos muestra el estado en que se encuentra su juego. Es evidente la superioridad en cuanto a nivel y a objetos alcanzados durante el juego. Hay que aclarar que sus hermanos son mucho más pequeños que ella.

Investigadora: ¿Cuánto tiempo y cuándo sueles jugar?

Jugadora: “Bueno juego poco, los fines de semana y si estoy muy enganchada una horita antes de cenar durante la semana”.

Investigadora: ¿Qué es lo que más te gusta en el juego?

Jugadora: “Me gusta porque tiene toda una historia, un mundo entero”.

Se calla aquí. Ha llegado a una zona “conflictiva” y se ha encontrado con un adversario. La jugadora se pone expectante cuando el personaje acecha a un enemigo, no sólo mueve el joystick sino también el cuerpo. Se mueve con el personaje. El personaje principal resulta eliminado en este encuentro. El rival lo aplasta con una maza. El indicador es un destello rojo que simula sangre aunque no son las “tradicionales” manchas.

Investigadora: ¿Cuando te matan sale sangre, no?

Jugador: “No, no, eso no es sangre. Aquí no sale sangre. Y eso me gusta porque los juegos violentos no me van. Aquí lo único que se destruyen son unas plantas y es porque tienes que coger energía”.

Se ve que el protagonista, con una espada, corta de cuajo todo un jardín que tiene a su alrededor. Automáticamente aumenta la línea de la vida.

Aún cuando el personaje muere aplastado “literalmente” por el mazazo de su rival la jugadora no considera violento el juego en ninguno de los niveles, ni acciones o situaciones que se desarrollan en el mismo. La sustitución de la sangre por un destello rojo con claras similitudes en cuanto a color (rojo sangre) y forma (de manchas) impide a la jugadora su asociación consciente con la sangre, y por ende, clasificarlo con una situación violenta.

Investigadora: ¿Aparecen personajes femeninos en el juego?

Jugadora: “No. Bueno la princesa Zelda. Bueno es que solo aparece al principio y al final. Y nada más. ... Ah no, también la que cuida las gallinas. Y en el pueblo hay algunas”.

Es sorprendente como la jugadora no tiene consciencia de la eterna ausencia del personaje que le da nombre al videojuego y, de alguna manera, el “centro” de la historia. Se crea en la jugadora una ilusión de presencia con relación a la figura femenina que en la práctica no se evidencia. La jugadora concientiza este hecho por razonamiento externo, una vez cuestionada por la investigadora reflexiona sobre el tema.

Ante la petición explícita de la investigadora, busca en el juego los lugares donde aparecen los personajes femeninos. Crea situaciones con el personaje para que veamos la función que desempeñan. Aparece una tienda donde la vendedora está dormida hasta que llega el cliente. La cuidadora de gallinas a la que le produce alergia las plumas de aves, y el Hada que “da vida” cuando el personaje está a punto de morir. Esta última aparece en ropa interior, liguero, botas altas y pelo rojo largo y vaporoso.

Investigadora: ¿Que te parece la imagen que han diseñado para esta Hada?

Jugadora: “No me había fijado. La verdad que está un poco, así... vamos que no parece una Hada. Es que son un poco machistas a veces los videojuegos; pero bueno este no, vamos, que yo vea”.

El Hada, sustituida en apariencia por una streeper de espectáculos nocturnos, tiene como función “dar energía y vida”. No resulta difícil establecer una relación entre las funciones de ambos personajes. Parece pues que este videojuego estaba inicialmente diseñado por y para hombres, donde se asocia que la forma de “revivir” es asistir a un espectáculo erótico.

Investigadora: ¿Qué roles suelen tener los personajes femeninos en el videojuego?

Jugadora: “Bueno, están las hadas, también en la aldea aparecen lavando unas cuantas mujeres juntas, otras averiguando cosas y cuidando las gallinas”.

Los personajes femeninos tienen en este videojuego una clara función onírica y/o utilitaria. Zelda, la princesa “inspira” al protagonista en su andadura por el mundo, en cambio, nunca aparece ni le ayuda; ni siquiera tiene la posibilidad de brindar soluciones o al menos, un punto de vista a tener en cuenta. El resto aparece de relleno como auténticas “extras” con las funciones sociales asociadas tradicionalmente al género femenino: lavar en grupo, conversar en la aldea o cuidar de las gallinas (labor esta que se realiza sin mucho éxito debido a una alergia.). Finalmente “extras cotillas alérgicamente inútiles”.

Jugadora: “Si las cosas te van bien te dan regalos que son muy útiles, por ejemplo: Una bolsa de bombas, una gallina (ríe)”.

Investigadora: ¿Por qué ríes, te parece poco útil el regalo?

Jugadora: “No, es que mira. Aquí por ejemplo. Si maltratas una gallina, salen todas y te caen encima hasta que te matan”.

El sentido ecológico y su vínculo ético al concepto de justicia que plantea el videojuego es perfectamente asumido por la jugadora sin cuestionarse en ningún momento la coherencia del planteamiento. Se asume con cierta ligereza que la protección o supervivencia de una especie esté condicionada al castigo o muerte de otras: Si maltratas una gallina te matan; si necesitas energía puedes cortar todas las plantas. Las contradicciones en el planteamiento que el videojuego le plantea a la jugadora no generan conflicto en sus decisiones. Se asumen como válidas las opciones que se les brinda.

Por otro lado aún cuando “una bolsa de bombas” es considerada como un regalo por la jugadora sigue sin clasificar el videojuego como violento.

Investigadora: ¿Crees que tiene algún efecto los videojuegos sobre otras áreas de tu vida?

Jugadora: “No, no lo creo. No me creo lo que pasa dentro. Sé que es un juego”.

Investigadora: ¿Qué habilidades crees que desarrollas?

Jugadora: “La de búsqueda, la atención. Ah y musical, tienes que crear música para que Link llame con su Ocarina. Además aunque es trampa, si estoy muy enganchada busco por Internet trucos que me ayuden”.

Investigadora: ¿Sabes lo que es una Ocarina?

Jugadora: “Sí, ese caracol (nos lo muestra). Y me encantaría tener uno, es genial”.

Investigadora: ¿Ahora que tienes tu Nintendo juegas con tus hermanos?

Jugador: "No, ahora juego sola. Además me gusta jugar sola porque así no te molestan, no están en lo típico: ¡Déjame jugar!

Aún cuando verbaliza que en ocasiones está "enganchada" y dedica por ello más horas al videojuego o a la búsqueda de mejores alternativas de juego, la jugadora no considera que le afecte en otras áreas de su vida como pueden ser la realización profesional o la familiar.

Investigadora: ¿Qué valores y conductas crees que promueven los videojuegos?

Jugadora: "Creo que ninguna, eso que dicen, que si son violentos los chicos que lo juegan, no lo creo. Los chicos saben que es un juego".

Investigadora: Siempre te refieres a los chicos ¿Por qué?

Jugadora: "Porque aquí las chicas no juegan casi. En Francia sí, muchas. Pero aquí es como de chicos y no las dejan jugar ellos tampoco. Pero para las chicas también es como cosas de chicos y no se interesan".

El análisis de las habilidades, valores y conductas que desarrollan o generan los videojuegos se queda en un nivel superficial. No existe un análisis reflexivo y profundo del videojuego como hobby que le ocupa gran parte de su tiempo libre ya que se refieren a capacidades básicas, indispensables para jugar y no son habilidades que se desarrollan en el juego. Por otro lado, aun cuando pudiese estar "en el camino" de un buen análisis desde la perspectiva de género o violencia, no llega a configurarlo con todos sus matices y mucho menos a interiorizar el problema. De hecho, no lo vivencia como tal.

Damos por finalizada la sesión. Nos despedimos de la jugadora y le agradecemos su colaboración.

Ficha observación 08

Situación de observación: Espacio no habitual de videojuegos. Sala de la Universidad que se utiliza como "laboratorio". Se busca un lugar fuera del contexto habitual en el que la persona que se va a observar no tiene la costumbre de actuar.

Título del videojuego: Los Pitufos

Jugadora: Chica de 22 años, jugadora esporádica de videojuegos.

Fecha: jueves 11 de diciembre de 2003.

Duración de la observación: de 16 a 20 horas.

Contexto de la observación: Asisten dos miembros del equipo investigador y la persona observada. Es estudiante universitaria. Una vez establecida la negociación, la chica prepara el soporte que a traído para su videojuego, en este caso es una Game Boy que tiene la posibilidad de cargarse con varios juegos.

Desarrollo y comentario de la observación:

Investigadora: ¿Me cuentas la historia, de que trata el videojuego?

Jugadora: "Bueno, nada..., es muy sencillo. Son pitufos malos a los que tienes que matar para llegar al final. Tiene varios niveles y a medida que vas avanzando los obstáculos son mayores".

Investigadora: ¿Desde cuando lo juegas?

Jugadora: "Desde hace tiempo, antes jugaba más pero ya lo dejé. Cuando uno es chiquito juega mas; pero ahora ya no tanto".

Investigadora: ¿Cuándo y cuánto tiempo sueles jugar?

Jugadora: "Bueno a esto casi ya no juego; pero antes jugaba mucho con mi madre. Yo le dejaba los puntos que había sacado y ella me tenía que superar. Estaba bien porque se crea buen rollo".

Investigadora: ¿Por qué has elegido este videojuego?

Jugadora: "Porque son sencillos, yo los prefiero de estos infantiles. Los chicos siempre se ríen pero me gustan más. Yo por ejemplo con los de deporte, en lo que encuentro como funciona la moto, se me acaba el juego".

Investigadora: ¿Pero te gustaría jugar a esos videojuegos de deporte?

Jugadora: "Sí; pero la verdad es que no se me dan bien. Tienen que ser chicas como Karla (se refiere a una jugadora aficionada a los deportes en general y con una clara identificación con el llamado "mundo masculino") que le gusta todas esas cosas; pero a las demás, la mayoría no se nos dan bien".

La elección del juego que hace la Jugadora parece estar determinada en gran medida por el autoconcepto que tiene de sí como mujer y como jugadora de videojuegos. A partir de la percepción que tienen los chicos de los videojuegos más utilizados por las chicas (los consideran infantiles) y la consideración de que las chicas tienen menos habilidades para jugar videojuegos "más complejos", la jugadora ha creado un concepto de sí misma que no le permite enfrentarse a los videojuegos reconocidos por los usuarios como más difíciles o complejos. De esta manera la elección se ve mediatizada por este factor.

Volvemos al juego. Me comenta dónde tiene mayor dificultad y en ese momento presta más atención; pero mantiene un buen nivel de comunicación. Es muy extrovertida y quiere ahondar en el tema.

Investigadora: ¿Cómo los matas?

Jugadora: "Saltándoles encima. Tienes que matar todo lo que se mueva. Todos los regalos que te den los tienes que coger. En los regalos puede haber bombas y te pueden matar".

Investigadora: ¿te parecen violentos estos videojuegos?

Jugadora: "Estos no, la verdad. Pero hay otros que sí. Los de guerra y esos no me gustan, hay algo en ellos que no me resultan atractivos. Con los de Tomb Raider y Silent Hill igual. El de Sillent es espantoso. De todas formas si les quitaran violencia no los compraría nadie porque a los chicos les gusta la violencia".

Es evidente que la violencia está asociada a su manifestación más cruda, cruel o macabra. Matar pitufos es lo suficientemente "light" como para no clasificarlo como tal. El gusto por las situaciones violentas o por aquellas que las genere forma parte de la representación que tiene de la cultura masculina. Resulta alarmante el convencimiento de que es uno de los resortes del mercado. La violencia genera ventas.

Investigadora: ¿Me parece que no tienes claro el por qué; pero que no te gustan si está clarísimo para ti? ¿Es así?

Jugadora: "Exacto, no te lo sé explicar, es una sensación".

Investigadora: ¿Aparecen personajes femeninos en el juego?

Jugadora: "No, aquí todos son pitufos, aunque en los dibujos hay pitufas también, aquí no salen".

Investigadora: ¿Qué roles suelen tener los personajes femeninos en los videojuegos?

Jugadora: "Bueno las veces que aparecemos son para mal. Siempre salimos casi desnudas o exageradas de todo. Y eso discrimina a todas las que no somos así de guapas. Pero además las chicas no pueden tener esos cuerpos a no ser que se operen. Eso me parece fatal. De todas formas a los chicos les encantan, las idealizan como mujeres reales. Yo no lo había pensado antes pero desde que lo discutimos en clases de verdad que me he fijado y una cambia de perspectiva".

Investigadora: ¿Crees que esa sea una de las razones por las que sientes esa sensación de desagrado frente a algunos videojuegos?

Jugadora: "Pues mira, quizás sí. Es que en algunos no lo tenía claro, no te sabría explicar porqué. Creo que puede ser eso. Tienes razón".

La jugadora tiene claro a nivel de representación cuáles son los principios básicos en el tratamiento de la figura femenina que deben tener los videojuegos. Intercambiar argumentos y reflexionar sobre la vivencia de desagrado ha logrado que conceptualice lo que hasta ahora le resulta difícil sacar del plano de las emociones. El valor de la acción educativa se hace evidente en esta jugadora que reconoce que el debate e intercambio de puntos de vista nuevos o diferentes en las aulas resulta vital en el análisis crítico de la perspectiva de género de algunos videojuegos, así como, del cambio de las representaciones sociales y de género que puedan tener las personas adolescentes y jóvenes generadas o reafirmadas en consecuencia.

Investigadora: ¿Qué valores y conductas crees que promueven los videojuegos?

Jugadora: "Los valores a veces no son buenos. Por ejemplo yo no creo que el que esos que son de matar ancianas estén bien. La gente después no mata pero no sé, no me parece que eso sea un juego. Cuando los chicos juegan a esos juegos yo los asocio a la manera de pensar de ellos".

Investigadora: ¿Qué habilidades crees que desarrollas?

Jugadora: "En realidad ninguna. Es un entretenimiento porque lo que hace el personaje no lo haces tú. Quizás el tetris que tienes que pensar. Por ejemplo ahora a mi me gustan los de las máquinas. Ahí sí me pierdo porque voy con mis amigas y nos divertimos mucho. Hay uno por ejemplo que es el Shanghai. Es un juego de diferencia, el que primero las encuentre gana; pero es en pareja. O sea tú cooperas con el otro para que lo haga bien. Y nos lo pasamos muy bien. Esos me gustan".

Investigadora: ¿Crees que tienen algún efecto los videojuegos sobre otras áreas de tu vida?

Jugadora: “En mí no; pero en los chicos sí. Tengo un amigo que la madre tiene una tienda y yo cuando lo voy a ver casi ni me habla. A veces pienso que para qué voy a verle, está metido en el juego, tanto que se incomunica”.

La jugadora reconoce que el uso sin control de los videojuegos genera conductas que producen un coste emocional y/o social, que aunque ella no tiene claro su alcance, considera que es negativo. Resulta significativo en esta jugadora como reivindica constantemente el sentido lúdico y relacional del juego (juega en familia); la cooperación (le gusta ayudar a las amigas a ganar) como valor fundamental en el mismo y la competencia como elemento motivador, pero no fin último.

Investigadora: ¿Sabes de alguna anécdota “rara” o situación generada por el uso de videojuegos?

Jugadora: “Sí. Una vez llegó a mi clase una chica vestida como Lara Croft, idéntica. Todos la miraban como diciendo: ¡De que va ésta! Cuando le preguntamos nos dijo que: “...es chula la moda que impone”.

Investigadora: ¿Tú crees que imponen moda en los/las chicos/as los videojuegos?

Jugadora: “En las chicas no. Si hubiese más personajes femeninos quizás sí. Pero es más en los chicos, sobre todo en los peinados”. (Se refiere a los impuestos por algunos videojuegos en plan Beckham).

La jugadora reconoce que para los chicos los héroes de los videojuegos con frecuencia son referentes estéticos y de conducta. Y las heroínas el patrón de mujer deseada. Es evidente la potencialidad que tiene el mercado a través del aumento de la publicidad. En esta reflexión de la jugadora corroboramos la hipótesis de que los videojuegos son un medio de comunicación que trasmite normas, valores, conductas, representaciones, prejuicios, etc., mediatizan el desarrollo personal y social de las personas adolescentes y jóvenes. ¿Por qué si un peinado lo pone de moda un personaje virtual, un patrón de belleza, una estética en el vestir no lo puede hacer con otros elementos que también regulan la integración social?

Damos por finalizada la sesión. Nos despedimos de la jugadora y le agradecemos su colaboración.

Conclusiones de las observaciones

Además de los estudios de caso que se han sometido a observación y algunos de los cuales se han transcrito anteriormente, se han realizado igualmente observaciones de campo en contextos naturales en donde personas adolescentes y jóvenes juegan, venden, compran o intercambian videojuegos. Las conclusiones que exponemos a continuación hacen referencia a los hallazgos que hemos obtenido de todas estas observaciones.

Hemos constatado que en la venta y alquiler de videojuegos en las tiendas especializadas y en las grandes superficies, los comercios no realizan control ni clasificación de los productos. Por lo general, las tiendas suelen estar ordenadas por plataformas y géneros, independientemente de la clasificación por edades que presente cada uno de los juegos de la plataforma o género concreto.

La elección del juego varía dependiendo del sexo. Para las chicas parece estar determinada en gran medida por el autoconcepto que construyen como "jugadoras de videojuegos". Este autoconcepto se va generando tanto a partir de la visión que sobre ellas tienen los chicos, como en contraste con la elevada autoestima que tienen los propios chicos de sí mismos como jugadores. Éstos insisten, constantemente, en que las chicas tienen menos habilidades para jugar y que sólo se desenvuelven con agilidad en videojuegos "infantiles". Mientras que afirman que ellos son "muy buenos jugadores". De esta manera la elección se ve mediatizada por este factor.

La vivencia de los videojugadores y las videojugadoras muestra que no hay ningún tipo de conciencia clara sobre el sexismo de los contenidos de los videojuegos. Aunque en muchos videojuegos la figura femenina es la eterna ausente y que las mujeres "aparecen" omitidas o relegadas a planos de relación tan escasos como pobres en cuanto a matices, el/la jugador/a se crea una ilusión de presencia con relación a la figura femenina que en la práctica no se evidencia pues no recuerdan qué función tenía o en qué momentos aparecía. Esto confirma el que los personajes femeninos son piezas decorativas, de relleno, auténticas "extras" de las que se puede prescindir, sin que esto afecte realmente al juego.

Si no hay violencia muchos jugadores masculinos "se desenganchan", pues no les ofrece suficiente aliciente o atractivo. En este sentido, la violencia sigue asociada a su manifestación más cruda, cruel o macabra. El gusto por las situaciones violentas, o por aquellas que las genera, forma parte de la representación que se asocia a la cultura masculina. Esto mismo se podría aplicar a la competencia como aliciente y estímulo esencial de los videojuegos. El juego carente de estas dos características diferenciales no se ha considerado realmente como juego por parte de los chicos.

Análisis documental

Hemos revisado 14 títulos de revistas a lo largo de los diez últimos años (las que son estables, porque algunas han surgido recientemente y otras han desaparecido), centrándonos en los últimos tres años. Prácticamente son todas las que hay en el sector del mundo de videojuegos en español, que tienen una venta estable y que son accesibles a las personas adolescentes y jóvenes a través de los kioscos y tiendas de revistas en superficies comerciales.

A continuación ofrecemos una breve síntesis en forma de ficha de cada una de las revistas analizadas.



-Eslogan: "La revista para el jugador más exigente". "Sólo para adictos al PC".

-Temática: centrada en los juegos de PC.

-Páginas: Alrededor de 170.

-Precio: 3,95 €.

-Periodicidad: Mensual.

-Extras: 2 CD's con demos jugables.

-Equipo Editorial: compuesto por 3 mujeres y 5 hombres. La directora editorial es una mujer, el director de la revista es un hombre.

-En la calle desde: 1985, publicándose en distintas épocas y formatos.

-Edita: Hobby Press.



-Eslogan: "Entra en juego".

-Temática: centrada en los juegos de PC.

-Páginas: Alrededor de 150.

-Precio: 4,95 €.

-Periodicidad: Mensual.

-Extras: 2 CD's con un juego completo, demos jugables y utilidades.

-En la calle desde: 1999.

-Edita: Ixo publishing.



- Eslogan: "100 % revista independiente".
- Temática: juegos de PS y PS2.
- Páginas: Alrededor de 85 páginas.
- Precio: 1,95 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: 2 Posters de regalo.

-Equipo Editorial: 1 mujer y 6 hombres. La editora es una mujer, el director un hombre.

-En la calle desde: 1998.

-Edita: Editorial Aurum.



- Temática: Abarca todos los campos de la informática de personas usuarias, tanto en hardware como en software, con un pequeño apartado dedicado a los videojuegos de PC.
- Páginas: Más de 200.
- Precio: 2,98 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: CD-Rom con programas shareware y demos.

-Equipo Editorial: 1 mujer y tres hombres, además de muchos colaboradores y colaboradoras. El editor es un hombre, la directora una mujer.

-En la calle desde: 1996.

-Edita: América ibérica.



- Eslogan: "La revista de Playstation 2 y PSOne más vendida en España".
- Temática: juegos de PS y PS2.
- Páginas: En torno a 90.
- Precio: 2,99 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: Guías de juegos con trucos.

-Equipo Editorial: 1 mujer y 4 hombres. La directora es mujer.

-En la calle desde: 1999

-Edita: Hobby Press.



- Temática: juegos de PS y PS2.
- Páginas: En torno a 100 páginas.
- Precio: 5,95 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: 1 CD con demos jugables.
- Equipo Editorial: 2 mujeres y 1 hombre. La directora es una mujer.

-En la calle desde: 1996.

-Edita: ARI (Asociación de Revistas de Información).



- Eslogan: "La revista para usuarios de Playstation 2".
- Temática: juegos de PS2.
- Páginas: En torno a 100.
- Precio: 3,10 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Equipo Editorial: 4 mujeres y 9 hombres. El director es hombre. La editora una mujer.

-En la calle desde: 2000.

-Edita: MC Ediciones S.A.



- Temática: juegos de play station 2.
- Páginas: En torno a 100 páginas.
- Precio: 6 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: DVD-Rom con demos de juegos de PS2.
- Equipo Editorial: 5 hombres.
- En la calle desde: 2000.

-Edita: Grupo Zeta.



- Temática: centrada en los juegos de PS2, XBOX y Gamecube.
- Páginas: Alrededor de 100.
- Precio: 3,00 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: DVD.
- Equipo Editorial: compuesto por 2 mujeres y 13 hombres.
El director de la revista es un hombre.

-Edita: Grupo Zeta.



- Temática: juegos de consolas.
- Páginas: Más de 150 páginas.
- Precio: 2,95 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: Posters.
- Equipo Editorial: 4 hombres y una mujer (que es directora de arte).

-En la calle desde: 1991.

-Edita: Hobby press.



- Temática: juegos de pc.
- Páginas: En torno a 100 páginas.
- Precio: 3,95 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: Manuales de juegos.
- Equipo Editorial: 4 hombres y 2 mujeres (directora y directora de arte).

-En la calle desde: 2001.

-Edita: Hobby press.



- Temática: guías de play station 2.
- Páginas: Casi 150 páginas.
- Precio: 4,25 €.
- Periodicidad: indeterminada.
- Extras: ninguno.
- Equipo Editorial: 4 hombres y 1 mujer (la directora).

-En la calle desde: 1999.

-Edita: Hobby press.



- Temática: guías y trucos de pc.
- Páginas: En torno a 150 páginas.
- Precio: 6,95 €.
- Periodicidad: indeterminada, cada bastante tiempo.
- Extras: ninguno.
- Equipo Editorial: desconocido (probablemente el mismo de Micromanía).

-En la calle desde: 2001.

-Edita: Hobby press.



- Temática: guías y trucos de juegos de Nintendo.
- Páginas: En torno a 100 páginas.
- Precio: 4,95 €.
- Periodicidad: Mensual.
- Extras: ninguno.
- Equipo Editorial: 3 hombres y 1 mujer (la directora de arte).
- En la calle desde: 1992.

-Edita: Hobby press.

El eje central de las páginas de la mayoría de estas revistas es el comentario de diferentes videojuegos. Entre un 20% y un 30% del espacio de la revista está destinado a publicidad relacionada con los ordenadores y los videojuegos. Hablan a los lectores como si se trataran de una "secta de adictos" ("sólo para adictos" *Micromanía* 100, 7). Los artículos son cortos (casi encabezados de noticias y algún comentario breve) y con un lenguaje directo y sencillo, dirigido a un público adolescente y juvenil.

El perfil del público al que se dirigen estas revistas coincide con el perfil de aquellos considerados usuarios habituales de videojuegos (hombres en su inmensa mayoría, generalmente entre los 14 y los 30 años).

El auge de la comunicación y difusión de información vía Internet ha provocado que la mayoría de estas publicaciones creen su propia versión digital, así como que aparezcan otras muchas de formato exclusivamente Internet. Las versiones on line son algo diferentes de sus hermanas impresas (incluso suelen ser realizadas por diferentes equipos de trabajo), pues tienden a ser un complemento de aquéllas, un suplemento que añade agilidad e inmediatez de información, posibilidad (en algunos casos, no en todos) de jugar o probar on line algunos juegos, así como diversas posibilidades de interacción entre los/as propios/as lectores/as y con la revista, uno de los elementos sobre los que se fundamenta el éxito de estas revistas virtuales.

La mayoría de las imágenes sobre creadores/as, diseñadores/as o personajes reales relacionados con los videojuegos, que son reseñados en estas revistas son hombres. Por ejemplo, en la revista *Micromanía*, cuando describen cómo trabajan haciendo una "review" de un juego (es decir, un comentario del mismo) se describen a sí mismos como "jugadores que escribimos para jugadores" y al poner las fotos de los "expertos" que hacen esas "reviews" son todos hombres. O en la revista *Hobby Consolas*, tanto el director de la misma como el equipo de redacción son todos hombres. O en *Computer Hoy Juegos*, donde los tests de los videojuegos los hacen hombres (como se ve en la fotografía donde se muestra al equipo que los hace), aunque la directora y la directora de Arte sean mujeres.

Las imágenes de personas que acompañan al comentario de los videojuegos y que son extraídas de éstos para ilustrarlos, mantienen una estructura repetitiva. La imagen de los hombres se presenta frecuentemente con una musculatura espectacular, especialmente resaltada en los brazos, y con cara de pocos amigos (gesto hosco, adusto, mirada fría y corte de pelo casi al estilo militar); es el estilo de hombre duro y "macho". En posiciones de combate o competición y con una actitud activa, que propicia a identificar al futuro jugador del videojuego con él, como protagonista.

En cuanto a la imagen de las mujeres, es sorprendente el gran número que aparecen acompañando los comentarios de los videojuegos. Sorprende esto inicialmente, dada la poca proporción de personajes femeninos que encontramos en los mis-

mos. Pero deja de extrañar cuando analizamos más detenidamente la finalidad que tienen. La mayoría, ya sean protagonistas o no, aparecen semivestidas o semidesnudas realmente. Algunas aparecen desnudas completamente, aunque en las imágenes más pequeñas de las revistas. Con grandes escotes, con unos pechos descomunales que se dejan entrever a través de los tops casi transparentes que llevan. Con pantalones tan ajustados a unas caderas redondas que parecen una segunda piel, o con minis con aberturas laterales que dejan entrever la ropa interior. Eso sí manteniendo la moda de dejar la barriga al aire y un tatuaje. Aunque vayan armadas hasta los dientes y su papel sea matar al personal, irán con uñas largas y pintadas, labios sensuales y perfilados por la pintura, así como el último peinado de moda. O bien aparecen en posturas pasivas, que son las imágenes más frecuentes de las revistas, como princesas del erotismo cautivas por el enemigo a batir, o como ingenuas turistas desnudas en la playa tomando el sol esperando que las salven de una amenaza terrible.

Según el estudio realizado por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU en el 2003 (aparecido en una noticia en <http://www.noticiasdot.com/> el 25 de febrero de 2003), tras analizar durante varios meses los números de cuatro revistas especializadas, denuncian que en sus páginas se han detectado comentarios que resaltan, en su opinión, "la violencia gratuita, con marcado carácter sexista y fotos de mal gusto".

Parece que la finalidad de todas estas imágenes de mujer en las revistas de videojuegos es vender. Se juega con el desarrollo sexual de las personas adolescentes y jóvenes, público mayoritario que accede a este tipo de revistas. Y utilizando el "reclamo" del llamativo sexual como forma de atraer la "mirada" de estos chicos hacia determinados videojuegos. Mantienen así los estereotipos más rancios del machismo, reproduciendo una visión de la mujer que contribuye a que las chicas se vean a sí mismas como reclamos sexuales (para lo cual tienen que parecerse cada vez más a Lara Croft) y a los chicos como tipos duros que tienen que hacerse valer por su agresividad y dureza.

¿Cómo vamos a pedir a las escuelas que trabajen la educación emocional, si lo que están viviendo las personas jóvenes diariamente es justamente lo contrario? ¿O es que quedan bien los discursos sobre ello, pero la práctica real la dejamos en manos de las empresas de medios de comunicación?

Parecen revistas hechas por hombres y para hombres. Al igual que los videojuegos. Todos mantienen las mismas "reglas no escritas" que implícitamente asumen los lectores y lectoras y los redactores y redactoras. Los redactores y redactoras alegan que ofrecen el producto que el cliente o la cliente demandan. Pero la pregunta es: ¿el o la "cliente" lo demanda o creamos la demanda del cliente y la cliente?

En *Game Live PC* (2003, nº 33, 19), se puede ver la relación de ganadores/as al concurso "Tomb Raider: El ángel de la oscuridad" que la revista publicó en el

número anterior. Repasándola, comprobamos que hay 9 chicos ganadores y 1 sola chica, dato significativo que no puede ser atribuido a la casualidad, sino al hecho de que los principales consumidores de estas revistas especializadas son chicos y que ellos se implican más.

Después de hacer un seguimiento de diversas revistas a lo largo de 10 años, desde el año 1994 al 2004, incluidos ambos, podemos afirmar que los comentarios y el análisis de los videojuegos siguen manteniendo los mismos estereotipos y valores. No han cambiado en lo fundamental.



Roadkill. Terminal Reality

Siguen estableciendo una relación proporcional entre la violencia de un juego y su calidad. Los comentarios de *Hobby consolas* en el año 94 sobre el videojuego *Mortal Kombat II* exaltan su espectacularidad porque es “sobre todo más sangriento”, igual que la revista *Super Juegos* que afirma que es un “título genial, es una exaltación de la violencia más absoluta que jamás hayamos podido imaginar”. En el año 2001, siete años después, la revista *Game Boy* valora el juego *Batman of the future* porque “consiste en avanzar corriendo e irse cargando un mogollón...”; la revista *Juegos & Cía* considera que es fenomenal el videojuego *Quake Arena* porque consiste en “superar las misiones acabando con todo lo que se mueva” y la revista *Game Over* valora extraordinariamente el juego *Giants* porque propone como estrategia “comértelo, quemarlo, ahogarlo o enterrarlo, tú eliges”. Y en el año 2003, tres años más tarde, las cosas siguen igual. *Play2 Obsesion* dice sobre el videojuego *Roadkill*, “los peatones, es que son la monda: se quedan enganchados a tu paraques y se dejan arrastrar por las calles agitándose frenéticamente como pecillos recién pescados” o comentarios del tipo “corazoncitos: eso es lo que debes contestarle a tu mamá cuando te pregunte qué es eso rojo de la pantalla”. Del videojuego *Manhunt* apuntan “jamás habíamos visto tal despliegue de violencia gratuita en un videojuego. Es como si estos tipos hubieran decidido crear un *Grand Theft Auto* sin vehículos, pero dándonos a cambio todo un recital de vísceras y salvajismo. (...) *Manhunt* te mostrará las muertes más crueles desde *Mortal Kombat* (...) podría gustarte porque... te gusta la violencia extrema y piensas en la gente como posibles víctimas. Podría no gustarte porque... lo tuyo es el Flower Power, los juegos de Winnie the Poo y ver Embrujadas” (*Play2 Obsesion*, 2003, nº 36, 38-39). En este mismo tono irónico y despectivo ante las posibles críticas a esta violencia sin sentido se expresan los comentaristas de otra revista: “por fortuna podemos descabezarlos cual pollos en un matadero de un certero disparo de escopeta... tan poco agradable como el resto de asesinatos, vamos. Desde luego, *Manhunt* no es un proyecto para todos los públicos, y no nos extrañaría que levantara numerosísimas ampollas entre los sectores más conservadores de la sociedad española” (*Planet Station*, 2003, nº 59, 39). Sólo son “progresistas” los que se divierten con la violencia indiscriminada, parece ser. Estas son sólo una pequeña muestra de lo que se valora y se exalta de los videojuegos.

Lo mismo podemos decir de la imagen de la mujer que presentan. Para anunciar o comentar cualquier videojuego aparece inevitablemente el "reclamo" de una mujer con rasgos exuberantes y ropa mini ajustadísima destinadas a atraer a un público eminentemente masculino. Los comentarios sobre ellas siempre van acompañados de adjetivos calificativos sobre su belleza física o su apariencia externa: "Ashlin. Éste es el bombón que Jak conoce" (*Play2 Obsesion*, 2003, nº 36, 25); "si en el primer *Headhunter* el bueno de Jack Wade se buscaba una compañera con una belleza totalmente clásica como Angela Stern, en *Redemption* contará con la ayuda de Leeza X, que si bien no es menos atractiva es... digamos... un poquito más... alternativa" (*Planet Station*, 2003, nº 59, 25), "una protagonista la mar de atractiva y glamurosa" (*Play2 Obsesion*, 2003, nº 36, 37), etc., etc., etc.

En conclusión podemos decir que el contenido de las revistas de videojuegos, en relación a la publicidad de los videojuegos, tienden a ensalzar el componente sexista y violento de los videojuegos como un elemento lúdico y atractivo del mismo juego. Es más, como dice Amnistía Internacional (2001) en su informe, estas revistas no fomentan de ninguna manera el uso de videojuegos como herramienta fundamental para la educación en valores. Al contrario, a veces se ridiculizan o minusvaloran las críticas o se fomentan claramente las violaciones de derechos humanos con el argumento de que los videojuegos quedan en el ámbito de la ficción.

En este sentido, *Amnistía Internacional* (2001) considera que, dentro del respeto a la libertad de expresión, la publicidad y los contenidos de las revistas especializadas en videojuegos deben guiarse no sólo por razones comerciales o técnicas, sino que también deben fomentar la educación en valores relacionados con el respeto al derecho del menor y al "interés superior del niño", según marca la Convención sobre Derechos del Niño. "La regulación de la publicidad de los videojuegos en estas revistas debe también contemplarse dentro del Código de Conducta y, mientras tanto, en cada descripción de videojuego debe establecerse claramente y de forma destacada y uniforme la edad a la que se recomienda dicho videojuego. Además, debe señalarse claramente en la portada de la revista si el contenido de algunos de los artículos, fotos o elementos interactivos puede dañar la sensibilidad del lector. Fomentar las torturas, matanzas y ejecuciones como un elemento lúdico indispensable en los videojuegos no puede ser una de las constantes de las revistas especializadas al describir un videojuego".

Parece, pues, que las cosas han cambiado poco a lo largo de los últimos años, a pesar de los informes críticos de los organismos internacionales, y de las investigaciones realizadas en las que se denuncia la reiterada exaltación de este tipo de contenidos sexistas y violentos.



Capítulo II

Conclusiones

Capítulo II: Conclusiones

En este capítulo desarrollaremos las conclusiones generales a las que hemos llegado tras la investigación y como síntesis de los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos de análisis. De esta forma triangularemos técnicas de carácter fundamentalmente cuantitativo (cuestionario) con aquellas que nos aportan una visión más cualitativa y en profundidad (observación, análisis videográfico, entrevistas, estudios de caso, etc.).

A veces se acusa a las investigaciones académicas sobre videojuegos de que se hacen sin un auténtico conocimiento del objeto de investigación. Hemos leído en numerosas webs de aficionados y aficionadas a este mundo que los expertos y expertas hacen críticas sin haber jugado nunca a un videojuego. Por eso queremos advertir que no ha sido este el caso. Hemos querido dar gran relevancia al análisis de los propios videojuegos jugando con ellos y conociendo su dinámica “por dentro”, como se ha visto en el apartado dedicado a ello. La finalidad de esta investigación ha sido analizar la visión sobre el género que transmiten los contenidos de los videojuegos, por eso era necesaria esta “inmersión”.

Desde esta perspectiva es desde la que hemos llegado a las conclusiones que a continuación exponemos.

Se aprende con los videojuegos

Por supuesto que se aprende con los videojuegos. Es la **primera conclusión** a la que hemos llegado. La mayoría de los videojuegos son o pueden ser fuente de aprendizajes para los/as usuarios/as de los mismos.

Pero que una determinada experiencia facilite un proceso de aprendizaje no es suficiente para considerarla sin más algo positivo o adecuado. Para ello hay dos preguntas cruciales que debemos responder:

- ¿qué es lo que se aprende?, y
- ¿lo que se aprende es lo que queremos que la juventud aprenda?

Lo que se aprende

Algunos autores y autoras (Estalló, 1995, 98; Gros y otros, 1998, 86-89; Etxeberría, 1999; Marqués, 2000, 55-58; Sanger, 2000, 64; Licona y Picolotto, 2003) destacan las posibilidades de aprendizaje que puede facilitar el jugar con videojuegos: son motivadores; potencian la coordinación oculo-manual; la organización del espacio y la lateralidad; favorecen habilidades psicomotrices de carácter general, que se mejoran progresivamente con el ejercicio; desarrollan estrategias cognitivas de planificación y habilidades de toma de decisiones y resolución de problemas; habilidades de retención de la información y de búsqueda de información; habilidades analíticas, organizativas, creativas y metacognitivas⁸; desarrollan la capacidad de autocontrol y autorregulación; la capacidad para emplear símbolos; introducen en un proceso de pensamiento ordenado; favorecen la repetición instantánea y el «intentarlo otra vez», en un ambiente sin peligro; se pueden trabajar contenidos de un área concreta a través de ellos; generan autoestima en el caso de que se vayan superando los diferentes obstáculos y se avance en el progreso del juego, pues, como advierten, siempre se suele lograr el objetivo que se pretende, ya que no se requieren ni grandes conocimientos previos específicos ni una especial capacidad intelectual; sirven como desahogo de tensiones; facilitan la interacción con otros amigos y amigas, de una manera no jerárquica; potencian la atención y la persistencia en el esfuerzo que conduce al logro de la meta; proporcionan una experiencia de éxito y de culminación de la tarea. Y concluyen que “sin duda los videojuegos en general mejoran los reflejos, la psicomotricidad, la iniciativa y autonomía de los jugadores”.

Al margen de estas visiones personales, sí que ha habido investigaciones que concluyen que los videojuegos pueden ser un instrumento válido para la formación en habilidades espaciales de algunas personas, tanto por su capacidad instructiva como por su elevada carga motivacional. Griffith et al. (1983), Gagnon (1985), Dorval y Pépin (1986), Kuhlman y Beitel (1990), Okagaki y Frensch (1994) y Subrahmanyam y Greenfield (1994), son algunas de las defensoras de estos argumentos.

Pero las conclusiones de estas investigaciones han sido cuestionadas desde diferentes frentes. Sintetizamos estas críticas siguiendo el análisis que hace la FAD (2002, 29): “como ocurre con la mayor parte de la investigación sobre los efectos de los videojuegos, en términos generales, los resultados de estos estudios no son definitivos. La mayoría de las investigaciones realizadas no permiten establecer una relación causal entre la experiencia de jugar con videojuegos y una mejora generalizada de las habilidades espaciales del sujeto. Es posible que aquellos suje-

⁸ Autoconsciencia del propio proceso de aprendizaje.

tos con mejores habilidades espaciales se sientan más atraídos hacia este tipo de juegos (Griffith et al., 1983; Gagnon, 1985), que esta disposición de fuertes habilidades espaciales mejore la actuación en el uso de los videojuegos (Subrahmanyam y Greenfield, 1994) o incluso, que un mayor conocimiento de las características de los videojuegos implique una mejora de la actuación pero no necesariamente una mejora de las habilidades espaciales. Si bien aparecen algunas excepciones, incluso en el caso de los pocos estudios que parecen demostrar una relación más directa entre la mejora de la práctica de un videojuego y la mejora de las destrezas espaciales (Okagaki y Frensch, 1994), sigue manteniéndose la incógnita de que la mejora de las habilidades espaciales a través de la práctica de un videojuego pueda ser generalizada a otros contextos que requieran destrezas similares”.

La clave de las conclusiones a las que llegan buena parte de las investigaciones responde a la entidad que financia las mismas. Pues las grandes empresas de mercado de videojuegos se han apresurado a encargar y financiar espléndidamente investigaciones que contrarrestaran la mala imagen pública que se estaba generando sobre los videojuegos.

En España, ante las constantes críticas que estaban recibiendo los videojuegos, la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), presentó en el año 2001 una encuesta encargada al gabinete sociológico *Tábula V* dirigido por Amando de Miguel, titulada «Los videojuegos en España”, que destacaba que estos potencian la competitividad (77%), aumenta la agilidad mental (76%), son una ayuda para aprender idiomas (53%), abre el campo de la creatividad (49%), y que ayuda a mejorar los conocimientos sobre informática (45%).

No vamos a entrar aquí en la discusión sobre si los videojuegos potencian todas esas habilidades que algunos expertos y expertas opinan que favorecen, ni si las investigaciones han demostrado o no que desarrollan las habilidades espaciales y la motivación. No es este el objetivo de nuestra investigación. Pero sí queremos hacer una breve reflexión sobre esta panoplia tan extensa de aprendizajes que, tal como nos los venden, parecería que con sólo introducir los videojuegos en la formación de nuestras futuras generaciones estaría solucionado el problema del aprendizaje.

¿El medio justifica los fines?

No dudamos que buena parte de los videojuegos potencien algunas de estas habilidades y destrezas. Pero todas estas habilidades, una por una, son las mismas que favorecen y desarrollan los juegos en general. Y el juego, no lo olvidemos, es una de las herramientas educativas fundamentales que utilizamos los educadores y educadoras en el proceso de enseñanza y aprendizaje de nuestros niños y niñas, especialmente en sus etapas infantiles. En este sentido no aportarían mucho más, salvo lo que significa esa tecnología que acompaña a los videojuegos que permite que se multipliquen las posibilidades de aprendizaje, dada toda la información, recursos y posibilidades que implican.

Si pretendemos que nuestros alumnos y alumnas, nuestros jóvenes, alcancen objetivos educativos relacionados con la habilidad de toma de decisiones, el aprendizaje estratégico, la capacidad de metacognición o la planificación de las acciones, y algunos videojuegos lo desarrollan y son motivantes para ellos y ellas, deberíamos no sólo valorarlos como tales, sino incorporarlos en el proceso educativo como otro recurso más. ¿Por qué, sin embargo, tras esta investigación nos mostramos tan reticentes a incorporarlos como recursos educativos sin más en el currículo escolar? Lo que nos preguntamos, en definitiva, es si los videojuegos son el método más idóneo para desarrollar el aprendizaje que queremos, tal y como están diseñados.

Es la eterna pregunta de si el fin justifica los medios, sólo que a la inversa. ¿Los medios justifican el fin? O transformado en un ejemplo concreto, y parcial por lo tanto, ¿estaríamos dispuestos y dispuestas a que nuestros hijos e hijas aprendieran el alemán –fin deseable-, con un método excelente basado en los principios del régimen nazi de Hitler?

Como dice Demaria (2003) con cierta ironía, “el punto NO es si estimula la coordinación ojo-mano -o lo que también llamamos motricidad fina, uno de los principales argumentos de las personas que resaltan las bondades de los videojuegos sin percatarse de que es una habilidad que el niño o niña puede lograr con o sin ayuda de un joystick-. También he escuchado argumentar aspectos como la velocidad de reflejos, la puntería, la capacidad para simular un vuelo, etc. Sólo útiles para aquellos que quieran salir de cacería”.

Por eso el objeto de análisis de esta investigación no ha sido el tipo de aprendizajes que se pueden lograr con los videojuegos. Sin obviar las oportunidades de aprendizaje que nos ofrecen, lo que hemos querido investigar es si estas potencialidades se ven empañadas por el tipo de valores que transmiten explícita o implícitamente, y en concreto valores relacionados con el sexismo.

Estamos de acuerdo en que los videojuegos resultan un material altamente motivador, pueden aportar múltiples posibilidades educativas, pueden ayudar a construir los conocimientos, pueden ayudar a ejercitar de forma directa la elaboración de estrategias cognitivas, pueden aumentar la capacidad de diálogo y argumentación, pueden favorecer la estructuración de los procesos cognitivos y además son programas fácilmente asequibles constituyendo por tanto un material informático de gran valor pedagógico.

No es esto lo que cuestionamos. Lo que nos cuestionamos es si no se puede crear o potenciar comercialmente más el tipo de videojuegos que estimula estos aspectos positivos del aprendizaje en un entorno basado en valores radicalmente opuestos al sexismo, la agresividad y el aprendizaje de respuestas violentas como forma de solución de los conflictos. Esto supone decisiones políticas, económicas y sociales que nos implican a todos y todas.

¿Qué tipo de valores se aprenden?

Algunos/as autores/as afirman que el hecho de jugar con videojuegos no conlleva “elementos negativos” (Gros, 1998, 48). Lo que hay que aclarar es qué se entiende por “elementos negativos”. Esta autora se apoya para ello en las conclusiones de las investigaciones de Gibb y colaboradores (1983), Brooks (1983), Mitchell (1985) o Estalló (1995).

Según los datos que aporta la misma autora sobre estas investigaciones podemos ver que Gibb (1983), en un estudio sobre 280 jugadores (y suponemos, que jugadoras), afirmaba que, en términos de interacción social, en cuanto a rasgos de personalidad como autoestima / depresión, in/conformismo, hostilidad / amabilidad, extroversión / introversión, obsesión, compulsión y trastornos de motivación, no había ninguna relación significativa respecto al tiempo que se empleaba jugando a videojuegos. Lo cual ni confirma ni niega lo positivo o lo negativo que pueda tener el uso de estos videojuegos.

En cuanto a Brooks (1983), parece concluir en su investigación que jugar a los videojuegos es una actividad que no es tan adictiva o compulsiva como pudiera parecer a primera vista. Se centra en la adictividad de los videojuegos, no en otros aspectos que podemos considerar cuestionables o no adecuados para que estos sean un instrumento de aprendizaje idóneo. Y sólo establece que “no es tanto como pudiera parecer a primera vista”. Por su parte Mitchell (1985) en un estudio sobre la interacción familiar de los videojuegos afirma que éstos juntan a las familias en una actividad recreativa común más que cualquier otra actividad.

Finalmente, Estalló (1995) en un estudio sobre una muestra de 278 personas, 146 mujeres y 132 hombres, con un rango de edad de 12 a 33 años, que provenían del núcleo urbano de Barcelona, concluye que la práctica regular y sostenida del videojuego no supone ninguna modificación especial en adaptación escolar, rendimiento académico, clima y adaptación familiar, hábitos tóxicos (consumo de alcohol, intoxicaciones por alcohol, consumo de drogas y de tabaco), problemas físicos (cefaleas, dolores musculares, problemas visuales, etc...), antecedentes psicológicos infantiles, actividades sociales (número de amigos, frecuencia de interacción social, etc...), ni en patrones de personalidad, síntomas y síndromes clínicos, agresividad-Hostilidad (Agresión, hostilidad indirecta, irritabilidad, negativismo, resentimiento, agresividad verbal, etc...), miedos y temores, asertividad (entendiendo como tal la habilidad para expresar emociones y sentimientos de forma abierta y clara), stress y apoyo social, vulnerabilidad (predisposición a sufrir trastornos emocionales) o ansiedad y depresión.

Pero en las conclusiones recogidas de todas estas investigaciones citadas por esta autora y su equipo de trabajo no se habla de otros aspectos que son los que aquí

nos planteamos: qué tipo de valores son los que promueven y estimulan el entorno de los videojuegos; y si esos valores son educativos o al menos son en los que queremos educar a las futuras generaciones de adolescentes y jóvenes.

Lógicamente estamos de acuerdo con Gros (1998, 50) en que es “poco inteligente provocar enfrentamientos radicales”. Pero también es necesario buscar las raíces de los valores que estamos transmitiendo a nuestros/as adolescentes y jóvenes. Y preguntarnos si los valores sexistas, racistas o violentos que muchos videojuegos exaltan no están contribuyendo a formar en esa forma de concebir la realidad. Si con ello no estamos contribuyendo a crear un mundo más violento, racista y machista. Pues hoy educan tanto o más que la escuela y la familia, los medios de información y comunicación que transmiten una determinada forma de percibir y concebir la realidad. Y tenemos que ser radicales en su análisis y en la exigencia de un contexto social y cultural que eduque en los grandes valores de los que todos hablamos y que todos exaltamos cuando hacemos grandes discursos sobre el futuro, la educación y la sociedad.

Por eso lo que a continuación vamos a plasmar son las conclusiones de nuestra investigación sobre el tipo de valores sexistas que transmiten los videojuegos, pues son estos valores los que transforman y educan la mentalidad y la concepción vital de los futuros ciudadanos y ciudadanas de nuestras democracias.

El sexismo de los videojuegos

La segunda conclusión a la que hemos llegado en nuestra investigación es que la mayoría de los videojuegos comerciales que usan nuestros y nuestras adolescentes y jóvenes tienden a reproducir estereotipos sexuales contrarios a los valores que educativa y socialmente hemos establecido como principios básicos en nuestra sociedad.

Es una afirmación común de todos/as los autores/as y una conclusión de todas las investigaciones que los videojuegos están hechos por hombres y para los hombres (Gros, 1998, 61), reforzando el comportamiento y papel masculino e incluso, en ocasiones, con claras muestras de incitación al sexismo.

Consideramos que muchos de los videojuegos más populares entre personas adolescentes y jóvenes son una de las claves explicativas de la perpetuación y extensión de una **cultura sexista**, en unos casos soterrada o de baja intensidad, como veremos más adelante, y en otros claramente explícita y manifiesta.

“El mundo de los videojuegos es claramente machista: lo reconocen los creativos, los comerciales, los miembros de la industria, los propios usuarios. Los videojuegos están hechos para chicos, pensados para un imaginario masculino (si no machista), y responden a lo que desde la representación social serían los deseos, las afinidades y las aficiones de los varones” (FAD, 2002, 262).

Pues bien, para demostrar esta conclusión vamos a sintetizar los resultados de nuestra investigación en dos apartados principales: el sexismo explícito de los videojuegos (referido fundamentalmente a quién juega y a la imagen y el rol que se le asigna a la mujer en ellos) y el sexismo implícito, es decir, la cultura que se fomenta desde ellos ligada a unos valores o contravalores anclados en el mundo tradicionalmente “masculino” (agresividad, desprecio a los sentimientos, impulsividad instantánea, riesgo desmedido, competitividad, ...).

El sexismo explícito

El estudio de la FAD (2002) afirma que el mundo de los videojuegos «es claramente machista». Los juegos están hechos para chicos, pensados para un imaginario masculino, y responden a lo que desde la representación social serían los deseos, las afinidades y las aficiones de los varones, señala el informe.

“El acuerdo es absoluto a la hora de definir el mercado de los videojuegos como un mercado masculino. Se da por hecho que, empezando por los creadores y terminando por los propios usuarios y aficionados, la gran mayoría de los actores implicados son hombres, si bien también es apreciable un lento pero progresivo aumento del número de mujeres que participan de este sector de ocio. A pesar de ello, tanto los contenidos de los juegos como el enfoque de los mismos, se caracterizan por potenciar los elementos que atraen a su público mayoritario, los chicos, en lo que constituye una suerte de círculo vicioso: los videojuegos se piensan para hombres porque son su público mayoritario, y el público mayoritario es masculino porque la gran mayoría de los videojuegos están ideados para ellos. Esta realidad se sustenta sobre ciertos elementos que componen el imaginario social que consolida la percepción de algunas diferencias entre hombres y mujeres. Así, desde bastantes posiciones se apunta que las mujeres aún mantienen una visión del PC más “práctica” (elemento de trabajo y no de ocio; es decir, elemento para ganar tiempo, no para perderlo); que, a pesar de ello, siguen teniendo menos interés por la tecnología que los chicos, que asumen el mundo de los videojuegos como algo extraño y ajeno a sus intereses y que, cuando finalmente se adentran en él, lo hacen a través de sus amigos o parejas. Tras muchos de los elementos que componen tal planteamiento se encuentra un claro estereotipo, vinculado a la tecnología, que asume el menor interés y la menor habilidad de la mujer respecto a todos los elementos que componen ese campo (como los ordenadores y videojuegos, pero también la mecánica, la electricidad, u otras como la carpintería, fontanería, etc.). Además, respecto a las mujeres que sí gustan de practicar con videojuegos, se suele señalar (sea o no cierto) que prefieren un tipo de juego determinado, alejado de la acción y el deporte y más cercano a la aventura gráfica y a la estrategia.” (FAD, 2002, 56).

No sólo es que los videojuegos están hechos por hombres y para los hombres, reforzando el comportamiento y papel masculino, sino que responden ya de por sí a estructuras e ideologías sociales muy asentadas en nuestro contexto cultural y social e incluso, en ocasiones, con claras muestras de incitación al sexismo (Izquierdo, 2002). En la revista *Play2 Obsesion* (2003, nº 36, 41), comentando la expansión de *Los Sims: Toman la calle* dicen “y por si alguna vez has querido meterte en el pellejo de una mujer, los desarrolladores han multiplicado por 100 las opciones para confeccionar tu propio aspecto (...). Nosotros, para darte alguna idea, siempre elegimos a la rubia con tacones y el top cortito”. Parece una

demostración palpable de que la imagen que tienen estos comentaristas, hombres, de a quién se dirigen, son otros hombres.

Los estudios publicados por la Academia de Psicología de EEUU han confirmado que los efectos de los videojuegos en la agresividad son más comunes entre los hombres que entre las mujeres. Las personas responsables de esa investigación consideran que esa diferencia se debe a que los hombres suelen pasar más tiempo jugando que las mujeres y que los juegos están claramente diseñados para un público masculino (Brajnovic, 2001, 17).

Gaja (1993) trazó un retrato “robot” del jugador de videojuegos basándose en diferentes autores:

- Joven.
- Varón.
- Inteligente.
- Extrovertido.
- Saludable.
- Indisciplinado.

Según el estudio de la FAD (2002, 206-207), “ante tal panorama, las mujeres que juegan a videojuegos se encuentran ante una peculiar situación que les plantea dos opciones. Por un lado, pueden jugar con aquéllos supuestamente dirigidos a los hombres: videojuegos que, en función de su propio planteamiento de género, no corresponderían con lo que una mujer busca en una forma de ocio y que, por tanto, siendo consecuentes con tal planteamiento, no deberían gustarle. Así, una chica que juegue con videojuegos de chico podría ser mal vista por hacer cosas “poco femeninas” (por ejemplo). Curiosamente, estando esta impresión bastante generalizada, desde las mujeres se percibe que es entre ellas mismas donde surgen mayores críticas al respecto (críticas de chicas hacia otras que juegan), mientras los hombres se mantendrían en una posición más neutra. Sin embargo, desde los chicos también se perciben, en ocasiones, ciertas reticencias a que las chicas muestren su gusto por determinados videojuegos que responden a estereotipos masculinos. (...) Por otro lado, las mujeres que no gusten de los videojuegos de chicos (en principio, prácticamente todos), se encontrarán con lo que perciben como un cierto vacío al que, de alguna manera, tratan de adaptarse. Esta adaptación se produce a partir del acercamiento a videojuegos que los chicos dejan atrás: juegos simples (plataformas, marcianitos...) con los que los hombres jugaban cuando eran más pequeños y que han dejado para dar el paso hacia los juegos con los que ahora practican; videojuegos que, por tanto, ya no son de chico pero que, por no ser tampoco de chica, no ocasiona en ellas el posible conflicto de estar jugando con juegos de pequeños (aunque asumen que lo son). También existen algunos (pocos) videojuegos prototípicamente planteados para mujeres, aunque resultan excesiva-

mente connotados para ser abiertamente aceptados: los chicos se ríen de ellos y las chicas pueden llegar a sentirse excesivamente encasilladas en el prototipo”.

Cada vez más investigadoras e investigadores afirman que la posible desmotivación de las niñas respecto a los ordenadores se debe a que no se les ofrecen productos que respondan a sus inquietudes, pues la mayoría de videojuegos están diseñados y dirigidos a un público eminentemente masculino, que gusta de los juegos violentos. Un informe publicado por la *American Association of University Women Educational Foundation* (Fundación Educativa de la Asociación Norteamericana de Mujeres Universitarias, o AAUW) encontró que muchas niñas se alejan de la tecnología a una edad temprana como consecuencia del contacto con juegos de computadora violentos, dirigidos a los chicos. El estudio reveló que a las chicas no les gustan los videojuegos violentos y prefieren los personalizados, interactivos y de rol. Pero los juegos que sumergen a las chicas en la resolución de problemas y el juego cooperativo son escasos. Los videojuegos que se desarrollan para las niñas suelen tener como tema los intereses «específicos de las chicas», como el maquillaje y la moda (Concedoras, 2003).

Como manifiesta Tuya (2000) diferentes asociaciones como la *AAUW* o *Committee on Women in Computing*, cuya sola existencia es un claro indicativo de que no se está dando una situación igualitaria en materia de sexos, solicitan continuamente la ayuda de las familias y el profesorado para potenciar las habilidades tecnológicas de las niñas; y de las personas que desarrollan software, para que publiquen programas y videojuegos que interesen a las chicas, dejando muy claro que no piden un software rosa, sino un buen software.

El uso de los videojuegos según el sexo

En esto parecen coincidir todas o prácticamente todas las investigaciones llevadas a cabo. Son los chicos los que más juegan a videojuegos y la temática de los videojuegos que más les gusta conllevan grandes componentes de competición y agresividad. La afirmación de Estalló (1995, 63) se puede seguir manteniendo actualmente: “La mayor parte de investigaciones que han estudiado las preferencias en función del sexo coinciden en señalar que el videojuego de media y alta frecuencia es una actividad casi exclusivamente masculina, y que resulta mínimo el número de jugadoras de alta o media frecuencia”.

Esto mismo concluye la FAD (2002, 264): “Digamos ya, y de una vez por todas, que son los chicos los que más juegan, con más frecuencia, con sesiones más prolongadas, y con un carácter más continuado”.

Ya Provenzo en 1991 encontró que la mayor parte de las personas que jugaban con videojuegos eran chicos. Estalló en 1995 concluía que el 65% de las personas usuarias de videojuegos eran niños, frente al 35% de niñas. La FAD en el 2002

puso de relieve que jugaban más los hombres que las mujeres -en concreto, casi el doble-. En nuestra investigación se constata que el 67,26% de los chicos son usuarios de videojuegos bastante a menudo, muy a menudo o constantemente, frente a las chicas que sólo los usan en esta proporción el 24,23%.

En cuanto a las explicaciones sobre este fenómeno se han dado muchas. Según Bonder (2001) se sabe que las chicas tienden a percibir a las computadoras como una herramienta para lograr una meta determinada, mientras que los chicos las consideran un juguete para propósitos recreativos. Entre otras consecuencias, al parecer, ellos se sienten cómodos o entusiasmados con experimentar y empujar los límites tecnológicos y meterse en un juego violento después de otro. Por su parte, Jones (1986) sugiere que el mayor control de los ordenadores, y por tanto de los videojuegos, que expresan los varones está asociado a que éstas se perciben como una herramienta perteneciente "al dominio masculino de las matemáticas, la ciencia, la electrónica y la mecánica". El estudio sobre el interés y modalidades de uso de las niñas de los videojuegos, realizado en la Universidad de British Columbia por Inkpen y otros (1994) muestra que las chicas se vuelcan hacia aquellos videojuegos que privilegian personajes y sus relaciones y que se muestran más tímidas o menos competentes para utilizarlos que cuando están solas o con otras chicas. Los hombres se apoderan de estas herramientas y no ceden los turnos con facilidad, lo cual las intimida o disgusta, pero es difícil que peleen con ellos por su lugar, salvo pidiendo ayuda a personas adultas. Esto lo hemos podido confirmar en los estudios de caso y en entrevistas a chicas.

Es curioso en este sentido señalar que, de aquellas personas que dicen haber jugado en alguna ocasión pero que no lo hacen en la actualidad, entre las mujeres aumenta el porcentaje hasta el 71.4% de las que consideran que no les resulta interesante (FAD, 2002, 90).

Kafai (1996) analizó la representación que los niños y niñas hacían de su propio diseño de un videojuego. Comprobó que los niños tendían a diseñar videojuegos similares a los que producen las grandes empresas comerciales. Sin embargo, las niñas manifestaban otras opciones. Generalmente, las niñas declaraban que no les interesaban los videojuegos, ni por su contenido, ni por la violencia que se producían en ellos. Además ellas recurrían a personajes y ambientes habituales y cotidianos, de su contexto vital, mientras que los chicos tendían a imaginar ambientes exóticos y fantásticos, ajenos a su vida real. También se diferenciaban en la construcción de los personajes: los chicos creaban varios personajes secundarios a los que les daban nombres fantásticos, mientras que las chicas creaban tan sólo uno o dos personajes secundarios; los chicos hacían del personaje principal una figura fantástica (normalmente tipo "superhéroe") y le asignaban un sexo específico (hombres o mujeres que se comportaban como hombres y tenían los atributos de un "sex-símbol"), mientras que la mayoría de las chicas no especificaban ni el sexo ni la edad del personaje, lo que hacía que cualquier jugador o jugadora se pudiera identificar con él o ella.

Gros (1998) en una investigación llevada a cabo en 7 centros de enseñanza primaria, concluye que las preferencias de los chicos y chicas respecto a los videojuegos eran los siguientes:

Niños	Niñas
1. PC Fútbol	1. Super Mario
2. Street Figther	2. Sonic
3. Bola de Dragón	3. Tetris
4. Super Mario	4. Street Figther
5. Mortal Kombat	5. El Rey León

Se observa una mayor inclinación de los chicos por los juegos deportivos y violentos, mientras que las chicas se decantan más por juegos en los que la violencia está mucho menos presente.

La frecuencia de juego en relación al sexo nos indica que los varones dedican más tiempo a los videojuegos y que aquella es mayor que en las mujeres. Según Etxeberria (1999) en casi todos los estudios que se realizan sobre este tema hay coincidencia al asegurar que al hablar de diferencias en cuanto al sexo, los jugadores sobrepasan a las jugadoras en el número de horas que dedican al juego.

Según el estudio de la FAD (2002, 51) “la inmensa mayoría de los videojuegos que salen al mercado están dirigidos a un público masculino, y así lo reconocen la mayoría de los entrevistados. Nos encontramos, pues, ante un sector fundamentalmente masculino, donde apenas hay mujeres en los puestos creativos, desarrolladores o directivos, y donde se conciben los productos en función de temáticas, situaciones y personajes dirigidos, en líneas generales, a los chicos. Y todo ello, a pesar de que los responsables de crear y comercializar los videojuegos afirman no tener en cuenta el sexo del público destinatario a la hora de desarrollar un producto. De cualquier modo, también se apunta un creciente acercamiento de la mujer al mercado de los videojuegos (aunque aún muy minoritario), algo que ha conducido a la incorporación de personajes y temáticas más cercanas al público femenino (o, cuando menos, no tan centradas en el usuario masculino). Esto se percibe, a primera vista, en los juegos de rol y aventuras gráficas, que suelen ser considerados como los que más parecen atraer a las chicas”.

Sin embargo, según este estudio, los juegos de “Plataforma” son los únicos que son más usados por las chicas. En todos los demás dominan los varones, sobre todo en los de temas deportivos, en los simuladores, y en los de “Rol” y “Disparo”.

Esta investigación refleja que si el 72.9% de los chicos son usuarios en la actualidad, la proporción entre las chicas es del 43.4%; casi un 49% de ellas han jugado en algún momento pero han dejado de hacerlo (mientras que este porcentaje es del 25% en el caso de ellos) y un 7.8% de ellas no ha jugado nunca frente a tan sólo el 2% de los chicos.

Según este estudio el uso de videojuegos es un comportamiento cultural claramente masculino (los chicos juegan el doble). Esto hace que el mercado se organice para los varones, y así se refuerza la tendencia de género.

Por eso concluyen que, salvo en la mayor utilización de juegos por los más jóvenes y sobre todo, por los hombres, no hay características diferenciales claras en el perfil de las personas jugadoras. Esto habla de lo extendido del comportamiento entre adolescentes, jóvenes: es una pauta cultural tan ligada al sexo y a la edad que todas las demás variables (ideológicas, económicas, educativas, de hábitat, etc) resultan bastante irrelevantes. "En todo caso, entre las mujeres la proporción de las que juegan en red, bien sea solas o con amigos, es muy inferior a la de los varones" (FAD, 2002, 98).

Si comparamos estos datos con el informe IDSA (2003), en Estados Unidos, podemos ver que en este país, en el año 2002, el 71.5% eran hombres y el 28.5% mujeres.

"La perspectiva del mundo de los videojuegos como un dominio de los hombres resulta tan clara y aceptada, que se afirma lo complicado de que una mujer se introduzca por sí misma o por sus amigas en la práctica y afición a ellos. Por tanto, si ellas mismas no acceden (ni parecen querer acceder) a los videojuegos, serán los hombres los que las acerquen: sus hermanos, sus novios, sus amigos. Desde las mujeres, la proyección del estereotipo de jugador hacia los hombres provoca que también les "responsabilicen" de que ellas mismas jueguen a videojuegos: si no llega a ser por mi hermano, mi novio o mi amigo, nunca hubiera jugado. (...) Todo este discurso plantea un panorama claro que deriva en una conclusión que parece lógica: si los videojuegos son cosa de chicos, serán ellos quienes más y mejor jueguen, mientras las chicas se mostrarán más torpes al respecto. Esto se asume como cierto, lo cual genera una gran presión en los hombres cuando se enfrenten a las mujeres en partidas de determinados videojuegos. Que un chico pierda contra una chica será motivo de risa y burla por parte de otros chicos, al tiempo que acentuará la competitividad de éste, que se "picará" y buscará resarcirse de la "humillación". Por otro lado, las chicas que dominen una práctica directamente asociada a los hombres, o bien son desacreditadas por éstos por fundamentar su triunfo en la simple fortuna, o bien se rodearán de una aureola que infundirá cierto respeto entre esos mismos hombres, al tiempo que (como ya señalamos anteriormente) es probable que despierte ciertos celos entre las mujeres por el hecho de mostrar cualidades que se asumen como poco femeninas." (FAD, 2002, 210-211).

Para explicar estas diferencias hay quienes han planteado argumentos relacionados con el carácter marcadamente masculino del mundo tecnológico y su influencia en las actitudes y percepciones de los sujetos (Wilder, Mackei y Cooper, 1985; Colley et al. 1995) e incluso hay quienes mantienen que los hombres poseen mejores habilidades visuales y espaciales esenciales para jugar con videojuegos (Griffiths, 1991).

En el mundo del desarrollo de los videojuegos no es muy común que se prodiguen las mujeres, como reconoce la revista *Videojuegos* (2003, 1, 20-22). Y cuando en esta misma revista se les pregunta a cuatro mujeres “desarrolladoras” de videojuegos por qué piensan que el mundo del desarrollo está copado por hombres principalmente, las cinco afirman que “los videojuegos eran un campo que estaba dirigido sólo al público masculino; de ahí que ahora los interesados en desarrollar videojuegos sean hombres” (Chuss), que “eso nos viene de herencia, ellos han crecido jugando más que nosotras, a nosotras nos dejaban el ordenador sólo como máquina de escribir, a ver si lo íbamos a romper...” (Mónica), que “los videojuegos en su mayoría creo, están hechos por y para hombres” (Ester), que “la educación en la infancia ha sido sexista hasta hace bien poco; es por eso, en mi opinión, por lo que las mujeres no han llegado ‘aún’ ni a los videojuegos” (Almudena), y “porque según ellos no estábamos capacitadas para ello” (Reyna). Parecen coincidir las cinco, desde su propio punto de vista como afectadas, que se debe a la tradición, a los estereotipos, a la educación y a la propia visión de los hombres que deciden cuál es el dominio de ellos y el lugar de las mujeres.

Pero la explicación más extendida está directamente relacionada con el hecho de que los videojuegos no son neutrales. Numerosos autores coinciden en la detección de un tratamiento diferenciado de los roles masculinos y femeninos en los videojuegos (Etxeberria, 1996). Son muchos los estudios que revelan el papel secundario y pasivo de los personajes femeninos de este tipo de juegos (Toles, 1985; Rushbrook, 1987; Provenzo, 1992; Del Moral, 1995), por lo que se afirma que “la causa de que las mujeres jueguen menos que los hombres está en el contenido de los propios videojuegos, excesivamente orientado hacia los intereses e inquietudes de los chicos y no de las chicas” (FAD, 2002, 24).

Provenzo atribuye este hecho al propio contenido de los videojuegos ya que, en la mayoría de ellos, la mujer es presentada como la víctima que debe ser rescatada. Como dice Gros (1998, 35) “las niñas parecen tener pocas elecciones para sentirse identificadas con los roles asignados por los programas”. Aunque esta misma autora afirma que actualmente “la preferencia de los hombres sobre las mujeres, parece ser que también va cambiando. Si bien la mayoría de los videojuegos todavía están pensados para atraer más al público masculino, la amplitud de la oferta ha permitido que también las niñas se hayan introducido en el mercado. Incluso en la actualidad se están produciendo programas pensados específicamente para las niñas como es el caso del juego de diseño de ropa para la muñeca Barbie” (Gros, 1998, 36).

Lo que parece obviar esta autora y su equipo es que estos programas “pensados específicamente para las niñas” reproducen los estereotipos de género habituales en los juguetes sexistas y en la cultura sexista en general.

Antes de la aparición de estos videojuegos “para niñas”, la mayoría de de las ventas (aproximadamente entre un 75% y un 85%) procedían de una clientela masculina, que generaban 10 billones de dólares al año en Estados Unidos. A partir del éxito de *Barbie*, los productores de videojuegos buscaron atraer a las chicas que anteriormente no habían mostrado mucho interés en el uso de las nuevas tecnologías.

Según los expertos y expertas, las chicas demandan juegos con contenidos interactivos y que requieran jugar en colaboración, en lugar de los videojuegos violentos que dominan el mercado. “Al parecer, las niñas se diferencian de los varones en sus preferencias y opiniones sobre los videojuegos. No es que ellas rechacen por completo los juegos violentos, algunas incluso los piden; pero en general los consideran aburridos, demasiado repetitivos y carentes de una historia o un argumento elaborado. Sus juegos predilectos son aquellos que se basan en aventuras o historias donde hay relaciones y una trama” (Bonder, 2001, 17).

«Las chicas quieren juegos que las comprometan y las desafíen, no versiones ‘rosadas’ que, originalmente, se diseñaron para los varones», señaló Patti Miller, directora del programa *Children & the Media*, de *Children Now* (*Los Niños y los Medios*, de *Los Niños Ahora*) aludiendo a un estudio que ha llevado a cabo esta organización defensora de la niñez analizando los 27 videojuegos de mayor venta para las consolas Sega Dreamcast, Sony PlayStation y Nintendo 64, según el ranking publicado por *PC Data* correspondiente a octubre de 2000. «Los productores de juegos tienen que dejar de pensar en el color rosa». En un mercado dominado desde hace años por los videojuegos dirigidos a los varones, es muy difícil encontrar títulos que atraigan a las chicas. Además, la mayoría de los productos más vendidos muestran personajes violentos, estereotipados o poco realistas, portadores de un mensaje perjudicial para las jugadoras. Casi la mitad de los juegos de video para consolas más vendidos contienen mensajes negativos para las niñas (Conocedoras, 2003).

Un informe publicado a principios de 2003 por la *American Association of University Women Educational Foundation* (*Fundación Educativa de la Asociación Norteamericana de Mujeres Universitarias*, o AAUW) encontró que muchas niñas se alejan de la tecnología a una edad temprana como consecuencia del contacto con juegos violentos de computadora, dirigidos a los varones. El estudio reveló que a las chicas no les gustan los videojuegos violentos y prefieren los personalizados, interactivos y de rol. Pero los juegos que sumergen a las chicas en la resolución de problemas y el juego cooperativo son escasos. Los videojuegos que se desarrollan para las niñas suelen tener como tema los intereses «específicos de las chicas», como el maquillaje y la moda.

Además los intentos de crear juegos dirigidos a las chicas plantean otras preocupaciones: ¿Cuáles son las consecuencias educativas y sociales de ofrecer juegos diferentes según el sexo? ¿No se está, acaso, reforzando la desigualdad y convalidando modos excluyentes de pensar, sentir y actuar? Es necesario considerar con más cuidado la diversidad de personas y grupos que se “invisibilizan” cuando empleamos una categoría general como niñas y niños.

“Millones de niños -mayoritariamente de sexo masculino- gastan muchas horas a la semana (a veces, dos diarias), absorbidos por combates agónicos, persecuciones, disparos, guerras galácticas, delincuentes, laberintos” (Pérez Tornero, 1997, 15).

La imagen de mujer

Es sexismo cuando las mujeres son representadas de forma asimétrica frente a los hombres. Numerosos estudios (Braun y otros, 1986; Strasburgber, V. y otros, 1993; Cesarone, 1994; Colwel y otros, 1995) revelan que la representación femenina en los videojuegos es menor, generalmente minusvalorada, y en actitudes dominadas y pasivas.

La imagen de la mujer en los juegos, y en esto las coincidencias son generales, ha sido tradicionalmente maltratada con ferocidad. Sus modelos corporales son tendentes a la exageración con idealizaciones de personajes sacados del cómic o hasta del cine porno. Su vestimenta no responde a las necesidades del momento, de la historia, del trabajo o de la acción que se realiza en el videojuego, sino a mostrarse “insinuante” o “seductora” hacia los hombres.

Los datos de nuestra investigación

En nuestra investigación, de un total de 1.824 personajes analizados en esta investigación, los personajes masculinos que aparecen en los videojuegos analizados son 1.167 (64%), mientras que los personajes femeninos han sido sólo 310 (17%); el porcentaje restante (19%) eran personajes no humanos. Generalmente aparecían 15 personajes masculinos en cada juego y sólo 3 femeninos. Además, en más de la mitad de los 250 juegos analizados aparecían sólo 2 o menos personajes femeninos.

Las mujeres se manifiestan raramente como personajes bajo el control del jugador/a. De los 936 personajes bajo el control del jugador, 683 (73%) son hombres y sólo 112 (12%) mujeres. De hecho, a los jugadores/as se les ofrecen muchas más oportunidades de jugar con un personaje no humano que con una mujer. En 215 de los 250 juegos (86%) aparecían personajes masculinos controlados por los jugadores/as, mientras que sólo en 90 juegos (36%) aparecen personajes femeninos

que podían controlar los jugadores/as. En 35 juegos aparecen, tan sólo, personajes masculinos que pueden ser controlados por los jugadores y jugadoras. Sólo en muy pocos juegos aparecían exclusivamente personajes femeninos.

Los personajes femeninos son, a menudo, hiper-sexualizados y los personajes masculinos son hiper-masculinizados. Hemos encontrado en nuestra investigación que nueve de cada diez personajes femeninos protagonistas (90%) tiene un cuerpo atractivo (pechos grandes y caderas muy contorneadas). Un 67% de los personajes femeninos tiene un cuerpo demasiado delgado o extremadamente desproporcionado. Es decir, un 80% de los personajes femeninos protagonistas de los videojuegos mostraban un cuerpo de proporciones poco creíbles y poco sanas.

En cuanto al tipo de videojuegos en los que más predomina esta imagen de mujer, hemos encontrado que son en los de acción (92%), en los de rol (75%) y, por último, en los de combate (89%).

Además, la sexualidad femenina se remarca especialmente por los vestidos semitransparentes e insinuantes que llevan las mujeres. De hecho, uno de cada tres personajes femeninos usan un tipo de ropa que "realza su silueta"; la mayoría (un 83%) muestran generosos escotes o tops ajustados que permiten mostrar o "insinuar" buena parte de los pechos, faldas muy cortas y ajustadas, con aberturas laterales que permiten ver las caderas hasta casi la altura de la cintura (un 42%) e incluso, tangas que muestran las nalgas desnudas (el 12%). A esto se añade que las mujeres llevan puesta ropa considerada "atrayente" en una proporción mucho mayor que los hombres (73% de mujeres y 12% de hombres).

Como dice Pita (2004, 28), "lo que suponía un paso en la equiparación de sexos [se refiere a la participación de las mujeres en los videojuegos como protagonistas] acabó por convertirse en icono sexual para el público masculino. Lara acabó haciendo uso de eso que tan acertadamente suele llamarse 'armas de mujer'. Su talla de sujetador acabó siendo el más poderoso reclamo de un juego que empezó siendo vanguardia en la atribución de roles virtuales. Lara crece en cada una de sus entregas al tiempo que aumenta su volumen pectoral. Es más, en la penúltima edición de la saga uno podía manejar a la Croft adolescente, perpetuando así, de alguna manera, el mito de la Lolita".

Este es otro dato a tener en cuenta. Hemos encontrado que al 87% de las mujeres protagonistas femeninas que están irrumpiendo en los videojuegos se las muestra con caras "angelicales", con ojos grandes, labios carnosos y exuberantes y gesto "añorado". Parecen eternizar ese mito de perpetua adolescente necesitada de protección que se proyecta en la fantasía de los diseñadores de videojuegos.

Porque la explotación de la "imagen sensual" de la mujer no se limita sólo a la apariencia física o al vestuario que portan o del que carecen. Se resalta a través de otros atributos expuestos para que, de una forma más sutil, "insinúen" o "evoquen" aquello que se quiere vender.

“Cate Archer (protagonista de *No One Lives Forever*) no se contonea ligera de ropa como una modelo de revista erótica, pero tanto la sensualidad de su voz como su feminidad un tanto felina hacen que sea un personaje con una indiscutible carga sexual, aunque no sea explícita. Claro que la sexualidad puede reflejarse de mil formas. Y una de ellas pasa por abandonar la rotundidad anatómica para ahondar en otros aspectos, como la delicadeza. Rinoa, heroína de *Final Fantasy VIII*, no exhibe carne, pero sí inocencia y belleza angelical” (Pita, 2004, 29).

Parece pues que la imagen de la figura femenina está más relacionada con sus connotaciones físicas que con sus atributos intelectuales, morales, psicológicos y con sus capacidades de relación o de desarrollo personal y social. El papel que cumple esta imagen hace referencia a la satisfacción de fantasías eróticas y de dominio/sumisión.

Esto, además, ha tenido su exponente más visceral en el mundo del Manga y Hentai que ha imperado en los 90 en el mundo del cómic y que actualmente está en pleno apogeo en su introducción en el mundo de los videojuegos y en Internet. Aunque sólo lo hemos revisado muy someramente en la investigación, puesto que aún no son los videojuegos más vendidos, no obstante, queremos hacer una breve reflexión sobre ellos, puesto que la exacerbación de determinadas tendencias nos muestran los valores y las creencias que hay tras ellas.

La imagen de la mujer que en estos videojuegos aparece es el de una eterna adolescente –nunca envejecen–, con ojos enormes que ocupan casi toda su cara y otros rasgos distintivos de este mundo: “es ya característica habitual que las chicas protagonistas luzcan estupendas delanteras, ropa ceñida, faldas cortas y que adopten posturas y vivan situaciones bastante eróticas. Imágenes aparte, los guiones suelen prestarse a promover situaciones ambiguas, escenas comprometidas, enredos y embrollos, que a nadie se le escapa que tienen un alto contenido sexual, pero que nunca suele hacerse explícito. Una curiosa mezcla de inocencia y perversión que ha conquistado a mucha gente o en todo caso les ha dejado perplejos. En los dibujos hentai toda la carga sexual de las imágenes manga sale a la luz en forma de ilustraciones que rozan el límite entre el erotismo y la pornografía, cuando no lo trasgreden totalmente” (Alfredo del Barrio, *Game Over*, 26, 59).



La “nueva imagen” de las protagonistas femeninas

Las protestas y acusaciones contra el tratamiento discriminatorio de la mujer han terminado por hacer mella en los editores. Los juegos, poco a poco, empezaron a incorporar un nuevo tipo de personaje femenino que asume un rol activo en el desarrollo del juego.

Esta tendencia ha hecho que hoy sea raro encontrar juegos de edición reciente que no tengan al menos una protagonista feme-

nina. Pero, curiosamente, incluso los investigadores de este campo siguen reproduciendo los estereotipos que critican: “el protagonista era una mujer caracterizada tanto por su atractivo, como por su ingenio y valentía” (Estalló, 1995, 64). Además de hablar de “el protagonista” siendo mujer, ¿caracterizaríamos a un hombre “tanto por su atractivo, como por su ingenio y valentía”? Parece que al referirnos a una mujer hay que destacar la belleza como una cualidad esencial de su persona.

De hecho, la introducción de heroínas femeninas apenas alcanza a maquillar el rostro duro del sexismo esencial que caracteriza a la mayor parte de la industria de los videojuegos. “Rynn, protagonista de *Drakan*, es el perfecto ejemplo de mujer guerrera. Ella sola se enfrenta a ejércitos de perversas criaturas a lomos de su dragón. Pero a Rynn le pasa como a Croft: su imagen se explota de la manera menos sutil. Se olvida la fuerza de su carácter para centrarse sólo en un aspecto, el sexual. Incluso se han utilizado modelos de carne y hueso (muy ligeras de ropa) para publicitar el juego. Y es que resulta muy difícil no asociar la imagen de una heroína de videojuego con su atractivo sexual” (Pita, 2004, 28-29).

En la investigación realizada, la valoración hecha por las personas jóvenes a las que se les ha encuestado, entrevistado y debatido con ellos es común: coinciden en la heroína es una chica irreal (“es como una muñeca, con grandes tetas, delgada y con ojos grandes”), llena de agilidad y que actúa igual que sus colegas masculinos; pero perciben que éstos son físicamente fuertes y no demasiado atractivos mientras que las chicas (Lara, Julia y otras) son sonrientes y guapas. Por ejemplo, como aluden los alumnos y alumnas entrevistados, el diseño del personaje de una heroína virtual como Lara Croft de la serie *Tomb Raider*, responde a la idea de un sex símbolo virtual, en el que sus generosas y armoniosas medidas quedan suficientemente resaltadas por un vestuario ajustado (trajes de neopreno, shorts, tops, correaes varios, etc). No hay mucha diferencia entre los grandes pechos de Lara Croft y los de Pamela Anderson, están ahí para vender. Lara Croft podrá sobrevivir a muchos peligros, pero a este paso su espalda no soportará tanto peso...

Algunos videojuegos han introducido la posibilidad de variar las características del personaje con el que se identifica la persona que juega. Es el caso, por ejemplo, de las aventuras de *Indiana Jones*, donde quien juega puede afrontar el descubrimiento de la Atlántida mediante un personaje masculino –Indiana Jones– o asumir la personalidad de una arqueóloga o jugar mediante el manejo de ambos personajes. O el juego de Arcade *Street Fighter* en el que quien juega puede elegir un personaje masculino o femenino en el combate. O en *Sim City*, *Enter The Matrix*, etc. En función de la elección efectuada, contará con unos recursos y habilidades de diferentes tipos.

En el caso, por ejemplo, de *Street Fighter* podemos ver como los personajes masculinos son más fuertes y con una mayor potencia en los golpes a sus contrarios, mientras que los personajes femeninos son más ágiles y flexibles en sus movimien-

tos. Pero la imagen de las mujeres que pelean en este combate presenta los mismos rasgos que se describen en general.

Pero, como se plantea Pita (2004, 31), "¿afecta realmente a la jugabilidad manejar a una heroína? Hasta la fecha, sólo un juego hace hincapié en esta cuestión: *Arcanum*. Quizá los diseñadores deban replantearse la estrategia", concluye este autor.



Los estereotipos de género en la imagen

Algunos estereotipos de género que aparecen respecto a la imagen de la mujer en los videojuegos más utilizados son los siguientes:

- a) El síndrome de Wonder Bra: La mayoría de las figuras femeninas que aparecen en los videojuegos más demandados llevan un "sobrenatural Wonder Bra". Lo que es excepcional en la naturaleza, sabia por demás en sus equilibrios, resulta habitual e imprescindible en la realidad de lo virtual. Semivestidas o más bien, semidesnudas con trajes escasísimos de tela, con exagerados pechos y culos y unas curvas que traslucen un cuerpo tan "escultural" –según los patrones masculinos- como irreal entre el armamento que portan.
- b) La eterna adolescente: Se recurre a la imagen adolescente en ocasiones infantil de la mujer, con velada intención de transmitir inocencia y necesidad de protección. Estereotipos que han sido criticados en los tradicionales videojuegos y que reaparecen con otras vestiduras.
- c) El síndrome "king-kong": Inquietos y curiosos antropólogos, amantes del 7º arte, presentaron hace algunos años pruebas concluyentes de que era imposible que el famoso simio colgado del Empire States no pudiese seguramente tenerse en pie dada la estructura anatómica de que hacía gala, pues contradecía los postulados básicos de las leyes físicas. Pues bien, si realizáramos la prueba de King- Kong a la mayoría de las heroínas de los videojuegos con semejantes pechos, tan escasa cintura (que no está en el cuerpo para adornar sino para conectar ambas partes del cuerpo y proteger la autonomía de las mismas sin riesgo de disfunción) y esas "esbeltas y estilizadas piernas" que, de tan delgadas, traducen cierta sensación de inminente fractura en una de esos contundentes golpes marciales, parecería que en cualquier momento estuvieran a punto de fracturarse por el punto medio.

Si el hecho se quedase en el mundo virtual, se podría cuestionar el modelo que se intenta transmitir y lo que supone valorar a la mujer en función de la imagen física. Pero las "Lara Croft" comienzan a irrumpir en el mundo real de una

forma contundente, la ciberheroína ya es un patrón de belleza vendida como deseable. Obtener una figura que se le asemeje pudiera conducir o potenciar la búsqueda de ese modelo estético por vías peligrosas (como la cirugía y sus implantes) u otras con un alto coste disociativo, emocional y físico como la anorexia o la bulimia.

- d) El patrón wasp: Los estereotipos de belleza que aparecen en los videojuegos más utilizados mantienen una preferencia generalizada por el patrón eurocéntrico de belleza (alta, blanca, guapa, delgada). Resulta significativo que aún cuando muchos de los creadores de videojuegos sean de origen asiático el patrón que reproducen es eminentemente occidental. Dado que el mercado manda, y el consumo fundamental es el occidental, se fuerza cualquier otro tipo de imagen para parecerse lo más posible al modelo wasp.
- e) El surgimiento de una nueva imagen andrógina: La dificultad para determinar el sexo es la solución a la que han recurrido los nuevos videojuegos a la hora de crear sus personajes. Hombres con rasgos femeninos difusos o mujeres con ciertos rasgos viriles, donde lo masculino se carga de la belleza suave de lo femenino y lo femenino, por el contrario, asume la cuota de rudeza que dejan entrever los actuales videojuegos. Es la respuesta a las recientes críticas que han surgido sobre el exagerado sexismo que presentan buena parte de los videojuegos. El problema es que las soluciones no creemos que tengan que pasar por desdibujar la feminidad de las mujeres, y mucho menos “compensándola” con atributos de la cultura macho. Las soluciones a los problemas, por supuesto, dejan al descubierto frecuentemente los presupuestos básicos de quienes las diseñan.

La imagen del hombre para el hombre

Se comprueba en la investigación que el modelo de mujer comentado es el que está en la cabeza de la mayoría de los que construyen, juegan o comentan los videojuegos. Así nos encontramos en el análisis de la revista *Micromanía* de agosto de 2003 el siguiente comentario: “Es poco habitual que una chica protagonice un juego de acción para PC (bueno, lo de Lara hace mucho que lo tenemos asumido, ¿no?). Quizá el hecho de que Rayne, el personaje central de ‘BloodRayne’, también muestre sus encantos en otras plataformas tenga algo que ver” (65). Por si alguien no se ha dado cuenta tras los comentarios insinuantes, aclarar que este personaje protagonista es una chica del modelo “erótico” exuberante. Y en todos los comentarios de los videojuegos al referirse a las mujeres, se les atribuye un adjetivo calificativo relacionado con la belleza: hermosa, bella, exuberante, etc., y, en menor medida, con la fragilidad. Esto supone un estereotipo de mujer anclado en la épica casi medieval caballeresca. Y, desde entonces, parece que no hemos cambiado mucho.

Nos tendríamos que preguntar si es necesariamente destacable el hecho de ser hermosa, si tiene importancia en el desarrollo del videojuego, o si es relevante

para la acción. ¿Lo es en el caso de los hombres? Como dicen Bengoechea y Calero (2002, 49) “la regla de la inversión funciona bien. ¿Lo expresaría de esa misma forma al tratarse de un hombre?”

Por el contrario muchos de los protagonistas masculinos son personajes solitarios, hoscos, con actitud retraída e insociable, taciturnos, duros y con rostros herméticos que no traslucen ningún sentimiento. Son “lobos solitarios”. “Detestan que se metan en sus asuntos” y parecen tener razón en todo. De hecho las mujeres se meten en problemas por no haberles hecho caso, y ellos, finalmente, aunque con claro signo de enfado y reproche, tienen que ir a rescatarlas porque..., son mujeres, al fin y al cabo. Este modelo predomina como protagonista con el que tiene que identificarse la persona que juega en muchos videojuegos: Squall Leonhart de 17 años (*Final Fantasy VIII*), Snake (*Metal Gear Solid*), Sam Fisher (*Splinter Cell*), Billy Coen, un antiguo Marine condenado a muerte por el asesinato de 23 personas (*Resident Evil*), etc.

A menudo la alusión al físico femenino es sexista ya que el énfasis recae en una parte femenina, trivializando sus logros, sus capacidades. “El componente androcentrista se hace patente demasiado a menudo en el lenguaje de la imagen. Con frecuencia se establece un dominio de sexos; los caracteres femeninos están raramente enfatizados en los escenarios, van ligados al rol de sumisión o de dama en apuros” (Gros, 1998, 61).



La publicidad de los videojuegos

Como pudimos ver a lo largo del análisis documental es sorprendente igualmente que muchas de las imágenes que se utilizan en estas revistas de videojuegos para anunciar un tipo de juego usen como reclamo una imagen de mujer exuberante y con poca ropa. Máxime cuando no es ni siquiera la protagonista del videojuego, ni es un personaje central del mismo. Parece pues que sólo se pone como reclamo para un público eminentemente masculino. En bikini, con una mirada directa al público, con el pelo caído tapando parte de los ojos, los labios profundamente marcados con carmín y una copa en alto, como una invitación, la joven que acompaña la publicidad del videojuego *GTA* y que no es protagonista del mismo, es un ejemplo claro de ello.

El lenguaje que se utiliza en la publicidad y los anuncios de videojuegos construye también una visión estereotipante, tanto de la mujer como del hombre. Y hay que recordar que el lenguaje es un vehículo poderoso para los prejuicios. Los anuncios de videojuegos “para niñas” utilizan un lenguaje eminentemente “curso”, con abundancia de diminutivos (casita, perrito, ...), y expresiones de ternura (cuídalos, necesitan tu amor y ternura...), mientras que los dirigidos a los chicos, es decir, la mayoría, utilizan frecuentemente los aumentativos (ac-

ción sin límites, las posibilidades más arriesgadas...), y expresiones ligadas a la competitividad o la lucha (tú tienes el poder, acabar con tu máximo oponente...). Además, mientras en los primeros predominan las voces suaves femeninas, en los segundos lo hacen las masculinas de tono autoritario. Lo cual induce a representar la voz masculina como patrón de representación de autoridad y de refuerzo de autoridad.

No tenemos más que fijarnos en el tipo de lenguaje que hemos ido destacando en el análisis de la mayoría de los videojuegos más vendidos, para constatar esta construcción lingüística de dos mundos diferenciados y estereotipados desde el lenguaje, también.



Por ejemplo, la revista *Micromanía Soluciones*, al describir el videojuego titulado *Post Mortem* dice: "Otra aventura sobrenatural, ambientada en el París de los años 20, en la que una hermosa y enigmática mujer nos pide ayuda para resolver el brutal asesinato de varios miembros de su familia. Ella no tiene a quien acudir. Tú estás sin blanca... imposible resistirse" (2003, 132). Parece que las mujeres, dentro de esa imagen de fragilidad, tienen que acudir siempre a alguien para resolver sus problemas. Son inútiles para enfrentarse a las situaciones que nosotros, hombres "de pelo en pecho", sabremos resolver en un "quítame allá esas pajas". Por supuesto, son hermosas y "enigmáticas". Ese último atributo sutil, que implica más insinuaciones que las que expresa claramente, viene a asentar el estereotipo: hay que conquistar su secreto. Por supuesto, ella es la seductora, ante la que es imposible "resistirse". Es la traducción moderna del mito del pecado original de la biblia: el hombre no consiguió resistirse a los poderes pecaminosos de la mujer, la belleza y el misterio. Desde entonces ella es la encarnación del pecado, el vicio y la perversión. Y así vamos entrando progresivamente en una visión del mundo perversa y degradante para la mujer. Y los videojuegos, el mundo y la visión que del mismo ofrecen las grandes empresas que los crean y los publicitan, no son ajenos a este hecho.

Incluso en los certámenes de videojuegos que congregan a grandes empresas para presentar sus últimas novedades las mujeres juegan un papel importante como "azafatas" que muestran los productos. Como en los anuncios de coches que aparece una mujer como reclamo. Lo podemos ver en las imágenes que acompañan estos párrafos. Son chicas que en los principales eventos sobre videojuegos desempeñan la función de "animadoras" para los participantes. Y esto pasa tanto en Japón, como en Europa o Estados Unidos. La imagen y la función que cumple la mujer son universales y parecen extenderse a lo largo y ancho del mundo.

Esta imagen de mujer que se repite una y otra vez, margina a todas las mujeres que no son modelos, como si hubiera que nacer con 15 años y morir con 20, y tener unas dimensiones antinaturales –producto de las fantasías sexuales de los hombres- para sobrevivir.

El rol de la mujer

Es sexismo cuando hay una situación jerarquizada: los hombres aparecen más, se les nombra más, se les toma de referente y modelo. Son los que han creado las culturas, las sociedades. Lo que ellos hacen es lo que hay que hacer, lo correcto, lo positivo...

“Si hacemos un rápido recorrido por la historia de los videojuegos, deteniéndonos al azar en algunos de ellos, podemos comprobar como en un gran número se ofrece una imagen más o menos uniformada y reduccionista de los roles de género: una mujer en papeles pasivos, de víctima o seductora, frente a una figura masculina activa, violenta, dominante y resolutiva” (Urbina Ramírez y otros, 2002).

Las investigaciones hechas sobre el rol

Varias investigaciones han intentado clasificar los videojuegos en función del rol sexual en ellos implícito. Una de las primeras fue la de Provenzo (1991) que ha venido a ser paradigmática en el ámbito de los estudios sobre videojuegos. En ella trabajó sobre los 47 videojuegos más populares del sistema Nintendo para consolas.

El estudio consistió en el análisis de las cajas de los videojuegos (incluyendo portada y contraportadas). En cuanto a las razones de porqué esta información se consideró de la suficiente relevancia se argumentaron las siguientes (Provenzo, 1991, 106): Representan una unidad de análisis que puede ser cuantificada fácilmente; la portada supone un intento de resumir visualmente el contenido del juego; las cubiertas aparecen conjuntamente con anuncios promocionales en los grandes almacenes; ambos representan un código visual que sintetiza el juego y su propuesta.

En cuanto a los aspectos metodológicos, Provenzo estableció los criterios para esta clasificación basándose en los empleados por el sociólogo británico Erving Goffman en su trabajo *Sexo y anuncios* (estudio que analizaba el género en los anuncios de revistas).

El autor recoge, en primer lugar, el número total de personajes femeninos y masculinos aparecidos en las cubiertas de las cajas de videojuegos. Al mismo tiempo, identifica a aquellos personajes que aparezcan en una posición sumisa o dominante. Incluye también un apartado «otros», para aquellos personajes que no posean un género definido (por ejemplo, monstruos, máquinas, etc.) De las 47 cubiertas analizadas, aparecieron un total de 115 figuras masculinas y 9 femeninas (o sea, una ratio de 13 a 1); 20 de estas figuras masculinas aparecían en una pose dominante, mientras que en esta pose no aparecía ninguna mujer; por el contrario, aparecían 3 mujeres en poses claramente sumisas (o sea, una tercera parte del total de mujeres que se veían en las cubiertas de los videojuegos), y nunca aparecía ningún varón adoptando esa pose sumisa.

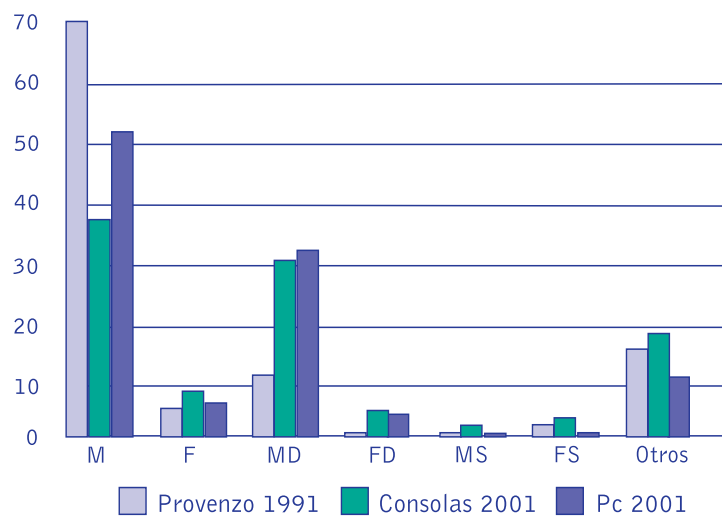
Provenzo observó, que el argumento de diversos videojuegos se centraba en el secuestro de un personaje femenino, a quien el protagonista (normalmente un hombre) debía rescatar. Habitualmente, este eje argumental suele reflejarse también en las portadas. Esta observación conduce a un segundo tipo de análisis: contabilizar en cuántos juegos el personaje femenino es secuestrado o está prisionero. Lo hizo con los mismos juegos pero a través de un cuestionario dirigido a jugadores/as. Pues bien, el secuestro se daba en 13 de los 47 juegos (un 30% aproximadamente). Se trata de una proporción muy alta teniendo en cuenta que 11 de esos juegos eran simuladores deportivos. Como era previsible, sólo en escasas ocasiones los secuestrados son hombres y en ningún caso son rescatados por una mujer. En suma, este autor se plantea la intensidad con que estos temas de secuestros de mujeres (siempre sumisas y desvalidas) y rescates por parte de figuras masculinas impregnan a los niños y niñas.

En otro estudio relacionado que hizo pedía a niños y niñas que dibujasen y describiesen a los personajes femeninos y masculinos de algunos videojuegos. Las mujeres eran descritas como los personajes menos interesantes, tanto por los niños como por las niñas. Los videojuegos y su contenido representan universos simbólicos que son espontáneamente consentidos por la población general. Puede entonces argumentarse que los videojuegos son instrumentos para la hegemonía social, política y cultural. (Provenzo, 1991, 115).

Según Provenzo (1991, 117), si como algunos investigadores sostienen, los videojuegos constituyen la forma de introducirse en el mundo del ordenador para niños y adolescentes, entonces las mujeres sufren una doble injusticia: está ofreciéndose una imagen «sexotipada» de ellas y, a un tiempo, se les está desmotivando en el uso de ordenadores; este hecho puede suponer una desventaja significativa para su futuro educativo y su profesión potencial. En este proceso, no sólo juega en su contra la cultura hegemónica sino también que el ámbito de los ordenadores es predominantemente de dominio masculino.

Cinco años después de el estudio de Provenzo, en España, Estalló (1995) aplica los criterios de Provenzo a la lista de videojuegos más vendidos en el mes de junio de 1993, analizando las cubiertas de estos videojuegos. Este autor apunta que los nuevos juegos van eliminando progresivamente las connotaciones sexistas. Afirma que los resultados de su investigación atestiguan que ha habido “una notable disminución de la presencia de estereotipos sexistas tradicionales en los videojuegos” (1995, 66), dado que han disminuido el número de personajes masculinos y se han duplicado el número de personajes femeninos; el número de hombres en actitudes dominantes es similar al que encontró Provenzo, pero sube en proporción al número de hombres totales y aparecen juegos en los que hay mujeres en claros papeles dominantes; aumentan los hombres sometidos y disminuyen las mujeres.

Urbina Ramírez y otros (2002) replican el estudio de Provenzo diez años después sobre portadas de 79 juegos para consolas y 87 para PC.



Urbina Ramírez y otros (2002)

En cuanto a los juegos de consola, concluyen que la diferencia entre personajes masculinos y femeninos es abrumadora, a favor de los primeros. Si bien hay un notable descenso de personajes masculinos en las portadas de juegos actuales de consola respecto a los estudiados por Provenzo (un 36% frente a un 68,59%), el porcentaje de figuras masculinas dominantes ha aumentado en casi veinte puntos. Se aprecia también que, entre los personajes masculinos, los personajes sumisos son casi inexistentes. Constatan una mayor presencia de la figura femenina aunque no de manera proporcional al descenso de la figura masculina. Aumenta la figura femenina dominante (4,36%), que no aparecía en el estudio de Provenzo. Pero, aunque se haya producido un aumento en el número de personajes femeninos, como contrapartida habían aumentado también, casi en el mismo porcentaje, las figuras femeninas sumisas.

En cuanto a los juegos para PC ven que no hay mucha disparidad con los datos del estudio de Provenzo. Al igual que en las consolas aumenta notablemente la figura masculina dominante. Por otro lado se mantiene la inexistencia de figuras masculinas sumisas. Aumenta el porcentaje de personajes femeninos dominantes y desaparecen los personajes femeninos sumisos.

Concluyen finalmente que “transcurridos algo más de diez años desde el estudio de Provenzo, el cambio de sensibilidad social relativo al tema no parece haber producido grandes modificaciones en el tratamiento de la figura femenina en los videojuegos” (Urbina Ramírez y otros, 2002).

Además de estas investigaciones de Provenzo (1991), Estalló (1995) y Urbina Ramírez y otros (2002), que han intentado clasificar los videojuegos en función del rol sexual, la mayoría de las investigaciones que se han hecho sobre videojuegos coinciden con los anteriores en que los videojuegos tienden a ensalzar una figura masculina distorsionada donde sólo caben roles asociados con la fuerza, la valen-

tía, el poder, la dominación, etc..., mientras que la figura femenina se conforma a partir de la fragilidad, la pasividad o la sumisión, apareciendo siempre como un ser pasivo o bien como un objeto decorativo (Levis, 1997).

Ferry Toles en el año 1985 (citado por Provenzo, 1991), tras el análisis de cien videojuegos, observó que el 92% de ellos no incluía ningún personaje femenino, y del 8% restante, la mujer representaba papeles pasivos en un 6% de los casos, en tanto que sólo en el 2% de los videojuegos aparece una mujer como personaje central con un papel activo.

Otra investigación realizada por Christina Ward Gailey (1993) demuestra que los personajes siguen siendo representados según estereotipos de género tradicionales, en los que aparecen las "princesas" buenas y pasivas, como objetos que motivan la acción y, por otro lado, aparecen las mujeres malas y eróticas, que son representadas como competidoras.

Estos datos coinciden con la investigación realizada por *Children Now* en el año 2001 (Conocedoras, 2003), sobre los 27 juegos más vendidos en Estados Unidos para consolas de Sega, Sony y Nintendo. Encontraron que «sólo el 54% de los juegos incluía personajes femeninos, comparado con el 92% que contaba con personajes masculinos». Por otra parte, los personajes femeninos eran normalmente violentos, mientras que más de un tercio presentaba imágenes corporales poco realistas y muchos de ellos «exhibían características estereotípicas, como desmayos y voces de tono agudo». Además, los personajes masculinos suelen aparecer como competidores (47%), con músculos exagerados, mientras que los femeninos suelen ser «asistentes» que dan información pero no actúan (32%). Las mujeres acostumbra a ser representadas gritando, cuidando a alguien o llevando ropa sexy. Como podemos ver, no ha habido mucha evolución en sentido positivo en estos últimos años, pues los datos son bastante similares a los nuestros del año 2003.

En un estudio incluso anterior, realizado por Dietz (1998), vuelven a aparecer cuestiones similares a las ya comentadas. Se analizan 33 juegos de consolas Nintendo y Sega, poniéndose de manifiesto que tan solo en un 15% de los casos aparecían las mujeres como heroínas o personajes de acción. Un rol corriente de la mujer es aparecer como víctima; por otra parte, en la mitad de casos suelen ser princesas. Otro rol es el de la belleza; mujeres con grandes senos y reducida cintura. En conjunto, mientras hay casos en que la figura femenina es vista a través de modelos de rol positivos, en general, la mayoría de los juegos minimizan el papel de la mujer. Muchos de los juegos descuidan la presencia de personajes femeninos y además, cuando aparecen, lo hacen como dependientes de los hombres (incluso como víctimas). Son con frecuencia presentadas como objetos sexuales o con un papel menos relevante que los hombres. Adicionalmente, encontraron que el 21% de los juegos incluían algún tipo de agresión o violencia directa a mujeres.

Etxeberría Balerdi (1999) concluye igualmente que es evidente la existencia de estereotipos en los videojuegos relacionados con las figuras masculinas y femeninas que van en perjuicio de las mujeres, puesto que aparecen en menor proporción, y cuando lo hacen tienden a ser representadas en actitudes pasivas, dominadas o secundarias, mientras que los varones están más representados, en actitudes más activas y dominadoras.

“Un recorrido por la investigación sobre estos juegos nos muestra que efectivamente la agresión es una de sus características claves y en especial, la presencia de figuras masculinas violentas, muchas más de las que se ven, incluso, en la televisión. En la mayoría de los casos, las mujeres o son invisibles, o se muestran como víctimas o victimarias. Lo mismo ocurre en las tapas de presentación donde abundan figuras masculinas muchas con características agresivas o dominantes. En una realidad marcada semióticamente en términos de diferencia y oposición entre varones y mujeres, ser visible o invisible, dominante o dominado, privilegiado o marginal, poderoso o débil tiene enormes implicaciones en la conformación de la subjetividad y la percepción del lugar que cada uno ocupa en el mundo. De ahí que estos “detalles” de un producto cultural de tanta penetración en la niñez y juventud tengan una gran importancia” (Bonder, 2001, 17).

En este mismo sentido, la FAD (2002, 205) afirma que los videojuegos al “contar con un público de amplia mayoría masculina, potencian los argumentos que, tradicionalmente, se asocian a las preferencias de los hombres (deportes, luchas y estrategias), argumentos que contarán con sus respectivos personajes prototípicos, iconos de ficción del mundo masculino (deportistas de élite, forzudos guerreros, militares de camuflaje...). (...) Tal es la aceptación del planteamiento que incluso los personajes femeninos (pocos, bien es cierto) se interpretan en clave masculina: la heroína de la aventura, respuesta al atlético luchador, es vista como una despampanante mujer diseñada para atraer a los hombres en base a sus encantos físicos, y no como una inteligente, ágil e independiente aventurera con la que se podría identificar una mujer”.

Los datos de nuestra investigación

Hemos constatado que en los 250 videojuegos revisados, hay un claro predominio de los personajes o figuras masculinas (77%), frente a un escaso 16% de videojuegos en los que predomina la figura femenina y un 7% en los que hay una proporción semejante.

En cuanto al rol que desempeñan las mujeres en estos videojuegos, podemos ver cómo predomina un “estilo de interacción pasivo” (77%), cuyos rasgos se identifican con la inhibición de los propios deseos y la vivencia en función de los otros. Si comparamos el rol de participante⁹, podemos ver cómo las mujeres desempe-

⁹ Las personas participantes son personajes que siguen las instrucciones de quienes juegan, pero que generalmente no tienen personalidad propia o carecen de destrezas.

ñan el papel pasivo de mera participante en un 32%, mientras que los hombres sólo en un 4%.

Pero hemos querido analizar también el “estilo de interacción” que presentan las mujeres cuando toman un papel activo. Es sorprendente, en este sentido, cómo el papel activo se define más por un “estilo de interacción agresivo” que supone una copia del modelo masculino asertivo”, que por un “estilo de interacción asertivo”, caracterizado por un tipo de funcionamiento basado en la comunicación y el diálogo, en la toma de decisiones de forma racional, reflexiva y autónoma.

Aunque hay un 16% de videojuegos en los que la protagonista es una mujer, en la mayoría de las ocasiones (Lara Croft, Alias, etc.), las actitudes y acciones de ellas son similares a las de los hombres, tendiéndose a una progresiva masculinización de la figura femenina y una exaltación de los valores y roles tradicionalmente masculinos. Aunque es cierto que la figura femenina como protagonista de los videojuegos va en aumento, sin embargo no deja de ser una “réplica” del perfil masculino del protagonista. Son los mismos videojuegos que anteriormente estaban protagonizados por hombres, los que ahora se les pone una mujer al frente. Lo único que cambia son los atributos sexuales de la protagonista.

Además se ve cómo más de la mitad de los personajes femeninos son personajes de apoyo, mientras los personajes masculinos son principalmente protagonistas activos (en el 85% de los videojuegos revisados). Estos personajes femeninos de apoyo, aunque proporcionan una información muy útil al jugador/a, sin embargo no participan en ninguna acción. Además, un 18% de los personajes femeninos son meras comparsas o meros personajes que comunican algo pero que no transmiten ninguna información relevante o útil. Sumando estos dos aspectos se llega a la conclusión de que el 50% de los personajes femeninos son simples espectadoras del juego.

En lo que hace referencia a los estereotipos de género, los personajes masculinos participan con más frecuencia que los femeninos en acciones que implican una agresión física (87% y 42% respectivamente). Sin embargo, los personajes femeninos tienden a usar la agresión verbal con más frecuencia que los masculinos (9% contra 5% en los hombres) y gritan con más facilidad que los hombres (18% contra 5% de hombres). Cuando se consideran comportamientos tradicionalmente asociados a las mujeres, ellas parecen más propensas que los hombres a compartir y ayudar (32% contra 15% de hombres) y más propensas a mostrar ternura (8% contra 2% de hombres). Aunque hay que reseñar que la cooperación o la ayuda que se da en los videojuegos por parte de las mujeres tiene una connotación en muchos casos negativa, puesto que se establece en un marco de sumisión hacia un hombre dominante al que le ayuda, le apoya, etc.

Los hombres se presentan muy agresivos y tienden a usar la violencia en una proporción mayor que las mujeres (76% frente a un 14%). Dos tercios de los

personajes masculinos (63%) participaban en acciones agresivas y sólo un 33% de personajes femeninos hacían lo mismo. Además, los hombres generalmente aparecen, en una proporción de 3 a 1, menos afectados por la violencia que las mujeres, bien porque son indiferentes a ella o porque no mostraban ningún sentimiento al respecto. El 33% de las mujeres aparecen expresando sus sentimientos frente a un 11% de los hombres.

Los estereotipos de rol

Tal y como presentamos en los resultados de la aplicación de cuestionarios, así como en el resto de los instrumentos de investigación, las conclusiones en este sentido de nuestra investigación también son contundentes. Los personajes femeninos aparecen habitualmente en tres claves obviamente estereotipadas y estereotipantes:

- ❑ Modelo masoquista: Mujeres pasivas y sumisas, que son víctimas (Jill Valentine de *Resident Evil*) que han de ser rescatadas (princesa Peach de *Super Mario Bros*), que van en segundo plano, que complementan al hombre (, cuya función está al servicio del hombre (*Vice City*), con una imagen frágil y dolorosa (*Silent Hill*). Son pacientes y aguantan (Kairi de *Kingdom Hearts*), pero viven y mueren en función de los hombres.
- ❑ Modelo sádico: Mujeres que reproducen el "arquetipo viril", se comportan como hombres (*Mortal Kombat* o *Tekken*) pero con atributos físicos exagerados (Lara Croft, *Dead or Alive*). Incluso en estos casos, su función está al servicio de los hombres utilizando sus "encantos" (Natasha Nikochevski de *Comandos*).
- ❑ Modelo "barbie": Mujeres consumistas, superficiales, decorativas, centradas en la imagen y la apariencia (*Bratz*, *Barbie*). Reproduce los estereotipos más tradicionales sobre las mujeres y son los denominados "videojuegos rosa" que surgieron para atraer a las chicas al mercado de los videojuegos.

Pero todos estos modelos responden a la proyección de la imagen que tienen los hombres sobre las mujeres. Pensemos que en el imaginario colectivo sigue siendo el hombre quien reproduce el ámbito social, le confiere orden y equilibrio, pero también genera el caos social con el ejercicio de la guerra. La mujer, sea en el ámbito que sea, al final siempre es modelada y representada desde los parámetros masculinos.



Duke Nukem 3D. Apogee

El modelo masoquista

El primer modelo quizá es el más extendido. La pasividad es uno de los componentes más fuertes y constantes del rol femenino en los videojuegos. Por ejemplo, en el videojuego *Post Mortem*, se inicia el juego porque una mujer nos pide ayuda para resolver un asesinato. Se habla de otra mujer, Bebé (se la denomina por el apodo, no por su nombre), cuyo rol es ser "amiga íntima" del protagonista masculino, La madre de Jacques Hellouin, el principal sospechoso, también tiene un papel totalmente pasivo: su función es dejar entrar en su casa y abrir el pasadizo del ático al protagonista. Similar rol cumple la portera de la casa de Hellouin, que por supuesto es una mujer.

do, no por su nombre), cuyo rol es ser "amiga íntima" del protagonista masculino, La madre de Jacques Hellouin, el principal sospechoso, también tiene un papel totalmente pasivo: su función es dejar entrar en su casa y abrir el pasadizo del ático al protagonista. Similar rol cumple la portera de la casa de Hellouin, que por supuesto es una mujer.

"El cultivo de la aspiración al sometimiento se refuerza por las formas atávicas de responder a costumbres y normas. Mandatos ancestrales como la sumisión, el silencio y la obediencia están tan asimilados, ideológica y culturalmente, que su transgresión conlleva el miedo a perder la aprobación, la aceptación y el temor de ser marginadas" (Muñoz Luque, 2003, 10).

Una perversión aún mayor, si cabe, se produce cuando del estereotipo de pasividad se pasa ya claramente al mito de la mujer como objeto. En este mismo videojuego de *Post Mortem*, el comentario de la revista *Micromanía Soluciones* (132) es claro a este respecto: "Bebé es una amiga íntima de Gus, aunque no tiene muchos reparos para tontear con otros hombres". Ciertamente es escandaloso el rol que desempeña aquí la mujer: tontear. A la mujer se la ve como frívola (el verbo tontear supone que hace algo tonto) por establecer relaciones con diversos hombres. Por lo que se insinúa que "pertenece" o es propiedad de alguien, y que flirtea con otros si establece algún tipo de relación con ellos. Nunca sería este el calificativo respecto a un hombre que tuviera muchas relaciones con mujeres. Como siempre, parece que el centro de la vida de las mujeres es la vida privada, la relación, y además una relación ligada al componente sexual. La esfera pública, de acción, de transformación de la realidad y del mundo sigue siendo para los hombres.

Son ellos los 'salvadores del mundo', y ellas las víctimas rescatadas, salvadas, redimidas. Lo cual implica que ha de deberle eterno agradecimiento y adoración al rescatador. Esta visión se repite en las imágenes de muchos de los videojuegos.

Incluso cuando ellas protagonizan algunos videojuegos, los comentarios sobre ellas siguen girando en torno a los mismos tópicos estereotipantes. "Para evitar que tan grave amenaza para la humanidad se lleve a término, los gobiernos del mundo envían a dos agentes secretos... bueno, y luego a Nina Williams, una asesina con cuerpo escultural de modelo publicitaria que no se sabe muy bien qué pinta por allí, pero que siempre adorna" (*Planet Station*, 2003, nº 59, 27). Y eso que ella es la protagonista del videojuego.



BloodRayne. Terminal

El modelo sádico

Cada vez más videojuegos incorporan a la mujer como protagonista, no utilizando su presencia para estimular al hombre jugador, sino que resaltan más la inteligencia frente a la fuerza o el aspecto físico: Kate Walter, protagonista de *Syberia*; April Ryan, de *The Longest Journey*; Grace Nakimura, de la saga *Gabriel Knight*; Jade, de *Beyond Good and Evil*. Esto abre el abanico de posibles compradoras al público femenino.

No olvidemos que el fin último de las empresas diseñadoras de estos videojuegos es vender. Y que su criterio de idoneidad de un videojuego se define en función de los beneficios que reporte, no por sus elementos educativos o por los valores que fomente. Por eso están incorporando progresivamente a las mujeres como protagonistas de los mismos. “Los diseñadores de videojuegos no pueden pasar por alto que el número de chicas que se acerca a un pad o a un teclado crece cada día que pasa. Es más, una encuesta divulgada por la asociación del software del entretenimiento (ESA) arrojó la siguiente conclusión: el 26% de los jugadores son mujeres de 18 años o mayores, mientras que el 21% son chicos de 6 a 17 años. Títulos como *Los Sims* o cualquier aventura gráfica cuentan con un gran número de seguidoras, y sin duda es ese éxito entre el público femenino el que hace que algunos de ellos vendan mucho más de lo que es habitual” (Pita, 2004, 31).

Pero el rol que desempeñan habitualmente las protagonistas de videojuegos que podemos clasificar dentro de este segundo modelo, reproduce toda la carga de los estereotipos del mundo masculino. Ha sido emblemático el caso de *Tomb Raider*, donde Lara Croft asumía el papel de una Indiana Jones femenina.

En un videojuego de carreras de coches como es el *Ridge Racer*, en su entrega “*R: Racing Evolution*”, la persona que juega asume el papel de Gena, una joven piloto cuya principal rival será otra chica, Rena, a quien se la caracteriza como “una chica con malas pulgas”. Ambas, por supuesto, con escotes impresionantes dejando entrever senos prominentes. Claro está, que el juego no cambia para nada en su estructura básica, sólo se resalta la competitividad entre ellas. Como ya comentamos, para lograr el éxito, las mujeres deben ser similares a los hombres ya que “las mujeres virtuales” de los videojuegos tienen características masculinas y por ello “son aptas para combatir”. Siguen manteniendo los estereotipos convencionales: “sin duda el detalle más original del juego –Red Ninja– es que Kurenai –la protagonista– podrá utilizar sus ‘artes femeninas’ para distraer o desarmar a sus adversarios” (*Planet Station*, 2003, nº 59, 29).

Lo vimos igualmente en *Bloodrayne* donde insistíamos en que este modelo de protagonista femenina está extendiéndose a muchos videojuegos actualmente: “espectacularmente dotada en su físico”, que se comporta “como un hombre” y cuya acción repite los esquemas masculinos.

El problema es que ésta parece ser la forma en que se está incorporando a la mujer actualmente al mundo del videojuego. Debido a las protestas de sexismo de los videojuegos, lo que se han limitado es a “calcar” a los hombres, pero poniendo en su piel a una mujer “exuberante”. Con esto, como vimos, se consiguen dos objetivos: seguir atrayendo al público masculino por la acción que se desarrolla en el videojuego (no cambia nada) y por la imagen de la protagonista que representa el modelo “ideal” de mujer de la estética masculina actual.

“La presión por inducir las en ese nuevo rol, es creciente y permanente. En los últimos tiempos son múltiples las heroínas destructoras de los telefilms, que expertas en el uso de las armas y las mortíferas técnicas de ataque, ejecutan con extremada frialdad las misiones tradicionalmente encomendadas a los “héroes” masculinos. Ellas, perversamente seductoras y crueles no escatiman en asesinar ‘al más puro estilo masculino’” (Fernandez-Obanza, 2003).



SuperMario. Nintendo

Modelo “barbie”

Si bien la mayoría de los videojuegos todavía están pensados para atraer más al público masculino, se está tratando de incorporar al mercado al público femenino. El problema es que los videojuegos pensados específicamente “para niñas”, como el juego de diseño de ropa para la muñeca Barbie, reproducen los estereotipos de género habituales en los juguetes sexistas y en la cultura sexista en general.

Mientras el “Príncipe de Persia” lucha entre palacios y destruye zombis a mansalva, Barbie lava a su perrito o prepara pastelitos en su cocina mágica. Un mundo bipolar cuyos límites, para ellas, se quedan entre los muros del hogar y, para ellos, se extiende más allá del universo conocido...

Y, como dice Nieto (2003) cuando la barbie no está en la cocina, aparece convertida en todo un objeto sexual. Así, las Bratz, con los labios y ojos pintados y “tan atrevidas como tú”, prometen a sus jugadoras brillar en la pista y por la noche. Eso sí, como buen objeto, la niña-mujer persiste en su ancestral actitud pasiva.

En 1994 Sanctuary Woods, una empresa de videojuegos, sacó al mercado el primer videojuego destinado a un público femenino: *Hawaii High: The Mystery of the Tiki*. El diseño había sido realizado por Trina Roberts, que había sido diseñadora para “Wonder Woman” y “Barbie Comics”. El videojuego no tuvo éxito. Sin embargo, este videojuego fue el precursor de toda una saga de videojuegos destinados a una “clientela femenina”, logrando establecer las características fundamentales de estos “juegos para chicas”: “argumentos centrados en el carácter y la personalidad de los y las protagonistas; historias cuyo argumento se basaba en las relaciones de amistad y el encuentro social; diseño visual gráfico con colores brillantes y llamativos” (Cassell y Jenkins, 1998, 10).

Lo cierto es que ninguno de estos juegos destinados específicamente al público femenino llegó a tener un gran éxito. El éxito de estos juegos llegó con la aparición de *Barbie Fashion Designer*. Su éxito extraordinario (se vendieron más de 500.000 copias en los dos primeros meses) despertó el interés de los productores de videojuegos, que empezaron a ver en el público femenino un mercado potencial muy atractivo.

Basándose en best seller o manuales de autoayuda dirigidos a jóvenes adolescentes (*Reviving Ophelia: Saving the Selves of Adolescent Girls* y *SchoolLETICIA-girls: Young Women, Self Esteem and the Confidence Gap*¹⁰) los productores construyen un modelo de mujer en los videojuegos basado en los "valores tradiciones" de la "mujer estadounidense". Eso sí, justificando este modelo en que de esta forma se potenciaría la autoestima de las jóvenes.

"La cultura de la muñeca Barbie construyó una representación estereotipada de género, que incluía textos culturales multimediales, imágenes y objetos" (Bonder, 2001, 17). Justine Cassell y Henry Jenkins (1998) muestran que si bien ofrece una diversidad de estímulos artísticos, su interactividad es muy limitada. Permite la creación de vestimentas tradicionales (faldas, vestido de novia), pero no motiva la posibilidad de imaginar atuendos no convencionales como ropa de mecánica o de policía.

Cuando los creadores del Pac Man se propusieron atraer a las jugadoras, le agregaron un moñito a su personaje y crearon a Ms. Pac Man. Casi veinte años después, Nintendo sacó a la venta su conocido Game Boy decorado en colores rosado y púrpura, en un esfuerzo por tratar de que la consola pareciera dirigida a las niñas.

Si las chicas consideran, en general, los videojuegos violentos aburridos, demasiado repetitivos y carentes de una historia o un argumento elaborado, es muy difícil encontrar títulos comerciales que atraigan realmente a las chicas. Ante ello se han generado toda una gama de "juegos de color rosa" que suelen tener como tema los intereses que los productores de videojuegos consideran «específicos de las chicas», como el maquillaje y la moda.

Este modelo ayuda a mantener sistemáticamente un estereotipo que se consideraba superado ya en los años 70, pero que parece volver a renacer con fuerza en el mundo del juego dirigido por los intereses comerciales que buscan generar una demanda diferenciada que facilite mayores ventas¹¹. "Los fabricantes de juguetes

¹⁰ Estos libros son una especie de manuales de autoayuda que se han extendido por toda Norteamérica en los que se presenta el modelo de mujer que deben seguir todas las adolescentes y se les da consejos para llegar a ser una buena esposa, ama de casa y mujer feliz (Piper, 1994; Orenstein, 1995).

¹¹ No interesa que un niño y una niña, especialmente si son hermanos, compartan el mismo juego, puesto que esto reduciría las ventas en un 50%. Cuanto mayor sea la diferenciación, mayores beneficios generará la demanda de diversos productos. Y el criterio no es el educativo, es la ganancia.

y sus respectivas agencias de publicidad siguen empeñados en utilizar la diferencia de género como herramienta de venta a toda costa, tal que si el tiempo se hubiese detenido para ellos en 1935" (Nieto, 2003, 12).

Incluso en los videojuegos protagonizados por animales, es muy distinto el papel de los machos al de las hembras, repitiendo los mismos estereotipos sexistas. Las perras se contonean "coquetamente" al caminar, los machos son duros, valientes y decididos, los que salvan, los que solucionan los problemas, etc.

En definitiva, podemos concluir diciendo con Gros (1998, 61-62) que "acostumbran a ser los personajes masculinos los que tienen el monopolio de la palabra y llevan la iniciativa para tomar las decisiones ante la acción; de esta forma se determinan actitudes propias de un solo sexo o difícilmente asumibles por ambos". Por lo que para las chicas los videojuegos reproducen y fomentan estereotipos sociales basados en el papel preponderante del varón (siempre son los que salvan, los mas listos) situando a la mujer en un plano secundario y pasivo.

Así, no solo explícitamente, sino apoyado en los deseos y fantasías que alimentan minúsculas vestimentas, pechos insinuantes, cuando no al descubierto y constantes situaciones claramente sexuales, el jugador y la jugadora tienen claro el rol que cumple la protagonista femenina de su juego. Se aprende de lo que se juega y sobre todo de la manera en que se juega y los papeles que se asumen. Nuestra socialización es un proceso de aprendizaje en buena parte por imitación, tendiendo a reproducir los modelos y arquetipos sociales que se repiten en nuestro entorno.

El sexismo implícito: los valores de la cultura “macho”

La cultura sexista no alude únicamente al rol que desempeña la mujer en estos videojuegos, o al lenguaje sexista que se emplea en los mismos, ni siquiera a la imagen de la mujer que en ellos se presenta, sino que hace referencia, también, a la construcción de un mundo virtual basado en lo que podemos denominar la “cultura macho”.

Esta cultura exalta unos determinados “valores”, si es que así los podemos denominar, ligados a una visión del mundo como una especie de “gran juego” en el que dominar se convierte en el objetivo primordial. Es en este contexto, con la mirada vuelta hacia lo instintivo, lo ‘salvaje’, lo primitivo, donde se exaltan actitudes como la agresividad, el desprecio a los sentimientos, la impulsividad instantánea, el riesgo desmedido, la competitividad, etc., que esos “valores” se convierten en “virtudes”. Se valora la competencia, el ansia por sobresalir y destacar por encima de los y las demás, la necesidad de demostrar la fuerza y el “valor”, el sentimiento de superioridad, la necesidad de poseer, la acción, el coraje, la insensibilidad, el deseo constante de enfrentarse a otras personas y buscar situaciones de peligro,... Todo ello dirigido a cubrir una necesidad egocéntrica de dominar y vencer, ya se trate de guerras, mujeres o estatus social.

En nuestra civilización jerarquizada, los que están arriba, y no olvidemos que los hombres siempre lo han estado, son los que han ido construyendo un modelo en el que lo significativo, lo valioso, es aquello que se ajusta más fácilmente al “esquema viril”. Es el denominado “síndrome de John Wayne”, un código de conducta explícito aunque no escrito, un conjunto de rasgos masculinos que hemos aprendido a venerar desde la infancia (Gerzon, 1982). Estos rasgos incluyen la insensibilidad y la competitividad.

Es lo que Muñoz Luque (2003, 8) denomina el “paradigma civilizatorio que regula la vida desde la concepción hegemónica del poder entendido como dominación, mediante la posesión exclusiva y excluyente del conocimiento, el dinero y la violencia, que fragmenta y jerarquiza la realidad y también a los seres humanos en dualidades opuestas, dualidad que justifica el doble discurso, la incoherencia y la distorsión entre pensar, sentir, decir y hacer, como forma normal de vida (...). Por lo tanto, es un universo simbólico que establece la violencia, intrínseca a toda relación de dominio-sumisión como un ingrediente natural de la vida. Asimismo, dicha violencia se ejerce entre unos pueblos y otros, bajo el dominio del tipo ‘hombre-adulto-blanco-guerrero’ cuyo poder económico excluye al Tercer Mundo (...), pone en jaque el futuro de nuestro planeta (...) Este modelo civilizatorio se aprende en la infancia por imitación a través de los procesos de socialización, que incluyen la introyección de los mandatos de género”.

El investigador de la Universidad Iberoamericana de Puebla, José Fernando Huerta Riojas, quien realizó su tesis de postgrado sobre el tema, asegura que los videojuegos resaltan la violencia como una forma de masculinidad y con ello exacerban la discriminación hacia las mujeres. El mensaje de los videojuegos para las personas adolescentes es asesinar al vulnerable, que generalmente es representado por mujeres, negros y tras la invasión de Estados Unidos a Irak, por árabes y soldados iraquíes. Los juegos virtuales reafirman la idea de que para lograr el éxito, las mujeres deben ser similares a los hombres ya que "las mujeres virtuales" de los videojuegos tienen características masculinas y por ello "son aptas para combatir". Califica los videojuegos como una nueva y moderna forma de exclusión y violencia de género con la que las personas jóvenes se identifican (*Cimacnoticias.com*, 23 de abril de 2003).

"Se trata de un problema social y, como tal, impregna todos los subsistemas del simbólico establecido de manera subliminal. Es, por lo tanto, un fenómeno estructural al que Galtung denomina 'violencia cultural' porque se manifiesta legitimada a través del lenguaje, la historia, la filosofía, el arte, la ciencia, la economía, la política, etc., y, en consecuencia, se vive como un elemento propio y natural de las relaciones humanas. Se transmite oculta en los respectivos procesos de socialización. En el proceso masculino se transmite mediante la sutil asociación entre virilidad-patriotismo-guerra. El imaginario colectivo la configura a través de la figura del héroe, cuya máxima exaltación se halla en la guerra, que se convierte así en el clímax del rito identitario masculino, es decir, en 'la máxima expresión de la hombría', tal y como acostumbramos a ver en el cine, en el resto de las artes, en la televisión, vídeos, videojuegos, etc." (Muñoz Luque, 2003, 10).

Se les hace pensar en la guerra como una aventura. Jugar con juguetes bélicos es una diversión que no conlleva dolor. Se considera que la guerra es una forma aceptable de resolver los conflictos o de acceder al poder. De hecho, como ya comentamos, no hay ni una sola guerra moderna que no tenga su versión en algún videojuego. Y cada vez se retrocede más en el tiempo para ir completándolas: Napoleón, Julio César y sus conquistas, etc.

"Hay una idealización de la guerra a través de los juguetes bélicos, los libros, las películas, los videojuegos, los programas de la televisión y la excesiva importancia que se da a la competición, a la victoria y al sacrificio en el deporte, prepara a los jóvenes para que años después sacrifiquen, demasiadas veces sus cuerpos y sus vidas en la guerra" (Miedzian, 1991, 90).

Desde la antropología se ha observado que en la mayoría de las culturas la difundida práctica de la guerra explicaría el complejo de supremacía masculina y la actitud de dominio. La práctica constante de la guerra explicaría el entrenamiento de los varones en la combatividad y la correlación entre ésta y la formación de su identidad: "la virilidad".

Como dijimos comentando el videojuego *Age of Empires*, esta concepción supone una visión de la vida unidimensional, en la que prima la victoria sobre la justicia, la competición sobre la colaboración. No hay posibilidad de empatía, de comprender y acercarse al "otro" o a la "otra" diferentes. Los valores ligados al cuidado, la atención de las personas más débiles, la expresión de los afectos, quedan fuera de cualquier consideración posible. Sin piedad, ni compasión. La guerra es el elemento central y la finalidad esencial que motiva la acción a través de todo el juego. Es un mundo de hombres y para hombres. Es la idea con la que Phillip Cimbrado resumió la filosofía que encierran los videojuegos: 'cómelo, machácalo y quémalo; la mayoría de los videojuegos alimentan las fantasías masculinas de poder, control y destrucción'.

Estalló (1995, 64) afirma que esta visión es limitada y sólo aplicable a un pequeño número de la primera generación de videojuegos. Pero nos tenemos que preguntar si esta no es la imagen dominante de buena parte de los videojuegos con los que las personas jóvenes y los niños y niñas están jugando habitualmente, pues como vimos en el análisis de los videojuegos las acciones que predominan en los mismos son no sólo competir (93%) sino también matar, luchar y agredir (73%). Y los valores que se exaltan son la competitividad (72%), vale el que gana (98%), venganza por encima de justicia (30%), fuerza para conseguir objetivos (81%), violencia como estrategia (84%), estereotipo de los roles de la mujer (98%), exaltación de la dureza del hombre y de la belleza en la mujer (98%), los/as otros/as son mis enemigos (83%). Por lo que vemos claramente que esta tendencia no sólo no remite, sino que parece ir cada vez a más.

En este tipo de videojuegos una idea distorsionada de lo masculino es elevada a categoría de universal y válida. En ella sólo se dan valores como el poder, la fuerza, la valentía, el dominio, el honor, la venganza, el desafío, el desprecio y el orgullo. Es la cultura macho. Por el contrario, lo femenino es asimilado a debilidad, cobardía, conformismo y sumisión. Los protagonistas masculinos o los héroes de estos videojuegos son definidos mayoritariamente como "gente dura", y cada vez más también las mujeres protagonistas.

Gros (1998, 63-64) afirma que el videojuego "transmite los valores propios de la sociedad de consumo occidental: frivolidad, competitividad, seguridad, importancia de la propia imagen física y social, todo ello con evidentes tintes sexistas, racistas y, a veces xenófobos. El patrón que más vende es la transmisión de valores 'activos'. Nuestra sociedad los relaciona con la fuerza, la decisión, la autoridad, la inteligencia, la audacia, el orgullo, la agresividad, la riqueza, el poder, el prestigio, la exaltación del esfuerzo y la acción arriesgada. (...) Héroes de raza blanca personifican exploradores, aventureros, soldados colonizadores, legionarios... Representan los valores más aceptados en nuestra sociedad. Los valores 'pasivos' son los relacionados con la obediencia, el respeto, la honestidad, la resignación, la lealtad, el cumplimiento del deber,

la bondad...; valores altamente necesarios pero que suponen la conformidad, la propia aceptación de la situación social y la del orden establecido”.

Pero lo podemos constatar igualmente en el análisis documental de los anuncios que hemos hecho de los videojuegos en las revistas del sector. En una de ellas, para publicitar el videojuego *Alfred's Adventure* se dice con el fin de estimular su uso: “¿cómo te vas a comportar en esta aventura, como un gallito o como una gallina?” (*Game Boy*, 2001, 64, 30). Como vimos en los resultados del análisis documental realizado la publicidad de las revistas sigue estableciendo una relación proporcional entre la violencia de un juego y su calidad. Esta cosmovisión que se propone con todos estos comentarios potencia un determinado tipo de valores claramente delimitados.

Algunas personas, que han investigado sobre este fenómeno, alegan que esta concepción no tiene por qué influir inexorablemente en la visión y las creencias de las personas que juegan a videojuegos, puesto que podemos interactuar con los videojuegos, podemos manejarlos y no recibimos su influencia pasivamente como en el caso de la televisión. Pero tenemos que darnos cuenta que esa ‘interacción’ se produce siempre dentro de unos parámetros establecidos por las reglas determinadas por los fabricantes. Esas reglas son las que generan el contexto concreto en el que se desarrolla la acción del videojuego. Y es ese contexto, que exige esos determinados “valores” para poder sobrevivir en él y seguir avanzando, el que nos sumerge en una concepción sexista y violenta.

Lo más preocupante es que la conducta de los hombres, dentro de esta visión androcentrica del mundo, se toma como modelo, como norma. Por ello se ve normal que la conducta adecuada de la mujer sea aproximarse cada vez más a la conducta de los hombres.

“El modelo masculino se sigue considerando incuestionable y ha generado una norma para la conducta humana” (Miedzian, 1991, 132).

Según Cassell y Jenkins (1998, 35-36) las mujeres pueden hacerse pasar por hombres y utilizar los mismos videojuegos, pero lo contrario es imposible. Esto demuestra, para estos autores, lo masculinamente diferenciada que es nuestra sociedad, en la que lo masculino se ha convertido en la norma, en “el neutro” que engloba a los hombres y a las mujeres, mientras que lo femenino se asocia a la excepción, la ‘anormalidad’. La norma es siempre masculina y esto se aplica también a los videojuegos.

Veamos, pues, a continuación, el análisis de algunas de las características básicas de lo que hemos denominado “cultura macho” y cómo esto se plasma en el mundo de los videojuegos que hemos investigado.

La competitividad y el triunfo como esencia

La esencia de la mayoría de los videojuegos supone que los demás son rivales enemigos. Incluso aquellos juegos en los que se persigue la construcción de un imperio o un mundo, los medios que se utilizan (el comercio, la producción, las relaciones, etc.) son vías para fortalecerse económicamente y poder conquistar, ampliar o tener más.

Prácticamente en los videojuegos sólo parece haber situaciones permanentes de competitividad, de enfrentamiento. Son escasos, prácticamente inexistentes, los juegos que exigen la cooperación para conseguir los objetivos o las metas que pretenden. Y aquellos que favorecen una opción multijugador/a, aunque "cooperen" entre algunos/as, al final el objetivo es competir con los/las oponentes y derrotarles.

Esto potencia una visión de la competencia como única forma de relacionarse. De que la realidad está dividida en ganadores/as y vencedores/as. Y que lo mejor es estar en el "bando de los ganadores/as". Como recoge Gros de la propaganda de un videojuego: "Cuando has conseguido 4000 puntos en *Space Invaders* no serás nunca más un perdedor" (Gros, 1998, 13).

La mayoría de los videojuegos se construyen sobre la base de un tópico extendido y difícil de combatir, porque está asentado en la visión de la realidad de la mayoría de la población: el juego que provoca emoción, que involucra intensamente a sus participantes, es el que implica que haya un ganador y todos los demás se conviertan en perdedores. Desde este planteamiento es fácil entender que una forma de exaltar un videojuego, una forma de promocionar las "virtudes" de un videojuego como éste sea que "nunca más serás un perdedor". Porque el término "perdedor" es una categoría que descalifica a un ser humano. Es el tópico de "triunfador/a" el que alientan los medios de comunicación, la publicidad, los comentarios animosos entre las personas adultas y jóvenes. Es lo que se espera llegar a ser, el proyecto de futuro de las nuevas generaciones: llegar a ser una persona triunfadora. Y para eso se necesita no ser un perdedor, lo serán los otros, pero no uno mismo.

Incluso las carreras de motos, que antes eran juegos deportivos o simuladores deportivos, se están convirtiendo en campos de lucha donde la finalidad ya no es alcanzar la meta y vencer, sino ganar destruyendo a tus rivales. Como dice el comentarista de la revista *Hobby Consolas* al referirse al videojuego *XGra*, una versión de la saga denominada "Xtreme-G": "todo valdrá con tal de ganar (...): echar de la pista al contrario, utilizar potentes armas, destrozando los circuitos..." (58). ¿Son estos los valores en los que educamos en la vida y en los colegios a nuestras alumnas y alumnos? Insistimos: ¿son éstos los valores en los que queremos educarles?

Coincidimos con las investigaciones de Brunner, Bennett y Money (1998, 81ss.) quienes afirman que los videojuegos hacen hincapié en la primacía de la victoria sobre la justicia, de la competición sobre la colaboración. Por eso estos videojuegos les interesan más a los chicos. Ellos se centran en la conquista de un territorio, en acumular puntos, en la auto-afirmación a través del dominio. Es la lógica del ganar y perder. Frente a ello, a las chicas les interesa más lo que ganas y lo que pierdes, que el mero hecho de ganar o perder. Las chicas están más interesadas en las victorias dentro del ámbito personal, que en conquistar el mundo. Buscan más cómo pueden resolver los problemas a los que se deberán enfrentar como adultas, como por ejemplo, cómo trabajar siendo parte de un grupo, qué esfuerzos tendrán que hacer para lograr sus objetivos, etc. Su lógica prima la comunicación sobre el control y la "maña" sobre la fuerza; la persuasión por encima de la conquista. El romanticismo forma parte de la aventura para las chicas. Pero esto no tiene sentido en una competición donde lo que prima es vencer a cualquier precio.

Como muestra la investigación de la FAD (2002, 209) mientras los hombres asocian el prototipo de videojugador a la figura del "raro", aislado y un tanto asocial (el *freak*, empleando un anglicismo que ellos mismos enuncian), las mujeres tienden a asignar ese estereotipo a la totalidad de los chicos: ellos responden al jugador de videojuegos, son los que se "pican", los que viven la competitividad de manera exagerada, los que juegan demasiadas horas, los que sólo hablan de videojuegos, los que están al tanto de todas las novedades...

La violencia de la "cultura macho"

El segundo videojuego de la historia –de hecho, sería el pionero si consideramos su carácter de entretenimiento- ya contenía el elemento bélico como el objeto central del juego, otro de los rasgos más ideológicos y políticos de la "cultura macho" plasmada en los videojuegos. *Space War*ya ponía, a principios de los años 60, a las armas como protagonistas del juego. De ahí en adelante, el elemento belicista y violento sería una constante en la historia y evolución de los videojuegos.

"Los contenidos de los videojuegos nos colocan, en general, ante los abismos del ser. Es decir, la lucha a muerte, el reto absoluto –del todo o nada- la persecución implacable, la prueba imposible... y, sobre todo, la violencia. Una violencia total que se recrea con morbosidad en la destrucción y aniquilación del contendiente y que, además, simula ser infinita. Los videojuegos parecen vulnerar para los niños y adolescentes terrenos que los adultos hasta entonces han considerado tabúes. En un videojuego –siempre simulada, pero cada vez más gráficamente- se puede no sólo matar a cientos de contrincantes, sino despedazarlos, reventarles el cráneo, quemar sus intestinos, aplastarles el estómago o despeñarlos por el abismo más insondable" (Pérez Tornero, 1997, 14).

No se trata de establecer una relación causal entre el uso de los videojuegos y las conductas violentas. Sino de los valores y la estructura mental que impregna a muchos de los videojuegos con más impacto en la población infantil y juvenil. Los juegos y juguetes (en este caso los videojuegos) “nos educan en usos, costumbres y lecturas de la realidad que penetran nuestros esquemas de significado más allá de los contenidos explícitamente formulados desde las instituciones de educación formal y no formal” (Esnaola, 2003, 2).

Es verdad que en algunos juegos, como los de estrategia o rol, no se dan continuamente situaciones de violencia directa, como en los videojuegos de acción y plataforma. Pero la acción que propone, conquistar el poder, nos sitúa ante situaciones que nos obligan a recurrir a la violencia. Esto hace percibir a la persona que juega que es inseparable el poder y la violencia. Por lo tanto, en cualquiera de las opciones que da para conquistar el poder, es necesario recurrir a la violencia. De hecho la finalidad última del propio juego, es que una civilización tenga el dominio supremo y domine y someta a las otras. Es un aprendizaje en una violencia más sutil y perversa que es la violencia estructural, pues enseña a los y las adolescentes, que el mundo está hecho del dominio de unas personas sobre otras, y que hay que aprender a aplastar a las demás personas para vencer.

“Estamos siendo socializados en una cultura de la violencia, de la competitividad, del menosprecio hacia los débiles, del sexismo y de la agresión como forma de relación. Y un ejemplo de esto lo tenemos en las narrativas y estrategias que de la sociedad adulta, a través de los videojuegos, genera para educar –o más bien ‘seducir’- en la cultura de éxito y la competitividad feroz, a los más jóvenes. A través de ellas se aprende a entender que la forma más adecuada, si no la única, de resolver los conflictos es a través de la violencia” (Esnaola, 2003, 3).

Cualquier máquina de destrucción ha recibido su versión simulada: hay simuladores de barcos de guerra, de aviones de guerra, de carros de combate, etc. El paso del tiempo y la fascinación que sobre muchos ejercen las tecnologías de dominación y destrucción han hecho el resto. A partir de la demanda de más detalle, más ambientación, y más realidad, las simulaciones modernas de combate pretenden ser más reales que lo real. Ya no basta con modelar hasta el último tornillo las máquinas de guerra, también hay que crear un conflicto, una justificación, un entorno propicio para una intervención armada políticamente correcta (Gómez Cañete, 2001).

Hoy la fórmula para crear un videojuego de acción bélica pasa por utilizar conflictos reales. La entrega de *Delta Force* subtitulada *Black Hawk Down* está basada en la guerra civil de Mogadiscio. Lo mismo sucede con *Conflict Desert Storm* de SCI Games, que está inspirado en la guerra del Golfo de 1991. Sin embargo esto no son más que juegos. Pero están apareciendo títulos que van más allá y pretenden convertirse en sistemas de entrenamiento virtual para soldados. El más popular es *America's Army* creado por la U.S. Army, un simulador de adiestramiento

militar tridimensional pensado para introducir en la disciplina castrense e inculcar unos conocimientos bélicos con la única intención de conseguir que quien juegue con él se aliste en el ejército de Estados Unidos. Este juego norteamericano (que analizamos más adelante) ha recibido respuesta desde Siria donde se ha creado *Under Ash* de la mano de Dar el Fikr. El título permite a quienes juegan convertirse en Ahmad, un joven palestino nacido durante la invasión israelí del sur del Líbano en 1982 que decide unirse a la primera intifada y dedicarse a lanzar piedras a los soldados israelíes. Ahmad poco a poco sube escalafones en los que cambia las piedras por armas. Si el/la jugador/a mata a una persona civil se termina la partida y si es alcanzado/a por un disparo muere. El juego puede ser descargado gratuitamente desde la página oficial, igual que *America's Army*.

Proliferan también otro tipo de videojuegos más modestos, realizados con tecnología Flash, con una calidad que deja bastante que desear. Éste es el caso del juego de las *Autodefensas Campesinas*, albergado en la página del grupo paramilitar ACCU de Colombia. El usuario debe impedir que el comando de la policía sea totalmente destruido con el ataque con pipetas de gas por parte de miembros de la FARC y el Eln. Otro exponente de este tipo es *Gulf War 2*, creado por Dermot O'Connor. Se trata de un simulador de presidente de los Estados Unidos al frente de la guerra contra Irak. Varios asesores políticos y militares ayudan a tomar distintas decisiones, cada cual más alocada, que acaban irremisiblemente por desencadenar un conflicto global en el que se ve implicado medio mundo (*Ciberp@ís*, 27 de marzo de 2003).

La guerra de los hombres

El problema es que los hombres han construido su mundo a través de la guerra y la violencia. Y esto es común en todas las formas de explicación de la realidad presididas por la visión masculina. La guerra y la violencia no sólo se han aceptado como parte integrante de la experiencia humana, sino que se las convierte en hechos heroicos y excitantes, que perduran en los libros de texto, en las pantallas de televisión, en la propia vida y que es utilizada por los hombres para conseguir prestigio social, renombre, poder...

Y si analizamos la mayoría de los videojuegos de acción y de plataforma podemos ver cómo éstos construyen un universo dantesco.

Mundos apocalípticos y terminales, donde predominan la fuerza y las armas. Violencia y muerte te rodean de una forma constante. Una de las personas entrevistadas describe así el videojuego *Half-Life*: "Impactos de bala permanentes en las paredes, manchas de sangre de los enemigos por las paredes y el suelo, impactos ennegrecidos por los efectos de los misiles lanzados, destrucción y desolación apocalíptica, voces y chillidos de terror y pánico" (Fran).

Pero esto no sólo lo comentan las personas entrevistadas. En el análisis documental nos hemos encontrado con expresiones parecidas: “Visceras, gente sometida a tortura, criaturas salidas de la imaginación de un escritor de novelas de terror aquejado de fiebres tercianas; esto es lo que podremos ver en este juego” dicen los analistas del videojuego *Planetscape: Tormet (Game Over, 2001, 26, 24)*.

En estos videojuegos están claramente delimitados el éxito –matar o ganar- y el fracaso –morir o perder-; el bien –los buenos y buenas, nosotros y nosotras- y el mal –los malos y malas, ellos y ellas, las personas distintas a nosotros y nosotras-; lo justo –la venganza, que yo mate, que yo gane- y lo injusto –que yo pierda-.

No hay “grises”, ni matices, ni argumentos, ni circunstancias, ni explicaciones. Esto supone una visión maniquea de la realidad. Con “malos” perversos que se les presenta como alienígenas, mafiosos, asesinos, psicópatas y un largo etc. y a los cuales se debe eliminar físicamente para alcanzar una recompensa determinada. Un universo en donde la única alternativa es matar o ser matado, comer o ser comido, ganar o perder.

“La mayor parte de los videojuegos se basan en el desarrollo de una acción compulsiva en búsqueda de la victoria al precio que sea, cuyo sentido quizá pueda encontrarse en los códigos de honor de la cultura tradicional japonesa. A mediados de los años ochenta, esta fórmula encontró su prolongación en cierto cine de acción producido por los grandes estudios de Hollywood. La película paradigmática de este subgénero cinematográfico es, sin duda alguna, *Rambo II (1985)*, protagonizada por Sylvester Stallone. A partir de un argumento que sitúa la acción en un mundo binario de ceros y unos, en el que no hay espacio para la afectividad, la compasión o la duda, el protagonista de este tipo de filme, como si se tratara del personaje de un videojuego, se ve obligado a atravesar un territorio hostil plagado de enemigos anónimos a los que debe eliminar sistemáticamente si quiere llevar a buen término su misión. Basta recordar el impacto que causó la violencia de *Rambo*, en la época de su estreno, para comprender lo novedoso que resultaba el uso indiscriminado en el cine de estas formas gratuitas de violencia explícita, destructiva y sanguinolenta. La acción, como en una gran parte de los videojuegos y de los dibujos animados japoneses, se convierte en la forma y en el contenido del relato fílmico, ocupando la totalidad del espacio y del tiempo en el que transcurre la narración. Este modelo narrativo, que se apoya en el comportamiento paranoide del protagonista, en la canalización de la violencia y en la consecuente desdramatización de la muerte, ha ejercido una gran influencia posterior en el cine y en la televisión en general. Si bien es cierto que no puede considerarse a los videojuegos como el único factor de este cambio en la naturaleza de la violencia en el cine, no debe desestimarse su importancia” (Levis, 1997, 108).

La violencia como criterio de calidad

La violencia se ha convertido cada vez más en el signo distintivo de estos videojuegos. Las revistas especializadas establecen una relación proporcional entre la violencia de un juego y su calidad. «*Mortal Kombatt II*, título genial, es una exaltación de la violencia más absoluta que jamás hayamos podido imaginar (...) Un cartucho único que con el tiempo será vital para entender la esencia de los videojuegos» (*Super Juegos*, 1994, nº29, 36)

Como dice el Informe de Amnistía Internacional (2001, 1), en ellas “se encontrará que resaltan las torturas, las matanzas y la sangre como elementos lúdicos relevantes en el ámbito publicitario o de promoción”. Cuanto mayor es la violencia que en él se puede ejercer, con mayores eslóganes de calidad aparece en la propaganda para el mercado de consumo. Veamos algunos ejemplos:

Etxeberría (1999) reproduce en un cuadro parte de los textos que acompañan a la presentación de diversos videojuegos en una de las revistas de *Hobby Consolas* del año 1998:

Nombre del videojuego	Características violentas
Blue Stinger	“Uno de los videojuegos más terroríficos de la historia”
S.C.A.R.S.	“Pulveriza a tus oponentes gracias a las armas ultrapoderosas que te encontrarás en los circuitos”
Oddworld	“Además de los enemigos de la primera parte, ... habrá sligs voladores que arrojan bombas...”
Psygnosis	“Nos propone una de las aventuras más téticas y siniestras... con cientos de trampas, caídas mortales... violentos actos que serán remojados con sangre...”
Apocalypse	“El fin de la guerra está cerca...”
Jim, 3D	“Dispara, gusano. Un bicho de (13) armas tomar”
Tenchu	“No escatimaré en escenas sangrientas, por lo que será un juego no apto para todos los públicos.”
Tomb Raider III	“Encontraremos un mayor número de armas, como un destructivo lanzacohetes...”

Nombre del vidojuego	Características violentas
XG2	“Aquí el objetivo pasa de ser el más rápido a tener la mejor puntería, tratando de destruir a tus “amigos” lo antes posible.”
Medievil	“El juego en el que antes de empezar ya estás muerto”
Turok	“La bestia despertará en noviembre”
Deep Fear	“El irresistible y profundo encanto del miedo”. Su defensa se basa en la lucha, aunque también puede provocar explosiones de energía o lanzar granadas”.
Assault	“...demostrando la increíble potencia que pueden tener nuestras armas”.
Breath of Fire	“... vamos encontrándonos con enemigos que nos atacan cada dos nanosegundos... matamos a los enemigos con asombroso desparpajo para el espectador...”
Duke Nukem, Time To Kill	“Es un juego en el que no dejarás de disparar”.
Future Cop	“Acción a raudales, disparos ininterrumpidos, explosiones constantes...”
Shadow of Darkness	“Juego de trepidante acción en el que un ninja debe enfrentarse a tropecientos enemigos”
Small Soldiers	“Nuestro objetivo consistirá en eliminar a todos los soldaditos que podamos...”
Thrill Kill	“Médicos locos, caníbales, paranoicos asesinos... Humor negro no apto para menores”
Tekken 3	“El objetivo es aguantar en pie el mayor tiempo posible y tumbar rivales a toda velocidad”
Mortal Kombat 4	“Es, de lejos, el más espectacular de la serie, el más fuerte y el más agresivo. Salsa de tomate a raudales...”

Nombre del videojuego	Características violentas
Forsaken	“Es un juego impactante, demoledor... Lo ideal es armarse con los misiles más potentes y procurar moverse con rapidez”.
Resident Evil 2	“Miedo? (Tú no sabes aún lo que es el miedo)”.
Machine Hunter	“Preparado para disparar”.

Pero esto es algo común a lo largo de los años. La descripción del videojuego titulado *X-Men: Mutant Academy*¹² en la revista *Game Boy* comienza con los siguientes términos: “un buen juego de lucha debería ser duro como una roca; tendrá que provocar tu rabia antes de un nuevo asalto. Tendrás que jugar sin parar hasta que alguien te arrancara los restos deformados y vapuleados de la Game Boy¹³ de tus manos temblorosas llenas de sudor” (*Game Boy*, 2001, nº 64, 10).

Refiriéndose al juego *Mortal Kombat II*, una revista decía que ese videojuego es “(...) más espectacular, con sus nuevos luchadores y, sobre todo, más sangriento. Así *Mortal Kombat II* será el juego más polémico del año, pero también uno de los mejores cartuchos que jamás hayáis visto” (*Hobby consolas*, 1994, 36).

La revista *Game Boy* (2001, nº64), habla sobre el juego *Batman of the future*, y afirma que “la mayor parte del juego consiste en avanzar corriendo e irse cargando un mogollón de secuaces de Joker, y es por eso que no puede haber mucha variedad” (34). El objetivo del videojuego *QUAKE ARENA* es superar las misiones acabando con todo lo que se mueva (*Juegos & Cía*, 2001, nº 17, 17). *Unreal Tournament* se anunciaba diciendo “quien dispara primero, ríe mejor” (*Juegos & Cía*, 2001, nº 17, 28), y también mediante “agarra fuerte el arma y prepárate para el torneo más brutal que te puedas imaginar” (*Game Over*, 26, 28). *Gunman Chronicles* supone embarcarse en una “aventura donde tendremos la obligación de buscar objetos para seguir avanzando mientras trituramos a disparos a todo bicho viviente que se cruce en nuestro camino con el más variado arsenal” (*Juegos & Cía*, 2001, nº 17, 36). *Giants* es un juego que propone como estrategia “comértelo, quemarlo, ahogarlo o enterrarlo, tú eliges” (*Game Over*, nº 26, 62).

12 Es curiosa la colonización cultural y lingüística que supone el que muchos de los títulos de los juegos estén en inglés.

13 Incluso los aparatos que se utilizan llevan “denominación de origen”, por supuesto, también en inglés.
3 Informe elaborado por los servicios informativos de Antena 3 y emitido por esta cadena el 22 de junio de 2003 a las 20 horas.

Explicando el videojuego *Roadkill*, la revista *Play2* (2003, nº 36, 6), revista para los usuarios de Playstation 2, comenta "¿La solución? Soltarte el pelo, ponerte las botas de motorista de Mason Strong y atropellar a la peña a través de 30 misiones. (...), también dispones de la posibilidad de alternar la posición de conductor con la de francotirador. O sea, que tienes la oportunidad de conducir y ocuparte de esos transeúntes desafortunados a balazo limpio".

Lo mismo podemos decir de los comentarios "edificantes" que hace esta revista del videojuego *Jak2: El Renegado*. "Jak2 no es únicamente bueno: es un auténtico fe-nó-me-no. Es el tipo de juego que te 'engancha' de principio a fin. (...) aquí la carnicería es más que suficiente para satisfacer tu sed de escaramuzas: te enfrentarás a las fuerzas policiales, harás dedo a coches voladores, dispararás contra ciudadanos inocentes... Vale, falta algo de sangre (las víctimas simplemente se desvanecen en una burbuja de energía azul), pero no hay duda de que la unión entre *Jak* y *Vice City* está, en esta secuela, felizmente consolidada. (...) Aparecen algunos polis. Tú te los cargas. Llegan refuerzos. También los liquidas. (...) Verás, esta sería una buena ocasión para soltarte la melena y liarte a tiros a diestro y siniestro. ¿Ves esos vehículos de policías? ¿Por qué no hacerlos volar por los aires? Es más, ¿por qué no cargárselo todo? Sólo tienes que ejecutar cambios de coche en pleno vuelo. ¿Que quieres atropellar a unos cuantos ciudadanos? Pues muy simple: pon el vehículo que estás pilotando a ras de suelo (con r1) y lánzate a aplastar inocentes cual apisonadora enloquecida. ¿Que quieres más destrucción? Bueno, ¿y qué tal si pulverizas el mercado entero de Villa Refugio, o los campos de cultivo y, ya que estamos, inicias la trama del juego completando una de las muchas misiones?" (*Play 2*, 2003, nº 36, 23-25). Es curioso que otra revista (*Planet Station*, 2003, nº 59, 76) haga una descripción "inocua y neutral" del videojuego y el único comentario sobre la violencia que aparece en él sea un comentario irónico: "un aviso para los lectores con hijos pequeños: no os dejéis engañar por los simpáticos personajes de la carátula, los menores de 8 años posiblemente no puedan dominar todos los botones que el manejo del bueno de Jak exige..., así que pensadlo bien".

La revista *Game Live PC* (2003, nº 33, 45), comentando el videojuego *Halo*, nos da una pista definitiva sobre el pensamiento de algunos comentaristas de estos videojuegos: "como en todo juego de acción que se precie, el argumento es sólo una justificación para la lucha. (...) Hay que liquidar, sin el menor remordimiento, a toda escoria que ha venido de vete a saber dónde".

Pero la publicidad, encubierta en numerosas ocasiones en las revistas especializadas sobre videojuegos a través de artículos de análisis de los mismos, no sólo ensalza la violencia de los juegos, sino que menosprecia con jactancia todas las voces críticas: "No hay historia que contar. Todo será acción, muerte, destrucción y adición sin límites (...) Resultará curioso comprobar cómo, una vez que el juego aparezca, se tachará de extremadamente violento, se acusará a la compañía y a la prensa de promover actitudes agresivas y todo eso a lo que ya nos estamos acos-

tumbrando" (*Micromanía*, tercera época, 1995, 1). Se convierte en un instrumento de defensa para la gente joven frente a las críticas que puedan recibir de sus padres y madres o de las personas adultas o compañeros y compañeras que les rodean.

La violencia, el asesinato de otros seres humanos, se vacía de carga moral negativa. Comentando el videojuego *Rainbow Six*, el comentarista de *Micromanía Soluciones* (2003, 91), al hablar de que no es conveniente matar a civiles, lo argumenta diciendo: "de esa forma ahorrarás munición y evitarás hacer ruido innecesario (además, no tiene mucho sentido disparar sobre alguien que no representa una amenaza)". Más adelante, al referirse al juego *Unreal: The Awakening*, comenta: "con el arma secundaria de tu rifle no le darás ninguna oportunidad —al skaarj-, (...) revienta otro skaarj (...) acaba con él. (...)" (119). Se pierden por el camino los sentimientos a favor de la fuerza bruta y de matar a los "enemigos" sin miramientos. No hay diálogo, sólo destrucción, en este mundo virtual no se piensa, sólo se actúa.

¿Nos afecta?

Parece que, de alguna forma, sí está afectando a los comportamientos y a la conducta de nuestros/as adolescentes, a su forma de relacionarse y de estar en el mundo. Este tipo de videojuegos parece no favorecer excesivamente la comprensión de la realidad desde una perspectiva compleja, cuidando el lado emocional y sensible de la interacción, facilitando la resolución dialogada de los conflictos y estableciendo formas prosociales y asertivas de construcción social. Pero lo peor de esta cultura de la violencia de buena parte de los videojuegos es que trivializa la violencia real y que los niños y niñas acaban volviéndose inmunes a su horror, como analizaremos posteriormente.

No obstante hay controversia entre las investigadoras e investigadores de este campo. Sobre todo entre investigaciones financiadas por las poderosas multinacionales del videojuego y aquellas independientes o promovidas por organismos educativos o de defensa de los derechos de las personas consumidoras.

Veamos algunos ejemplos.

Quienes creen que no

Silver, Lang y Williamson (1987) concluyeron en sus estudios que los niños y niñas de edades comprendidas entre seis y nueve años no se mostraban más agresivos cuando jugaban con juegos competitivos que cuando lo hacían con juegos cooperativos.

En España, Estalló (1995) afirma que los efectos negativos tienen una vida corta y no presentan consecuencias mórbidas a medio o largo plazo. O que incluso, la

experiencia de niveles moderados de ansiedad y hostilidad es beneficiosa para algunas personas que juegan, pues les proporciona una oportunidad para aprender a manejar estas emociones. Aunque también reconoce lo contrario: que “los efectos podrían acumularse dando lugar a cambios negativos sobre la visión del mundo, lo que resulta típico de individuos ansiosos y hostiles” (75).

Gros (1998) afirma que “hasta el momento no se ha demostrado empíricamente que los videojuegos generen agresividad, aunque en la práctica este sea uno de los aspectos más cuestionados. La mayoría de los autores que han investigado sobre el tema coinciden en concluir que no existe una transferencia de la violencia vivida en el videojuego a comportamientos violentos posteriores de los jugadores” (55). A pesar de ello, esta misma autora y su equipo citan a Mackie y Cooper (1985) que concluyen que “el despertar a esta actividad excita y hace más agresivo el comportamiento femenino”, y a Joseph Dominique (1984) que “sugiere que hay correlación entre jugar a videojuegos y violencia”.

La asociación *Interactive Digital Software* (IDSA), promotora de videojuegos, afirma que “la violencia juvenil en Estados Unidos ha decaído de forma radical al mismo tiempo que han aumentado las ventas de videojuego (IDSA, 2001). Los autores de la IDSA se apoyan para defender sus argumentos en los estudios realizados por dos organizaciones gubernamentales: el *Surgeon Report General* y el *Gobierno de Australia*. El *Surgeon Report* llega a la conclusión de que no existe relación entre la violencia que aparece en los medios de comunicación y la violencia en general. Sólo existe alguna relación con determinados tipos de agresión como, por ejemplo, formas de pensar agresivas. El gobierno de Australia que realizó su amplio estudio a finales de 1999 concluye que la mayoría de la gente asociaba con los videojuegos sentimientos positivos tales como la felicidad y la relajación.

El Informe Freedman (2002) llega a la conclusión de que no se pueden establecer conexiones causales entre los videojuegos y lo que se denomina “sus efectos negativos”.

Quienes creen que sí

Ya en 1984, Dominick, en una investigación trató de establecer las repercusiones del uso de videojuegos sobre las diferentes modalidades de agresión y sobre la autoestima. Los resultados obtenidos indicaron que jugar con videojuegos agresivos puede tener efectos negativos a corto plazo en el estado emocional de la persona jugadora. El videojuego más agresivo condujo a un incremento de la hostilidad y la ansiedad respecto al grado de aquellos sujetos que no jugaron con videojuegos.

Cooper y Mackie en 1985 investigaron la conducta de las personas más jóvenes en juegos espontáneos después de haber jugado con videojuegos. A partir de esta estrategia se pudo constatar que los chicos no presentaban evidencia de incremento alguno de su conducta agresiva respecto a los valores previos con videojuegos.

En cambio, entre las chicas no se produjo la misma situación, sino que se incrementó la agresividad después de haber jugado con un videojuego de temática violenta o tras ver a sus compañeros jugar con él. Los autores atribuyeron esta diferencia entre sexos a la menor exposición a modelos agresivos entre las mujeres.

Graybill, Kirsch y Esselman (1985) afirmaban que los niños y niñas que habían jugado con videojuegos violentos tendían a mostrar una conducta más asertiva y fantasiosa que aquellos que había jugado con juegos no agresivos.

Anderson y Ford (1986) evaluaron algunos juegos en función de su contenido agresivo –alto, medio y nulo-, observando que el juego de mayor agresividad eleva el nivel de hostilidad, mientras que no ocurre lo mismo con el juego de contenido medio o bajo.

Silver y Williamson hicieron un estudio en 1987, en el que analizaban los efectos de los videojuegos en niños y niñas de cuatro a seis años de edad. Concluyeron que había una existencia de significativos incrementos en el nivel de conducta agresiva respecto a los valores previos.

Fling y otros (1992) establecen correlaciones positivas (entre +0,19 y +0,26) entre la conducta agresiva y el uso de videojuegos violentos, aunque matizan que no se puede establecer una relación causal directa, pues algunos autores como Rushbrook (1986), habían señalado que los niños y niñas más agresivos suelen mostrar mayor preferencia por videojuegos violentos.

Irwin (1993) investigó con niños y niñas de 7 a 8 años de edad el efecto de los videojuegos agresivos. El resultado de este trabajo nos indica que los niños y niñas que juegan con videojuegos agresivos presentan un incremento en su agresividad física hacia los objetos, sin embargo, el autor concluye que los videojuegos de contenido violento al parecer afectan a diversos sujetos de manera diferente. Irwin y Gross (1995) analizaron el impacto de los videojuegos sobre la conducta impulsiva y reflexiva de niños y niñas de entre 7 y 8 años de edad. Concluyeron que los niños y niñas que jugaron con videojuegos agresivos incrementaron su agresividad hacia diferentes objetos durante el juego libre. Dichos sujetos también mostraron agresividad hacia las personas con quienes participaron en las actividades de competitividad y frustración. Y resaltaron que las acciones agresivas observadas en los niños y niñas eran imitaciones directas de las conductas realizadas por los personajes contenidos en los videojuegos.

Como hemos visto han sido numerosas las investigaciones que muestran alguna relación entre el uso de videojuegos violentos y la conducta agresiva de quienes los usan (Cooper y Mackei, 1986; Anderson y Ford, 1986; Silvern y Williamson, 1987; Schutte et al., 1988; Fling et al., 1992; Irwin, 1993; Calvert y Tan, 1994; Irwin y Gross, 1995; Ballard y Rose, 1996; Wiegman y Schie, 1998, etc.). Aunque sus resultados no habían permitido establecer relaciones causales consistentes en el impacto de los videojuegos violentos sobre la conducta agresiva de los/as

jugadores/as. Tampoco los resultados obtenidos han permitido esclarecer si esta relación entre los videojuegos violentos y la conducta agresiva de sus usuarios es producto de la influencia de los propios videojuegos, o tal vez sea una consecuencia del hecho de que sean las personas agresivas quienes se sientan más atraídos por este tipo de juegos (Fling y otros, 1992).

Sin embargo, las investigaciones de Anderson y Dill (2000) concluyen que en general los videojuegos violentos generan agresividad entre quienes los utilizan, tanto en el momento del juego como posteriormente. Han comparado el comportamiento de personas que se entretienen con videojuegos violentos como *Doom* o *Mortal Kombat*, con el de personas que utilizan juegos que no incluyen imágenes de violencia, demostrando que todas las personas que utilizaron videojuegos de tipo violento, les gustaran o no los mismos, se expresaron con más agresividad temporalmente durante y después del juego, aunque personalmente rechazaran su contenido. A largo plazo los efectos eran duraderos ya que quienes jugaban aprendían modelos y prácticas agresivas que podían convertirse en elementos de uso para resolver conflictos y situaciones en la vida real. En ambos estudios los hombres aparecían con una visión más hostil del mundo que las mujeres.

Analizan por qué los juegos de ordenador violentos son aún más peligrosos que las películas de igual signo y que las imágenes de violencia contenidas en televisión. Aunque la televisión tiene un papel importantísimo en la educación, la diferencia entre las películas o las imágenes de violencia que nos puede ofrecer la televisión y los videojuegos es fundamental. En el primer caso, quien ve las imágenes puede sentirse o no impactado, pero de cualquier manera es un observador y adopta una actitud pasiva. En el caso de los videojuegos, la persona que juega asume un papel de protagonista activo que es premiado por sus acciones. Si además, tenemos en cuenta que las consolas de juego son cada vez más potentes y están incorporando nuevas tecnologías que permiten una calidad de imágenes cada vez mayor añadiendo realismo a la acción, podremos darnos cuenta de hasta qué punto son peligrosos en el proceso de identificación de la fantasía con la realidad.

“De la mayoría de estos estudios se desprende que la forma de uso de los videojuegos, especialmente la frecuencia y duración del juego, y el contenido de los videojuegos son elementos claves a la hora de determinar los posibles efectos de su uso sobre la conducta de los aficionados” (FAD, 2002, 28).

Pero, insistimos, en esta investigación no hemos tratado de hacer un estudio de tipo psicológico con el fin de analizar si existe un posible vínculo entre el uso de videojuegos y determinadas psicopatologías. Aunque los datos y las cifras empiezan a ser preocupantes: anualmente acuden 150 personas videoadictas a una de las asociaciones que se han creado con la finalidad de “desengancharles”¹⁴.

14 Informe elaborado por los servicios informativos de Antena 3 y emitido por esta cadena el 22 de junio de 2003 a las 20 horas

La finalidad de esta investigación es reflexionar y hacer reflexionar a todos los sectores sociales y profesionales que tienen algún tipo de responsabilidad en la educación de nuestros y nuestras jóvenes y adolescentes, si es este el tipo de valores que queremos que transmitan los juegos con los que juegan nuestros hijos e hijas.

La violencia vende

“La realidad es que el mercado de los videojuegos sigue dirigido fundamentalmente a los varones, apoyándose en estudios de mercado que mostrarían que cuanto más violento es el juego más se incrementan las ventas” (Bonder, 2001, 17). Porque el verdadero problema de fondo radica en que la violencia vende.

En los periódicos (cada vez es más amplia y morbosa la página de sucesos), en la televisión (los reality show se han convertido en los programas más ofertados y se multiplican los programas donde vemos accidentes y golpes como si fueran “chistes”), en el cine (las películas donde se extermina a terroristas árabes donde antes se eliminaban indios o rusos a mansalva, o donde monstruos de pesadilla van eliminando a personas indefensas, son a menudo los éxitos más taquilleros entre los y las adolescentes), etc., etc. Estamos acostumbrándonos progresivamente a una indiferencia, incluso a una cierta mirada morbosa, ante esos espectáculos dantescos. Escudadas en el latiguillo de que deben dar al mercado o al pueblo lo que pide —ya lo decían los césares de Roma—, las editoras y las distribuidoras de videojuegos se desligan de cualquier responsabilidad moral o ética acerca del contenido de los juegos. Además, se preguntan, por qué van a tener ellas más responsabilidad que quienes dirigen y producen películas de cine o “programas basura” de televisión.

Si fomentamos este tipo de consumo, que potencia esta serie de actitudes que se convierten en hábitos casi irreflexivos al reaccionar automáticamente delante de una pantalla, no vayamos a escandalizarnos posteriormente por la violencia que se está generando en nuestra sociedad actual.

De hecho, Amnistía Internacional ha querido llamar la atención sobre este hecho a través de un informe “*Haz clic y tortura; videojuegos, tortura y violaciones de derechos humanos*” que se enmarca en la campaña internacional “¡Actúa ya! Tortura nunca más” que esta organización defensora de los derechos humanos ha lanzado el mes de octubre del 2000 y que se prolongará hasta finales del 2001. Este informe trata de la difusión de prácticas degradantes, como la tortura, entre el público infantil y juvenil a través de los videojuegos y estudia, por segundo año consecutivo, algunos ejemplos de videojuegos que aplauden con impunidad la tortura, la matanza o las ejecuciones.

Según se demuestra en sus páginas (disponibles en la página web de esta organización) la práctica de la “tortura virtual” puede ser cotidiana en la vida de los

niños y niñas menores de edad cuando acceden a videojuegos que fomentan estas prácticas en las salas de alquiler de videojuegos o en la soledad de su cuarto adquiriendo el videojuego o utilizando Internet” (Amnistía Internacional, 2001, 1). Prácticas como torturar lentamente a sus “enemigos”, liderar una banda de una prisión o degollar a un centinela. Pone ejemplos referidos al *Guardian de la Mazmorra 2*, producido por Bullfrog y distribuido por Electronics Arts, reproduciendo frases del folleto oficial de publicidad de este videojuego que fomentan la tortura claramente¹⁵; a *Kodolka* de la empresa Sony Playstation, *Alundra 2*, etc. Y también analiza la publicidad de videojuegos en revistas como *Game Live PC* donde se describen juegos como *Trópico*¹⁶ que pregunta: “¿eres un dictador? Entonces Trópico te interesa”, etc.

Concluye que las prácticas que estos videojuegos fomentan son “atentatorias contra los derechos humanos”. Por eso es necesario preguntarnos, de nuevo: ¿para qué mundo estamos educando?, ¿qué tipo de mundo y de entorno estamos creando?, ¿cuál va ser la herencia de las futuras generaciones?, ¿no estamos conculcando sus derechos?

Gros (1998, 54) pone algunos ejemplos de esta perversión explícita:

- La clave RPPLK, (teclas que ha de accionar el jugador de *Mortal Kombat*), sirve para arrancar la cabeza o el corazón del contrario. Es necesario descubrir ciertas claves que accionan las “fatalities”. Con ellas y el grito de “finish him” (traducido como ¡remátalo!) el luchador arranca de cuajo la cabeza del enemigo, espina dorsal incluida, e incluso, llega a extraerle el corazón de su cuerpo sangrante haciéndolo explotar en millares de trozos que se esparcen por la pantalla de nuestro ordenador.
- *DOOM II*, de notable éxito y del cual existen diferentes versiones, en el Final Doom, nos muestra una lucha de visión subjetiva en 3D. Quien juega ha de bajar al infierno para enfrentarse a los demonios como el gigante Mancubus o el esqueleto Revenant. Como armas dispone, entre otras, de sierras mecánicas con las que recorta órganos internos de sus enemigos, que se desparraman por el suelo de lugares como el almacén de carne, lleno de cuerpos en diferentes estados de fragmentación.
- El *Duke Nukem 3D*, con 28 niveles de juego y que permite jugar simultáneamente a través de una red a 8 personas interconectadas, dispone de un arma que permite estirar al enemigo con la finalidad de que el/la jugador/a de turno pueda machacarlo y convertirlo en pulpa.

15 “En la Cámara de Tortura puedes prolongar la agonía de tus prisioneros, y mantenerlos vivos aumentando, a su vez, tu diversión y la de la Dama. Si tus secuaces parecen no tener ningún entusiasmo por sus tareas, resulta razonable hacerles ver quien es el jefe mediante unas oportunas bofetadas. Alguien dirá que las bofetadas pueden desquiciarles y que el daño causado les produce angustias. Bueno, es verdad, es de lo que se trata...”

16 Parece situar las dictaduras en una determinada zona geográfica: el trópico. ¿Serán más propias del sur que del norte? ¿Tendrá alguna relación con la Cuba de Fidel Castro?...

- El *Waxworks* nos propone una serie de rituales satánicos, seres putrefactos, esporas explosivas. Es preciso evitar que el maldito de turno saque de las tumbas a los difuntos de cinco mundos. El/la jugador/a puede utilizar lanzallamas, cuchillos, espadas, hoces, etc. Entre los peores enemigos distinguiremos los muertos vivientes a los cuales solamente derrotaremos si les cortamos los dos brazos. Con la cabeza no es suficiente.
- Uno de los juegos de notable éxito de ventas en fue *Carmageddon*. Entre sus propuestas de juego existe una opción en la que la puntuación se obtiene atropellando a indefensos peatones. El nivel de puntuación varía de acuerdo a la "calidad" de la víctima.



¿La violencia como espacio de catarsis?

“Cuando de niños jugábamos a ‘policías y ladrones’, a vaqueros, a guerra... ¿estábamos potenciando nuestra agresividad? ¿Éramos más agresivos después de jugar que antes de hacerlo? O más bien nos íbamos tan contentos y relajados después de haber jugueteado y compartido un tiempo y una afición con nuestros amigos” Gros (1998, 56-57).

Algunas autoras y expertos afirman que la violencia fantástica contenida en los videojuegos puede ser un espacio de catarsis, una válvula de escape para descargar tensiones y agresividad contenida en la vida real. En este sentido, esa misma autora, afirma que “la violencia fantástica que contiene este tipo de entretenimiento no tiene nada que ver con la realidad que muestra la televisión. El juego presenta la violencia como una válvula de escape; mientras juega, el niño o adolescente descarga su agresividad en una dinámica interactiva con los personajes del juego; en tanto que otros medios ejercen una presión psíquica, el espectador no puede incidir ni variar los acontecimientos, hay aceptación, pasividad o impotencia, en definitiva no posee el control de lo que sucede en la pantalla” (Gros, 1998, 52).

Es el argumento más reiterado. La violencia de los videojuegos como espacio de catarsis. Lo hemos visto a lo largo de la investigación. Incluso, la que fue responsable de prensa de Sega, Lee McEnany Caraher, llega a afirmar que “en general los niños comprenden que la violencia que ven es ficticia. Si ves a alguien al que le han cortado la cabeza, sabes que no es real. Es demasiado unidimensional. No huele. No lo tocas. En general, los niños lo encuentran divertido” (Cassell y Jenkins, 1998, 204).

Males (1999) fue uno de los primeros en exponer la tesis de que la violencia de los videojuegos tiene una función catártica, pues permite “sacar afuera” todas las tensiones de la vida cotidiana, lo que contribuye a reducir la agresividad en la vida

real de los jóvenes. Jones (2002), después de hacer entrevistas a una serie de psiquiatras, educadores/as, pediatras, terapeutas y familias, llega a la conclusión de que la violencia en los videojuegos ayuda a las personas jóvenes a usar sus fantasías agresivas de forma inteligente, porque les permite profundizar en sus emociones, a controlar su ansiedad y a mantenerse serenos en momentos de extremo peligro. Pero el problema no es el control que tengas sobre la violencia, ni que ésta sea una válvula de escape o no, sino el aprendizaje de la violencia como forma de resolver los conflictos y que se termine considerándola como un elemento cotidiano más de la realidad.

Esta autora continúa diciendo que “el jugador que pasaba el tiempo delante del ordenador ‘matando marcianitos’ o extraños monstruos no tenía la sensación de estar consumando una acción brutal. Esta ‘violencia’ inocua estaba encaminada a obtener unas cotas mayores de puntuación para superar un nivel de juego determinado. Para alcanzar esta finalidad era necesario eliminar una serie de amorfos seres, arañas peligrosas, etc., que se interponían en el camino del jugador” (53). Parece que “eliminar una serie de amorfos seres” es violencia inocua. Parece que la atención a la diversidad que desde el mundo educativo se preconiza, aquí subvierte todos sus planteamientos.

El argumento más elaborado y utilizado para minimizar el efecto violento de los videojuegos lo expone Marqués (2000, 56): “se acusa a los videojuegos de fomentar la violencia. Y, efectivamente, muchos de ellos son violentos y presentan una visión estereotipada y deshumanizada del mundo, que se muestra con contravalores sociales tan poco recomendables como el sexismo, el racismo, el maniqueísmo, el militarismo, el egoísmo... No obstante, para sus usuarios queda claro que se trata de un juego, un juego que, precisamente, les permite experimentar la trasgresión de las normas (de la misma manera que una novela nos permite tener una experiencia vicaria de lo que les ocurre a unos personajes que –a menudo- transgreden también las pautas sociales). La diferencia estriba en que en los videojuegos el usuario es quien toma las decisiones sobre lo que hace el personaje de ficción (con el que frecuentemente debe identificarse en primera persona y moverlo como un títere), en tanto que en el caso de la novela el lector actúa simplemente como un espectador de lo que le sucede a los personajes de la obra. Por otra parte, hemos de admitir que la contemplación de los telediarios y la lectura de las noticias de los periódicos proporcionan muchos más ejemplos de violencia y de comportamientos indeseables que los videojuegos, con el terrible valor añadido de que no constituyen una ficción”. Como podemos ver, primero se reconoce que algunos videojuegos son violentos y fomentan contravalores sociales, para inmediatamente decir que esto no es lo general y que, en todo caso, es algo simbólico que permite la “trasgresión vicaria” de las pautas sociales en la ficción (suponemos que esto implica que hacerlo simbólicamente es algo bueno o que hacerlo de forma ficticia conlleva que no se haga en la realidad, lo cual es muy cuestionable). Un segundo argumento es que los niños y niñas ven más violencia en la televisión y en la realidad, lo cual parece convertirse en una eximente.

Pero en el caso de los videojuegos, el debate ve reforzada su importancia por el hecho de que, originalmente, los videojuegos van destinados al público infantil y juvenil. El problema se extiende además hasta la publicidad utilizada en su comercialización y también a los contenidos de las publicaciones especializadas en videojuegos. Como dice Díaz Prieto (2003) "las dificultades para probar la relación causa-efecto entre la violencia virtual y la agresividad real con que topan las actuales investigaciones recuerdan mucho a las que tuvieron los científicos para vincular directamente al tabaco con el cáncer".

La insensibilidad ante la violencia

Quizá sea por esta inconsciencia bienintencionada por la que vivimos en un mundo tan violento y agresivo, donde los conflictos se resuelven en guerras sangrientas, en escaladas de violencia cada vez mayores hasta llegar a la barbarie y los genocidios que nos transmiten continuamente por televisión dentro de esa "cultura macho" que construye la afirmación de uno sobre la humillación, la violencia y la destrucción de los/as otros/as. ¿Queremos seguir viviendo así? ¿Queremos seguir convirtiendo nuestros juegos en "fiel reflejo de la realidad"? ¿No creemos que otro mundo sea posible?

Por el contrario Díaz Prieto (2003, 7) señala que "seis prestigiosas asociaciones de psicólogos y pediatras de Estados Unidos, el país en que más profundamente se ha estudiado este tema, han afirmado recientemente que existe un lazo incontable de causalidad entre la violencia mediática y el comportamiento agresivo de ciertos niños. Aquí, la Asociación Española de Pediatría ya había alertado sobre las consecuencias del alto índice de contenidos violentos de las pantallas. Lo que interviene como un factor determinante en las conductas masculinas violentas, apuntaba su informe".

Tras el estudio realizado por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU en el 2002 (<http://www.noticiasdot.com/> 25 de febrero de 2003 y <http://www.Panorama-Actual.es> 24-05-2002), se afirma que los videojuegos no convierten a los niños en adultos agresivos, pero "integran la violencia como algo normal y se insensibilizan ante ella, lo que puede favorecer comportamientos violentos" y afirman que "lo preocupante es que la violencia se ha convertido en uno de los elementos importantes de cualquier videojuego que quiere triunfar y ser número uno en ventas".

Lo mismo manifiesta *Amnistía Internacional*. El mayor peligro no es la generación o no de comportamientos violentos, sino la insensibilización ante la violencia. Según Francisco Javier Fernández, responsable de Amnistía Internacional en Asturias, "si se acostumbra a jugar desde muy pequeños con este tipo de videojuegos, para ellos se convierte en una cosa normal el utilizar una serie de instrumentos con los cuales amenazan a gente, o la torturan, o la someten a malos tratos.

Aunque sea una cosa virtual, para ellos se convierte en algo normal. Como consecuencia no les extraña si sucede en la vida real. No lo ven como malo. Les parece que son prácticas normales, que las hace la gente a diario y que no son condenables". Todo eso pasa su factura a la hora de hablar de Derechos Humanos y de hacerles comprender la importancia de respetarlos.

Según el estudio de la organización estadounidense *Children Now* (2003), anteriormente citado, se concluye que con gran frecuencia, se muestra una violencia sin consecuencias para la persona que la perpetra o para la víctima -alerta el estudio-, enviando el mensaje de que la violencia es un modo aceptable de alcanzar objetivos, divertido y sin daño, y de que quienes juegan pueden ser héroes o heroínas si hacen uso de ella.

"Desde el punto de vista educativo eso les insensibiliza a muchas cosas, de manera que luego es muy difícil trabajar con ellos en cuestiones de valores, para que sepan discernir entre lo que es positivo o lo que es negativo. Sobre todo se tiene más tolerancia con respecto a casos reales. Si se cometen torturas en un país determinado o las fuerzas de seguridad de un lugar maltratan a los inmigrantes, les parece normal. Como en el juego están acostumbrados a verlo a diario, no se dan cuenta de que está mal hecho" (Fernández, 2003).

El racismo de la "cultura macho"

En un videojuego llamado *Ghetto Blaster*, y denunciado por *Amnistía Internacional*, la persona que juega tiene que derribar todos los "ladrillos" de una pared con una bola. Los ladrillos no son tales, sino caras de personas de raza negra, judíos, etc. A mayor número de "ladrillos" derribados, mayor puntuación. Este juego se descarga de forma gratuita de Internet.

Pero "no hay más que leer las frases publicitarias que aparecen en las cajas de algunos juegos, con el único fin de atraer nuevos consumidores, para percatarnos de su contenido xenófobo. A menudo confieren cierto poder de dominio y superioridad a una raza, respecto a otras menos conocidas. Suelen presentar el prototipo ario como personaje altamente superior que ejerce su dominio frente a las otras etnias que siempre son las víctimas o los perdedores. Se atribuyen un conjunto de trazos negativos a los desconocidos y, en realidad, no hacen más que reflejar una tendencia a simplificar y estereotipar" (Gros, 1998, 64).

En esta visión paranoide de la realidad, el 'otro' o la 'otra' diferente a mí, es siempre un enemigo que debe ser eliminado. Y es un enemigo "marcado". Es decir, no es cualquier enemigo, sino supuestos enemigos creados en función de unos intereses sociales y culturales delimitados: se ha pasado del enemigo comunista, al enemigo terrorista que coincide con el árabe o el sudamericano (*Ciberp@is*, 27 de marzo 2003). En el juego *Cannon Fodder* dice textualmente: "en cuanto

oigas gritar '¡aquí el enemigo!' o '¡qué fácil te mato!' con fuerte acento sudamericano, empezarán los problemas" (*Game Boy*, 2001, 64, 22).

El objetivo es destruir al adversario del modo que sea. Incluso aquellos videojuegos como *Deus ex* que se anuncian como alternativa proponiendo "dejar en un segundo plano lo de pegar tiros a todo lo que se asome a tu vera, este programa te encantará", terminan en los mismos esquemas de todos: diciendo "el cuchillo es un arma muy eficaz en las luchas cuerpo a cuerpo", o "si los malos han cogido posición, nos será muy difícil acabar con ellos" (Juegos & Cía, 2001, 17, 34). Son los mismos parámetros, idéntica visión de la realidad.

Incluso algún videojuego como *Carmageddon* exalta la violencia no indiscriminada, sino "discriminada". Si se mata a "viejos", minusválidos o embarazadas te dan más puntos. El mensaje subliminal, o no tan subliminal, es que los viejos, las embarazadas o los minusválidos no son válidos, no son rentables, ni útiles. Parece que se fomenta el capitalismo en estado puro: suprimir aquellos sectores de la población que no están dentro de la lógica de la dominación masculina y consumista. En la versión *Carmageddon TDR 2000*, la publicidad del propio videojuego dice: "Max Damage trama su fuga. Fuera le esperan centenares de policías, multitud de gansters, y miles de ciudadanos enfurecidos, y todos ellos tienen el mismo pensamiento: HOMICIDIO. Sólo un as del automovilismo sin escrúpulos, con un instinto asesino y una pasión desenfrenada podrá realizar tal hazaña".

Pero encontramos, a menudo, en los propios videojuegos, en la publicidad que les promociona e, incluso, en las revistas sobre ellos ya no sólo los aspectos más explícitos y que nos pueden resultar claramente chocantes, sino los mecanismos más sutiles de racismo implícito, de no aceptación de la diferencia y la diversidad como un valor positivo.

Así en el comentario de dos videojuegos (*Metal Gear Solid 2* y *Silent Hill*) por la revista *Micromanía* (nº 99) se destaca en ambos como característica negativa que el guión tenga un "toque japonés". Parece que lo oriental no es visto de forma positiva. ¿Sólo occidente da "toques" adecuados?

Es sorprendente cómo la presión etnocéntrica de Europa y Norteamérica, de la cultura blanca, continúa y se mantiene. Uno de los juegos de rol con más éxito en Japón es *Tales of Symphonia*, donde los personajes, como en la mayoría de los videojuegos creados en Japón, tienen rostros "blancos". Grandes ojos, en contraste con los ojos rasgados, propios de la anatomía oriental. Rasgos faciales que en nada recuerdan al mundo oriental.

No hemos visto ningún videojuego cuyo protagonista, masculino o femenino, pertenezca a una minoría (gitanos, gays, minusválidos, migrantes, etc.) Excepto, claro está, cuando tienen que exhibir sus cualidades físicas, que no intelectuales, en competiciones (boxeo, fútbol, baloncesto...) y en alguna guerra como "carne de

cañón”, como si sólo se les permitiera sobresalir y ser protagonistas en lo más “instintivo” o “primitivo” del ser humano. Y en todo caso, es claro que la mayoría de los protagonistas de los videojuegos más vendidos son hombres, blancos, del norte, heterosexuales, etc., es decir, que reproducen un modelo radicalmente etnocéntrico y racista.

La visión etnocéntrica es persistente. Incluso en la visión del “enemigo”. Los comunistas rusos (como si todos los rusos fueran comunistas) son los malos en “Cold War” o los terroristas árabes (como si todos los árabes fueran terroristas). Sólo en los países del Este (la Unión Soviética) se puede situar la acción de un juego como *Republic: The Revolution*, pues en “nuestro Occidente”, tan bien ordenado y regulado, es impensable que pudiera desarrollarse la trama que en este videojuego se propone.

Podemos ver incluso que en videojuegos como *America’s Army*, promovido por el ejército de los EEUU, y de mucho éxito entre un sector de las personas adolescentes norteamericanas, se escuchan numerosas expresiones racistas en contra del mundo árabe.

“Dormido el oso soviético, la imaginación empezó a realizar prospecciones: rebeldes soviéticos, terroristas islámicos, estados gamberros, etc. Las simulaciones militares se pusieron al día y aprovecharon cuanta guerra se les ponía por delante para seguir ofreciendo realismo y la ambientación adecuada. Tanto es así que una cadena de televisión americana utilizó un videojuego de simulación para ilustrar una noticia sobre la Guerra del Golfo.

Es esta una situación de ganancia para todos: para los especialistas en defensa y asesores del ejército USA de Jane’s, que ponen su nombre y conocimientos a una gama de videojuegos de Electronic Arts; para el fabricante Martin Lockheed, que ofrece en exclusiva el derecho de simulación de los aviones F-22 a los desarrolladores de Novalogic; para el público, que puede conocer de manera más cercana, pero totalmente inocua, “qué se siente al bombardear a esos jodidos irakíes”.

El único antídoto, la única medida que podría desactivar tamaña propaganda organizada es una mirada crítica, que parece minoritaria entre usuarios y especialistas.

Estas simulaciones, con sus detalles exhaustivos y su extensa documentación son auténticos compendios del saber militar, información que hace tan sólo un par de décadas hubiese sido considerada reservada. La ironía es que el mercado de estas simulaciones está decreciendo. Por lo visto, el gran público considera estas simulaciones demasiado complicadas. Siguen queriendo aparatos de destrucción, pero quieren que sean mucho más fáciles de utilizar y, sobre todo, mucho más divertidos. El espectáculo, por encima de todo” (Gómez Cañete, 2001).

El maniqueismo ideológico

“La historia la escriben siempre los vencedores. Cuando se produce un choque entre dos culturas, el perdedor es erradicado y el vencedor escribe los libros de historia, libros que cantan las glorias de su casa y denigran al enemigo conquistado. Como dijo Napoleón en cierta ocasión, ‘¿qué es la historia sino una fábula consensuada?’. Dada su naturaleza misma, la historia es siempre un relato unilateral de los hechos” (Brown, 2004, 317-318).

Por eso, otro elemento sustantivo de la “cultura macho” que debemos destacar en las conclusiones de este análisis es el simplismo maniqueísta con el que se divide la realidad en blanco y negro, en bueno y malo, en puro e impuro, en noble y villano. Unos son los blancos, buenos, puros y nobles (los nuestros) y los otros, los diferentes son los negros, malos, impuros y villanos. Esta división maniquea de la realidad supone no sólo una visión distorsionada de lo que nos rodea, sino que fomenta el partidismo fanático e inquebrantable ligado a relaciones afectivas que nos implican emocionalmente con “los nuestros” y nos hacen rechazar, temer y odiar a “los otros”. Además suele justificarse esta implicación emocional en las tramas argumentales de los videojuegos con la identificación de quien juega con el o la protagonista que ha sufrido una tragedia terrible a manos de “los otros”, “los malos”, lo cual justifica su sed de venganza y destrucción.

Por eso podemos ver cómo en la inmensa mayoría de los videojuegos analizados a lo largo de la investigación se divide la realidad de una forma simplista y maniquea: los malos absolutos y los buenos absolutos.

Nosotros: “los buenos” / ellos: “los malos”

“Los buenos” son los protagonistas, es decir, el propio jugador o la jugadora. Es quien gana, triunfa y obtiene la victoria final. Le conocemos porque jugamos mucho tiempo con él. Tiene un rostro agradable y cercano, identificable y que asumimos progresivamente como si fuera nuestro alter-ego. Sabemos de sus problemas, de sus dificultades, de sus emociones incluso y de sus sinsabores. Nos identificamos con su sufrimiento o con su exaltación. Entendemos su carácter desabrido o sus rasgos duros o su agresividad, o lo que sea. Justificamos sus acciones. Explicamos sus reacciones y nos sentimos emocionalmente próximos/as.

“Los malos” son los antagonistas. No solemos jugar con ellos, sino que nuestro objetivo es derrotarles, eliminarles, destruirles. Generalmente no los conocemos, no simpatizamos con ellos, ni nos ponemos en su piel o intentamos comprender sus acciones. Y cuando el videojuego los identifica como antagonistas, aparecen como asesinos –*Baldur’s Gate*– (aunque el protagonista mate a tantas personas como él o ella), responsables de la destrucción de un mundo paradisíaco –*The Longest Journey*– o como una organización que va a acabar con el equilibrio del planeta –

No One Lives Forever. Como decía Terry Pratchett, famoso escritor británico, sea cual sea el nombre, su función en cualquier videojuego es siempre la misma: más o menos, a la altura del capítulo tres, entran a saco en una habitación, van atacando al héroe de uno en uno y mueren por orden. Nadie les pregunta si es eso lo que quieren hacer. George Broussard, presidente de 3D Reales afirma que “un malo debe tener una apariencia única, algo que permita reconocerlo inmediatamente”.

Este maniqueísmo dicotómico, que simplifica la realidad alimentando la fantasía “del nosotros” (los buenos) contra “los otros” (los malos), se ha ido cargando progresivamente de una clara y explícita manipulación ideológica propia de la exaltación prebélica del modelo masculino guerrero dominante en la política norteamericana de nuestros días.

Podemos ver cómo en muchos videojuegos hay una clara politización de los villanos (en *Freedom Fighters*, los rusos dominan Norteamérica y han raptado a nuestro hermano¹⁷), así como una visión racista, donde las organizaciones terroristas aparecen como árabes esclavistas y despiadados que ponen en peligro la paz del mundo. Juegos como *Generals*, *Rainbow Six* o *Soldier of Fortune* basan su discurso en una imagen que alienta la xenofobia al identificar la inmigración con la delincuencia, o el terrorismo con el mundo árabe, o el comunismo con el mal. Aparece así una visión estereotipada de la realidad donde los colombianos son traficantes de droga, los árabes fanáticos adoradores de Alá que practican el terrorismo contra los occidentales, los militares rusos tienen veleidades totalitarias. “El Eje del Mal acuñado por Bush Jr. se transmuta en videojuego” (Pita, 2003, 31).

En el videojuego *Unreal: The Awakening*, los marines aliados han sido emboscados por alienígenas, y para poder seguir avanzando en el videojuego, al hallar a los marines, hay que “seguir sus órdenes al pie de la letra” (*Micromanía Soluciones*, 2003, 114). Los aliados, los “buenos”, son marines estadounidenses (una vez más, comparando la situación a la actual situación política internacional, donde los estadounidenses aparecen como abanderados de la libertad) que tienen que librar batalla contra los alienígenas, “los malos”, en éste caso enemigos monstruosos sin cara ni sentimientos y cuya matanza no produce remordimiento (se podrían comparar con los y las terroristas, o más aún, con el concepto abstracto de terrorismo).

Los malos parecen cortados todos por el mismo patrón, excepto algún caso (el Hector Lemans de *Grim Fandango* o Sephirot de *Final Fantasy*). El malo del videojuego suele ser un malo previsible. Desde el general con ínfulas de Hitler o el mago oscuro con ansias de poder, todos ellos persiguen el mismo objetivo: hacerse con el control del mundo.

17 ... y aquí sí se justifica el “terrorismo” urbano.

De esta forma, la dualidad blanco/negro, malos/buenos, policías/terroristas, se convierten en explicaciones dicotómicas, maniqueístas y reductoras de la realidad que no ayudan a los/las adolescentes y los/las jóvenes a realizar análisis complejos de la realidad, que integren diversos puntos de vista, perspectivas contrastadas, aleccionándoles en visiones simplificadas y estereotipantes de la realidad.

Este lenguaje dicotómico, maniqueo, que divide la realidad entre buenos y malos, entre triunfadores y perdedores, conmigo o contra mí, es el lenguaje del fundamentalismo –tan de moda en nuestros tiempos-. Y es un lenguaje que está calando entre nuestra juventud. Y a ello contribuye este tipo de mensajes, no demasiado sutiles ni subliminales, que acompañan a muchos de los folletos y propaganda de bastantes videojuegos. Pero también contribuye la propia estructura de funcionamiento de los videojuegos.

La construcción virtual del miedo

Como plantea Gómez Cañete (2003), muchos/as videojugadores/as tienen una especial relación con la invasión de Irak. La corriente de realismo que alimentan los videojuegos es uno de los valores en alza. La fidelidad es responsable de esa mirada diferente. Los/as videojugadores/as son especialistas en guerras virtuales. Conocen con detalle qué armamento se utilizará, qué tácticas guiarán los movimientos de las unidades, e intentan traducir las frías estadísticas que rigen los juegos de guerra en apuestas sobre los acontecimientos que luego veremos por televisión.

La globalización de la información, que no de la verdad, hace posible que el hecho bélico pierda grosor al extenderse como una fina capa que lo cubre todo, de los noticiarios a las novelas, de las películas a las conversaciones de café, y por supuesto, a los videojuegos y quienes los piensan, los crean y los juegan. Si el extra-terrestre ha sido uno de los personajes recurrentes en la historia del videojuego, ya sea como metáfora del extranjero o como recurso políticamente correcto en tiempos de hipocresía, en la actualidad se vive una recuperación exhaustiva de la realidad como argumento en torno al cual han de girar los videojuegos modernos. Las batallas históricas han sido siempre una fuente fecunda de escenarios para los juegos militares, pero la presión de la fidelidad y el realismo ha impulsado la búsqueda de nuevos escenarios, cuanto más realistas e impregnados de actualidad mejor. En los últimos años (mucho antes del 11 de septiembre, por cierto, dice este autor) el terrorismo ha pasado a ser protagonista de muchos videojuegos, y con él toda una retórica, que sin ser absolutamente relevante para el desarrollo de los juegos, toma el papel de envoltorio argumental necesario para construir un conjunto coherente de su puesta en escena.

Los textos de la carátula de *Raven Shield*, juego de acción táctica ambientado en la lucha antiterrorista, nos ofrecen una muestra: “no hagas tratos con el terror,

elimínalo; acechamos al terror donde se encuentre; nuestro deber empieza cuando las negociaciones acaban; nuestras hazañas permiten que otros vivan”.

La *NSA* (National Security Agency) de Norteamérica ha puesto en marcha el programa *Third Echelon* para proteger, según ellos, a EEUU de amenazas potenciales a la seguridad nacional. Su existencia es negada por el gobierno de los EEUU, *Third Echelon* implementa unidades de recogida inteligente de información que consisten en agentes de campo solitarios soportados por un equipo remoto. El videojuego *Splinter Cell*, basado en los “techno thrillers” de Tom Clancy, invita a los/as jugadores/as a infiltrarse en las oscuras sombras del ciberterrorismo, agencias secretas y operaciones encubiertas. El/la jugador/a se mete en la piel de Sam Fisher, un agente de campo perteneciente a una sub-agencia de la NSA. Esta sub-agencia, cuyo nombre es *Third Echelon*, está compuesta por un grupo de elite formado por estrategias, hackers y operadores de campo, y es la encargada de llevar a cabo operaciones encubiertas para salvaguardar la Seguridad Nacional. Solo y dispuesto con armas de tecnología punta, Sam caminará entre la línea de lo legal y lo ilegal. Deberá infiltrarse en el territorio enemigo y “neutralizar a sus oponentes sin dejar ningún rastro”. El/la jugador/a se enfrenta, finalmente, a un escenario construido a base de retazos de realidad, de manera que las acciones que realiza en el juego encajan perfectamente en la versión “literaria” de la parte menos visible de los conflictos que se resuelven de manera violenta. Se invita a conocer los detalles de las armas, las técnicas y las tácticas, dentro de un contexto que los medios de comunicación se encargan de presentar como cierto y real.

En los foros de discusión en internet sobre el videojuego *Operation Flashpoint* participan algunos ex militares y reservistas de ejércitos de todo el mundo (hay que recordar que una versión adaptada de este juego se vende a los ejércitos como entrenamiento virtual para los soldados). En los foros “off topic”, se ha distinguido entre el tema “The Dogs of War”, en el que se discute sobre los aspectos puramente militares del conflicto, y el tema “The Irak Thread”, en el que se discuten los aspectos políticos.

La construcción ideológica de la realidad

De esta forma podemos ver cómo los videojuegos están construyendo una visión ideológica de la realidad. Algunos han visto que pueden ser un arma de propaganda política, y que en etapas previas a la madurez, este puede servir para imprimir ciertos valores. “Así lo han entendido los responsables de las relaciones públicas del ejército estadounidense con su juego *America’s Army*, y también el grupo Hezbollah y su juego *Hezbollah Special Forces*. Si la violencia es parte de la naturaleza humana y el lenguaje es un mundo metafórico levantado por nosotros mismos para ayudarnos a creer que dominamos y comprendemos ese mundo “real” que todo indica que existe, el juego no es más que otra forma de lenguaje que nos ayuda en esa comprensión” (Gómez Cañete, 2003). La única diferencia son los

recursos económicos y el aparato mediático que tiene el ejército estadounidense para promocionar su juego frente a los recursos del grupo Hezbollah (al menos en occidente).

La "militarización" del juego

El ejército estadounidense ha encontrado una nueva y poderosa arma para entrenar a sus soldados en el sucio y peligroso trabajo de guerrilla urbana: los videojuegos. *America's Army* (<http://www.americasarmy.com>) es distribuido de manera gratuita a través de los CD-ROM que se regalan con las revistas especializadas, en las oficinas de reclutamiento y como descarga gratuita en Internet.

El juego, que salió el 4 de julio de 2002, convierte a quien juega en un soldado estadounidense. A primera vista, *America's Army* no es muy diferente de los demás videojuegos que tienen como tema la simulación militar. Hay otros cientos de títulos donde elegir, desde los simuladores de combate aéreo a la estrategia militar, pasando por la acción en primera persona o los juegos de dominación global. La particularidad de este juego es que pretende simular la carrera de un soldado estadounidense que ingresa en el ejército, y que asciende a través del escalafón. Esta es la parte del juego que más se parece a un juego de rol, donde al personaje se le asigna una serie de valores que después se irán desarrollando a través del juego. Tal y como se dice en la nota de prensa del propio ejército, "*America's Army: Soldiers* es un juego que imita a la vida. Debes guiar a un soldado generado por ordenador a través del ejército Americano y ayudarlo a desarrollarle una carrera, obtener una educación y subir en el escalafón. No solamente podrás visitar un centro de reclutamiento y alistarte, sino también progresar en el ejército y ver por ti mismo que experiencia vital tan rica ofrece el ejército de los Estados Unidos". Como afirma Pilet (2003, 27) "el ejército expone claramente sus intenciones, explicando que el objetivo de aquél es atraer al mayor número de jóvenes hacia la carrera militar. De hecho, para jugar hay que inscribirse en el site del ejército. Según información del propio ejército estadounidense en el año 2003, más de un millón de personas ya lo habrían hecho, y 600.000 de ellas habrían terminado las misiones de entrenamiento. Presentes por segundo año consecutivo en el Salón del videojuego que tuvo lugar en Los Ángeles (el E3) entre el 13 y el 16 de mayo de 2003, sus creadores (escortados por auténticos militares en posesión de armas cargadas) anunciaron los futuros desarrollos del juego: la incorporación de nuevos vehículos y nuevas misiones, así como la presencia en el juego de personajes civiles. Siempre dentro del afán de mezclar lo virtual con lo real, las personas que esperaban que se abrieran las puertas asistieron a un simulacro de ataque por parte de la 101ª división del ejército aéreo frente a las puertas del salón. Estas demostraciones continuaron dos veces por día mientras duró la iniciativa. El ejército de Estados Unidos no se detuvo allí: delante de las puertas de la meca del videojuego, se podían 'admirar' también dos nuevos proyectiles. Masiva incursión que es cualquier cosa menos anodina... El ejército de Estados Unidos captó a los programadores más talentosos, compró potentes motores de juegos, reclutó y

entrenó a sus tropas utilizando el videojuego. Sin embargo, esta incursión con fines políticos fue escasamente cuestionada. (...) Meterse en la piel de un soldado es aceptado, e incluso estimulado; asumir el papel de un gángster que trabaja para la mafia lo es mucho menos (...) No se ataca a los juegos de guerra propagandísticos”.

Teniendo en cuenta la situación geopolítica y económica actual, vale la pena repasar qué valores específicos son reflejados en el juego *America's Army: Soldiers* y su significado dentro del mismo y fuera de él. Como es lógico tratándose del ejército, cinco de los siete valores tienen que ver con las responsabilidades del individuo sobre una institución superior (ya sea la nación o el ejército). Así, son enumerados la lealtad (a la constitución, al ejército, a la unidad y hacia los otros soldados); el deber (hacia las obligaciones); el servicio altruista (poniendo el bienestar de la nación, el ejército y los subordinados por encima del propio); el honor (ser digno de los valores del ejército); y el coraje personal (la capacidad de enfrentarse al miedo, el peligro o la adversidad, tanto moral como físicamente). El resto de valores son el respeto (tratar a los demás como “deben” ser tratados) y la integridad (lo que está bien, legal y moralmente). También son cruciales para la carrera de soldado virtual los recursos (energía, resistencia, conocimiento, habilidades, finanzas y popularidad) y una larga lista de objetivos, que incluyen tanto objetivos en concordancia con el espíritu castrense como otros más egoístas, entre los que destacan “pasárselo bien”, “mínimo trabajo”, “ser guay” y “fiesta”. El juego concluye cuando el/la jugador/a llega a sargento o bien es expulsado del ejército o enviado a prisión. La prensa especializada, ha admitido que el juego es “propaganda de principio a fin”, pero se ha centrado en las bondades que ofrece al género de la simulación militar el hecho de que los propios militares hayan pasado de ser asesores a productores del contenido.

Comparado con *Counter Strike*, el componente multijugador pone frente a frente a equipos de jugadores del ejército (aquí no hay terroristas, ya que cada bando cree que los otros son los terroristas) en misiones con objetivos diversos pero ya familiares para la comunidad de aficionados a los juegos en red de acción 3D en primera persona (rescatar al VIP, infiltración, defensa, etc). Tanto los gráficos, de última generación, como la jugabilidad hacen facilitado que haya sido un juego perfectamente asimilado por la audiencia, como “uno más” entre la avalancha de títulos de este tipo que aparecen cada año.

Y a partir del 2004 el ejército estadounidense ha dado un salto cualitativo, utilizando el videojuego *Full Spectrum Warrior* para entrenar a sus líderes en tácticas de combate reales. Wil Stahl, diseñador de juegos en los estudios Pandemic, quien lideró el proyecto de tres años para desarrollar este simulador de combate basado en los requerimientos del ejército, explica como este videojuego pone a los/as jugadores/as al frente de escuadrones de infantería ligera en medio de un intercambio de fuego en una ciudad de Oriente Medio y comenta que tuvo mucho cuidado para llevar a la ficción detalles del juego y de asegurarse de que los soldados

estadounidenses actuaban con disciplina y profesionalidad. La versión comercial del *Full Spectrum Warrior* fue lanzada por Calabazas, de THQ, a comienzos de 2004, para la consola Xbox. Claro que, como siempre, han surgido algunas pocas voces críticas: “Me parece que utilizan el involucramiento del ejército para legitimar la violencia”, dijo Joanne Cantor, profesor investigador de la violencia en los videojuegos de la Universidad de Wisconsin.

La visión bélica del mundo

Como dice Gómez Cañete (2002), si estos fuesen los primeros juegos de este tipo que aparecen en el mercado de videojuegos sería más fácil llevarse las manos a la cabeza y denunciar esta descarada propaganda del ejército norteamericano. Desgraciadamente, la labor de glorificar la violencia y sublimar el papel de los ejércitos en nuestra civilización no empieza (ni acaba) en esta iniciativa. La idoneidad de los temas bélicos y la violencia en general para el medio audiovisual hace que la propaganda del aparato militar a través de estos no sea nada nuevo. Si se quiere conocer el funcionamiento de un ejército moderno, es mucho más sencillo hacerlo con un videojuego que ir a pedir un tríptico a la oficina de alistamiento más cercana. Miembros y veteranos de las fuerzas armadas son contratados como expertos por los desarrolladores para asesorarles en las simulaciones militares. Los videojuegos son también adaptados para su uso en el entrenamiento (*Marine Doom*, *Operation Flashpoint*), completándose así el círculo de intimidad entre las dos industrias.

Por eso, este autor, dice de forma irónica “no hay nada nuevo ni especialmente preocupante en este juego, si atendemos a estos antecedentes. Representa incluso un paso lógico y natural que se inscribe en los esfuerzos propagandísticos de los estados occidentales, que necesitan un gran soporte social a sus campañas militares y una familiarización de la sociedad con los pormenores de éstas. Escandalizados por las noticias sobre los claroscuros de la actuación de los propios servicios secretos y de defensa estadounidenses antes, durante y después del once de septiembre del 2001, no sería descabellado abonarse a la teoría de la conspiración y derivar de ésta un supuesto plan secreto para entrenar a soldados virtuales que lucharían sin saberlo en las guerras del futuro. La diferencia es que en nuestro medioambiente mental, dicha idea no sería tachada de conspirativa, sino de imaginativa y brillante, adecuada a los tiempos y a las nuevas guerras” (Gómez Cañete, 2002).

El “pensamiento único” se instala

Pero lo más preocupante no son estos videojuegos que expresan como objetivo declarado el difundir un mensaje ideológico y político. Creemos que es más importante aún la labor ideológica de la mayoría de los videojuegos. Si leemos entre

líneas, si buceamos en sus argumentos y en su desarrollo y buscamos las claves necesarias para entender cómo han usado los videojuegos las realidades políticas -objetivas o no-, podremos observar como los videojuegos están siendo un grandioso almacén de tópicos ideológicos, maniqueísmo dicotómicos, estereotipos sexistas, mitos racistas y sobre todo un trampolín para la distribución -consciente o no- de una única ideología: el denominado "pensamiento único" (Gómez Cañete, 2001).

Porque el maniqueísmo no se limita a los personajes o el enfrentamiento entre el bien y el mal, sino a las concepciones de lo que es posible, de la normalidad. Así, por ejemplo, Gómez Cañete (2001) comenta que, jugando al videojuego Trópico, una de sus experiencias fue intentar reducir al mínimo la presencia de los militares, con el resultado de constantes amenazas de golpe de estado y con la consiguiente retirada de la ayuda económica por parte de las grandes potencias. Más tarde, y ante una economía tambaleante a causa de un excesivo gasto social y salarios dignos, el Banco Mundial intervino limitando directamente los gastos del gobierno.

Esto supone que los propios videojuegos constriñen la realidad al 'pensamiento único' que domina y se infiltra en todas las dimensiones de la vida. No es posible pensar fuera de los esquemas predeterminados por el poder. La vida son nuestros límites.

Los videojuegos -agentes socializadores, como cualquier otro medio de comunicación y de expresión- transmiten valores e ideas. La ideología de sus contenidos contribuye a construir percepciones de la realidad y modelos de vida. Por eso creemos que pueden ayudar a potenciar una ideología ligada profundamente a lo que hemos definido como la "cultura macho" o evitarla y eso está en nuestras manos.

La inmediatez y la impulsividad de la "cultura macho"

Como otros muchos medios y soportes de comunicación e interactividad en entornos electrónicos, los videojuegos, potencian la instantaneidad, la impulsividad de nuestras reacciones.

Algunos/as autores/as (Gros, 1998) consideran que los videojuegos contribuyen a que la juventud aprenda diferentes tipos de habilidades y estrategias (habilidades psicomotrices, resolución de problemas, estrategias de cálculo, dominio del espacio), lo cual es cierto. Pero no lo es menos, que ese tipo de habilidades son potenciadas en un contexto de exigencia de rápidas reacciones, de toma de decisiones urgentes, de ansiedad y estrés interactivo. Y eso anula, o al menos dificulta, el ejercicio de reflexión pausada, serena, sopesando los pros y los contras, así como las consecuencias de las acciones.

En los videojuegos la rapidez de la respuesta, las órdenes categóricas impiden que el/la jugador/a pueda dedicar el suficiente tiempo para que la situación sea analizada, los mensajes sean comprendidos y meditados, por lo que se actúa sin reflexión.

Si esto lo unimos al fenómeno del "zapping" compulsivo del mando de televisión, de la cultura del videoclip y de lenguaje audiovisual de anuncio, etc., nos encontraremos con algunas de las claves explicativas de por qué a las personas adolescentes y jóvenes les cuesta cada vez más leer literatura o leer habitualmente periódicos de información. Es lo que Salomón ha denominado "efecto mariposeo", en donde la reacción responde a un impulso instantáneo muy rápido que no siempre ha sido pensado ni implica una reflexión posterior.

Hemos visto en el análisis de los videojuegos que, en muchos de ellos, no hay historia ni contexto, sólo una amenaza y una necesidad de actuar. Todo vale para cumplir la misión emprendida. El protagonista, es decir, nosotras y nosotros que estamos "al mando" del videojuego, debemos responder a la agresión sin preguntarnos los motivos que nos mueven, pues no hay tiempo para pensar. "Se necesitan reflejos rapidísimos para reaccionar a tiempo y responder con celeridad". El ataque o la defensa se convierten en el único parámetro operacional, en el sustituto de la reflexión y del juicio personal.

Como dice la publicidad de uno de los videojuegos emblemáticos como es *Enter The Matrix*: "su diseño se estructura en torno a dos premisas: perspectiva en tercera persona y no dar ni un segundo de respiro al jugador" (*Micromanía*, 8, 42).

La respuesta instintiva e inmediata a un estímulo se ha convertido en un aprendizaje básico que conlleva la utilización de estos videojuegos. Este es uno de los aspectos más llamativos de estos videojuegos: la rapidez que exigen, la respuesta emocional instantánea.

Frente al planteamiento de Prensky (2001, 61, citado en Gros 2002) que afirma que "el reto para los profesores es entender la gran importancia que tiene la recompensa inmediata para los jóvenes, y encontrar formas de ofrecer recompensas significativas inmediatas en vez de aconsejar cosas que serán recompensadas a largo termino" consideramos que esto es cuestionable. Fundamentalmente porque en el contexto actual esto supone la progresiva disminución de la capacidad de tolerancia ante la frustración. Los umbrales de tolerancia ante la no consecución de una "recompensa" inmediata es lo que nos permite pasar de una visión infantil, centrada en un egoísmo impulsivo que centra todo lo demás en torno al sujeto, a una percepción madura de la realidad en la que no siempre puedes conseguir lo que se quiere de una forma inmediata. De hecho algunos/as videojugadores/as entrevistados/as comentaban que los videojuegos que proponían resolver laberintos, o conseguir objetos o resolver enigmas para poder seguir avanzando, se hacían "lentos y aburridos".

Esto implica una progresiva incapacidad de las personas adolescentes y jóvenes para diferir la gratificación, un aprendizaje reiterado y continuo de intolerancia ante la frustración de los deseos inmediatos. Todo es instantáneo, rápido, fulgurante. Tocando un botón se produce un efecto inmediato. Pulsando una tecla se consigue un resultado al instante. El problema es cuando esta necesidad creada, esta demanda realizada en los videojuegos, se traslada a otros campos de lo humano. El esfuerzo y el trabajo constante que supone estudiar o investigar un fenómeno, la capacidad que supone aprender a diferir la gratificación inmediata de casi todas las empresas humanas, se convierten en fuente de frustración permanente y de "aburrimiento" constante.

Si algo no se consigue inmediatamente "es un aburrimiento". Las metas a largo plazo dejan de tener sentido en un contexto donde todo sucede fugazmente y sin apenas esfuerzo. Pulsamos un interruptor y se enciende la luz, descolgamos un aparato y podemos hablar con alguien a kilómetros de distancia, accionamos una tecla y tenemos a nuestra disposición bibliotecas enteras de información, jugamos con un videoconsola y podemos eliminar "simuladamente" a cientos de supuestos enemigos. Se configura una visión de la vida y del entorno dominada por la compulsividad, por la inmediatez.

"Los niños y jóvenes, ante un programa informático, raramente se leen un manual. Esperan una inmediatez, se supone que el software te enseña cómo utilizarse. Los juegos, el software en sí mismo parece que tenga que estar diseñado para enseñarte y por tanto, sólo se accede a la búsqueda de información complementaria o a los manuales cuando hay un problema que no puede resolverse. Pero, incluso ante la dificultad, se prefiere la pregunta directa al profesor o compañeros que la consulta de un manual" (Gros, 2002).

El problema es que las estructuras mentales de los seres humanos se van construyendo en función de los instrumentos que utilizan. El tiempo se comprime con los nuevos "juguetes" que manejamos. Todo es acelerado y nuestra espera se convierte en angustia. Queremos conseguir las cosas y conseguirlas ya. Y a esto nos están "ayudando" los videojuegos.

Pérez Tornero (1997) afirma que los videojuegos exigen unas actitudes psicológicas contrarias al ámbito escolar: "pulsiones rapidísimas, implicación total en un mundo superprogramado, aceptación de las imágenes realistas que se ofrecen. Un aula es un espacio colectivo y compartido de expectación global, y el videojuego se coloca del lado del mundo de los walkman, de las discotecas, de las diferentes sensaciones interiores que provocan los alucinógenos, es decir, de los mundos totalizadores hechos a medida de la subjetividad de cada uno, personalizados al extremo y capaces de modificarse ante el más leve movimiento del jugador-sujeto" (14).

Si hemos visto que jugar a los videojuegos es una práctica eminentemente masculina, tenemos que ser conscientes de que los hombres desde una edad muy temprana

na (8 y 9 años) realizan esta actividad de forma cada vez más frecuente. Esto supone la interiorización de un tipo de hábito que se va aprendiendo progresivamente y que puede trasladarse a otro tipo de situaciones y de espacios cotidianos de convivencia.

Craig Anderson, que trabaja en la *Universidad Estatal de Iowa*, considera que estos videojuegos proporcionan a las personas adolescentes un medio para aprender y practicar soluciones agresivas a las situaciones de conflicto. A corto plazo, aumentan la capacidad de violencia porque ponen en primer lugar las reacciones agresivas y, en segundo plano, las reflexivas. Mientras que, a largo plazo, predisponen a la agresividad al ver potenciada esa capacidad con el aprendizaje de técnicas de uso.

Se suprime prácticamente el lenguaje oral. Predomina la imagen visual y la respuesta mecánica. No hay pensamiento, reflexión, análisis, toma de decisiones razonada. Sólo hay acción, instintos, reflejos. El único lenguaje verbal que aparece prácticamente se reduce a órdenes.

Las videojugadoras y los videojugadores aficionadas/os responden que los juegos de estrategia exigen pensar y planificar las acciones a emprender. Que eso supone reflexión mental y estratégica. Lo cual es cierto. Pero la mayoría de estos juegos, por una parte propician un tipo de reflexión y planificación muy elemental orientada a ganar, conquistar, vencer, enriquecerse, construir imperios, etc.; por otra, sigue predominando la acción sobre la estrategia pues, a pesar de todo, la mayor parte del tiempo del juego se dedica a la acción; y, finalmente, las opciones estratégicas que te ofrecen estos videojuegos están limitadas dentro de unos esquemas muy limitados y marcados por el "pensamiento único" (no hay posibilidad de pensamiento divergente, ni que se salga de las "reglas establecidas").



Subcampeón del mundo de
Age of Empires

Por eso en el campeonato mundial de *Age of Empire* al que asistimos en noviembre de 2003, y entrevistamos a varias jugadoras y jugadores de este videojuego, cuando nos presentaron los organizadores al campeón mundial de este juego, un chico norcoreano, lo que expresaban admirativamente de él era la capacidad que tenía de estar golpeando el teclado sin mirar para él y la facilidad de cambiar de escenarios en la pantalla del ordenador casi sin tener tiempo para verlos.

Nos decían sorprendidos que había traído incluso un teclado especial para poder jugar que era "casi como una extensión de sus manos". Estas son las destrezas que se admiran entre las personas aficionadas a los videojuegos.

En conclusión, si sólo algunos juegos de estrategia parecen fomentar un cierto tipo de reflexión y esta, en la mayoría, es tan simple, podemos concluir que jugar a videojuegos no fomenta la reflexión y el pensamiento crítico, que necesita pro-

fundizar en los hechos y analizarlos detalladamente, para emitir un juicio fundamentado. Más bien, al contrario, potencia un pensamiento fugaz, instantáneo, impulsivo, de “mariposeo”, que no ayuda a nuestras alumnas y alumnos al desarrollo del pensamiento profundo, ni a un auténtico aprendizaje estratégico.

La irresponsabilidad de la “cultura macho”

Ligado a la característica anterior está, consecuentemente, la irresponsabilidad que conlleva. Quizá el atractivo de estos videojuegos para las personas jóvenes (y no tan jóvenes) sea que a través de ellos se puede pasar de la mirada a la acción, al menos simulada. Y esta acción nos permite transgredir las normas sociales sin sufrir consecuencias de ningún tipo. Como dicen algunas personas jóvenes entrevistadas: “a mí me gustan los videojuegos en los que puedes hacer lo que está prohibido, atropellar gente, pero es de mentira, tirar bombas y cosas así”.

Podemos engañar, mentir; podemos asesinar a otros seres humanos y se nos dan premios por ello (más vidas, más energía, más tiempo, etc.); y cuantos más asesinemos más se nos condecorará. Curiosamente, o consecuentemente, cada vez son más demandados los videojuegos cuya violencia es más truculenta y gráfica. Semejando al cine “gore” donde la sangre y las vísceras saltan por los aires e inundan la pantalla, los videojuegos alientan no sólo la indiferencia ante los actos violentos más irracionales, sino que jalean y premian el asesinato más sanguinario posible disfrazándolo de “justicia vengadora” contra nazis y asesinos, como dicen las propias personas jóvenes en los grupos de discusión justificándolo. Por supuesto una justicia paralela a la legalmente establecida, que como van aprendiendo y asumiendo progresivamente es la que realmente es “eficaz”, puesto que la legal siempre fracasa y “no sirve de nada”. De esta forma, soterradamente, se va asumiendo que la “licencia para matar” del agente 007 es válida (esto se traslada a los juicios que hacen sobre las acciones de la CIA, del MI6, o del GAL), que el “asesinato selectivo” de dirigentes terroristas es una acción estratégica adecuada, etc.

Esto supone una progresiva insensibilidad ante la imagen y la práctica de la violencia, especialmente por parte de los chicos que son los que más juegan a este tipo de videojuegos como hemos visto en los resultados de los cuestionarios, así como en otras investigaciones recientes. Mucho más teniendo en cuenta que los protagonistas de los videojuegos que realizan estas acciones responden a los ideales de fuerza, “valentía”, belleza, con los que los chicos adolescentes se pueden identificar. Si además apenas vemos a los malos, ni los conocemos o son monstruos o su rostro es “malvado”, más se justifican estas actuaciones.

La educación prosocial o moral es un aprendizaje mediatizado por la maduración. Los factores determinantes de la formación de habilidades morales son la herencia y el medioambiente. Y ya Aristóteles enseñaba que el ser humano progresaba

en la bondad y la virtud a través de la disposición, el hábito y la reflexión. Y esto parece que no es precisamente el punto fuerte de los videojuegos que más “consumen” nuestros jóvenes. Conducirse moralmente representa contradecir la instintividad y los ciegos sentimientos, asumir responsablemente los propios actos y ejercer la racionalidad ubicada en las zonas cerebrales superiores.

La dificultad de admitir el sexismo

Autores/as como Estalló (1995) afirman que la acusación de sexismo que se lanza sobre los videojuegos no se da en la realidad. “Es cierto que pueden reconocerse actitudes de este tipo en algunos, sin embargo su número resulta restringido y similar al de otros medios de comunicación. También es posible establecer una progresiva y clara tendencia a eliminar cualquier connotación sexista en el diseño de nuevos videojuegos” (63). Esta afirmación realizada hace casi una década, parece que se contradice con los hechos, como hemos visto a lo largo de esta investigación.

Este cuestionamiento de las críticas al sexismo de los videojuegos por parte de algunos autores y autoras, basándose en que sólo una parte de los videojuegos son sexistas y no todos, se ve acompañada por una minimización de esa crítica al considerar que es un problema generalizado en muchos ámbitos y no sólo en los videojuegos. Parecen afirmar que, dado que el sexismo es un hecho que se da también en la literatura infantil, los juguetes, etc., es “normal” que se de en los videojuegos.

Sin embargo, como hemos visto anteriormente, tras el análisis de 250 videojuegos no hemos encontrado ninguno que no se le pueda atribuir el calificativo de “sexista” en el sentido en que los hemos descrito aquí. Ni siquiera videojuegos de carácter educativo, como por ejemplo *Aztecas*, se libran de esta visión.

Además, desde el ámbito educativo, social, cultural y político se llevan años luchando contra todo tipo de sexismo, implícito o explícito, en los libros de texto, en los cuentos, en los juegos, en todo aquello que tenga que ver con la educación de nuestros hijos e hijas. Por eso no se puede argumentar que, como es algo que sucede en la realidad, los videojuegos han de reflejarlo sin más. La construcción de los guiones y de la narrativa de los videojuegos está en nuestras manos y depende de la orientación que queramos darles para que ayuden a construir un tipo de visión u otra del mundo y de las relaciones humanas.

Hay que tener en cuenta que una característica básica de la cultura androcentrica en la que todos y todas hemos sido socializados a lo largo de nuestra vida, es que lo masculino es la norma. “Es lo normal”. Por ello es tan difícil percibir la desigualdad, la discriminación y el sexismo en los videojuegos. En este sentido, las personas que han participado en grupos de discusión y a las que se ha entrevistado, aún cuando reconocen que los protagonistas femeninos son escasos y los que existen tienen aspectos irreales, no configuran estas percepciones como situaciones sexistas dentro de los videojuegos. Igualmente en los cuestionarios aplicados se observaba claramente que la mayoría no consideran que los videojuegos sean sexistas, aunque este rasgo lo perciben mejor las mujeres que los hombres.

Las mujeres consideran en mayor proporción que los videojuegos son sexistas, violentos, crean adicción, provocan trastornos personales y producen aislamiento. Mientras que los hombres tienden a opinar que fomentan la colaboración, aumentan la creatividad, ayudan a mejorar la personalidad y potencian la sociabilidad.

La discriminación es percibida con mayor claridad por las personas que la sufren.

Las consecuencias del sexismo

El problema es que el tratamiento de la mujer en los videojuegos, aunque no sea percibido conscientemente, tiene un importante impacto sobre la imagen que las niñas y adolescentes se construyen de ellas mismas y que contribuye especialmente a que las niñas y los niños asuman pautas de comportamiento respecto a la mujer elaboradas a partir de una visión estereotipada y limitada de lo femenino.

“Según estudios realizados por el especialista en psicología infantil Kenneth O’Byran, los anuncios se convierten en un eficaz instrumento de enseñanza para grabar cualquier idea relativamente simple en la mente infantil. Y en ese mundo de las ideas, están integradas las actitudes y los valores. Así, la publicidad de juguetes ejerce un poderoso influjo sobre la descripción que el niño se hace de su sexo y del contrario” (Nieto, 2003, 12).



Con este tipo de videojuegos las chicas aprenden la dependencia y los chicos la dominación. Tanto los niños como las niñas reciben mensajes negativos que influyen sobre la manera en que creen que deben actuar y el aspecto que deben tener. Este tipo de retrato envía señales muy fuertes acerca de lo que significa ser mujer. Lo podemos ver en el modelo de mujer que dibuja la ganadora del premio de la revista *PlayStation 2* en un concurso de dibujo de dicha revista.

“Hay razones de sobra para ver en los videojuegos de hoy la reafirmación de ideologías sexistas y la difusión de imágenes misóginas. [Los videojuegos] tienen la capacidad de producir una socialización misógina de los niños, hasta el punto de excluir a las chicas de todo un repertorio de opciones objetivas. Por esta razón los padres deben estar alerta ante la invasión de esta tecnología, siendo conscientes que la videoconsola representa el equivalente tecnológico de un programa de iniciación, porque prepara a los chicos y chicas para que se inicien en la dimensión digital. Sin embargo, al mismo tiempo, prepara socialmente a los niños para adquirir una conciencia misógina al excluir a las chicas de la mayoría de las posibilidades objetivas” (Cassell y Jenkins, 1998, 3).

En los videojuegos los hombres inventan a las mujeres y su papel en el mundo. Las visiones de la identidad femenina en los videojuegos, donde se detecta una falta de protagonismo femenino y un protagonismo masculino anclado en los estereotipos más profundos sobre los hombres, suponen un dominio del punto de vista masculino que jugadores y jugadoras deben asumir. A las mujeres se les exige abdicar de su identidad genérica e identificarse con formas masculinas de ver la realidad (Bengochea y Calero, 2002).

Muchos de los chicos jóvenes, de la misma manera que las chicas jóvenes, pueden concebir que los personajes extremadamente eróticos representan el “símbolo de la mujer ideal”. Estas imágenes pueden afectar a la capacidad de autoestima de las chicas, así como a la idea que ellas tienen de su puesto en el mundo. Además, estas imágenes también influyen en lo que esperan los chicos de las chicas y en como se relacionan con ellas.

“Se la subordina vinculando su valor a la posesión de un cuerpo encantador, a cuya dedicación compulsiva se destina la tercera jornada de la ‘megamujer’, después de la del hogar y la del trabajo fuera de casa, con la circunstancia agravante de cifrar su nivel de autoestima en una carrera imposible contra las leyes naturales del envejecimiento” (Muñoz Luque, 2003, 10).

La desigualdad de géneros y la dominación de lo masculino, y el mantenimiento de los sistemas socio-económicos-ideológicos se fundamentan en la legislación organizada por el grupo dominante para favorecer la posición de poder del hombre. Las investigaciones sobre la historia de género están descubriendo la importancia y protagonismo histórico invisibilizado que la mujer ha tenido en todos los tiempos y lugares, constituyendo un grupo imprescindible dentro de la estructura social que a su vez depende de ellas para la reproducción biológica, la reproducción de la fuerza de trabajo (y guerras) y de la cultura. Pues dentro de la estructura cumplen funciones políticas, económicas y sociales importantes, por tanto su invisibilidad es una estrategia de subordinación y no un reflejo de su peso relativo.

Los patrones sociales imperantes en esta cultura androcentrica enseñan a los chicos a reprimir sus sentimientos, a demostrar frialdad y dureza, a no llorar, a valorar la victoria y el poder por encima de todo. Y los modelos que se presentan en los videojuegos potencian esta concepción, tanto en los roles masculinos como en los femeninos, que se incorporan bajo el mismo patrón. En este sentido estos videojuegos, que como cualquier juego influyen poderosamente en la construcción mental de los niños y niñas, potenciarán este “machismo mental” y elemental.

Por eso es dramático que algunos expertos asuman esta realidad como irremediable. Según Jenkins (1998, 291), director del *Programa de Estudios de los Medios de Comunicación del MIT*, las mujeres tienen que aprender a ocupar el espacio y las formas de juego de los chicos. Sólo así afianzarán sus valores de autoestima y competitividad que son necesarios para que ellas lleguen a ser profesionales competentes. Deben de aprender a “irse con los lobos”, no simplemente a “perseguir mariposas”. Las niñas deben aprender a jugar en los mismos términos que los niños si quieren competir. De vez en cuando la Barbie debe “echar una cana al aire”.

Es el triunfo de la “cultura macho”. Las mujeres tienen que adaptarse a los modelos de competitividad y valores de los hombres. Porque el criterio es adaptarse a las exigencias del mundo empresarial y “militarizado”. Y es necesario formarlos

desde la infancia y a través de todos los medios. Sus roles han de ir asumiendo “de forma realista” que esta es la única vía posible, el único mundo posible.

Hay que tener muy en cuenta esto: ¿Qué es lo que se toma como modelo de referencia? El paradigma de lo adecuado es el masculino. Con ello se tergiversa la igualdad de derechos, de oportunidades, de posibilidades. Se identifica esa igualdad con la igualdad con los hombres, con el que las mujeres tengan los mismos valores que los hombres, que se comporten de la misma forma. En ningún caso se plantea lo contrario: que el modelo fuera la mujer, los valores, actitudes y comportamientos femeninos.

Esta visión machista establece también como tiene que ser la mujer y cual es su papel y también crear imágenes falsas en la cabeza de los chicos-hombres (lo más rechazable es “ser afeminado”). La hombría es un tema recurrente en la mayoría de los videojuegos.

La construcción asimétrica y jerarquizada de lo que supone debe ser un hombre o una mujer es un proceso de asimilación cultural, donde predomina la cultura dominante (la masculina) sobre la cultura dominada (la femenina). Deben olvidarse los valores de la cultura dominada (aculturación) para asumir los valores de la cultura dominante como los “correctos”, los “válidos”. Este proceso está relacionado con la teoría psicológica de la “similitud percibida”, donde el grupo más valorado considera que los demás deben parecerse a él y no al contrario. En este sentido el grupo genérico masculino ve normal que el femenino quiera parecerse a él, pero rechaza incorporar elementos del modelo femenino ya que los considera inferiores (ternura, cuidado, cooperación, etc.).

“El juego de los videojuegos no me juega”

La tercera conclusión a la que hemos llegado tras esta investigación está relacionada con uno de los aspectos que hemos mencionado del sexismo: la dificultad para percibir cómo los videojuegos influyen en la percepción de la realidad.

La mayoría de las personas jóvenes encuestadas y entrevistadas o que han participado en los grupos de discusión creen que los videojuegos no les afectan. Es casi unánime el consenso sobre este aspecto. No son conscientes de cómo influye en su concepción de la realidad, en sus creencias y valores, en sus comportamientos, en sus relaciones con los que les rodean.

En uno de los grupos de discusión que organizamos a través de internet, Javi2k afirmaba que “cuando juegas a un juego de estos (Counter Strike, etc.) no imaginas que estés matando a otros seres humanos, sino que cada partida te supone un RETO, el reto es lo que le da emoción al juego, y lo que lo hace divertido. El entorno (una guerra entre orcos y humanos, formar parte de un cuerpo antiterrorista, etc.) no es más que un aderezo que te presenta dichos retos dentro de un entorno más inmersivo.”

Esta “creencia” está enraizada en el desconocimiento de los principios que promueven el aprendizaje del repertorio cognitivo-conductual que, progresivamente, va configurando su identidad psico-social. “Debemos remitirnos a la psicología conductual y revisar los conceptos de reforzamiento y programa de reforzamiento para llegar al mecanismo último que explique el extraño atractivo y el magnetismo que ejercen los videojuegos sobre sus usuarios” (Estalló, 1995, 15).



Cuadernos de Pedagogía,
2001, 305

En general creen que no les condiciona, porque piensan que diferencian lo real de lo que no lo es; asumen el machismo y la violencia de los videojuegos como un elemento festivo (“a mí me da risa de los muertos porque son cachondos pero falsos”); hablan de que el cine sí es peligroso porque ves morir gente “real” pero en los ordenadores “es como un libro o un cuento”. Además dicen que los juegos tienen opciones para eliminar la sangre y los gritos y que además los malos se lo merecen (“los malos son nazis y asesinos casi siempre y te enseñan a ser justo con los débiles”). Y no hay

influencia más marcada que aquella que no es consciente, pues no permite una racionalización de la misma, induce a creer que no es necesario generar mecanismos conscientes de defensa frente a ella. De esta forma, la mayoría de nuestros/as

adolescentes y jóvenes se encuentran inermes ante los valores que transmiten y las actitudes que conlleva la utilización constante de estos videojuegos.

Una de las propuestas de videojuegos más significativas que demuestra cómo los videojuegos son capaces de jugar con sus "usuarios/as" debido a la implicación que imponen al jugador/a son las llamadas "mascotas virtuales", el *Tamagotchi*, creado por Aki Maita para la casa Bandai, tras haber analizado el mercado de los juguetes, haber realizado cuestionarios y entrevistas y haber examinado las lecturas y aficiones de las niñas, y que posteriormente fue "asumido" por el universo pokémon en la oferta del "Podómetro: Pikachu, TM, Color", que básicamente seguía la misma trama narrativa que su predecesor. "No hace falta ser muy astuto para concluir que este tipo de juego es la variante virtual del clásico 'jugar a mamás' de nuestras niñas de antes y de ahora. Probablemente, esa es la razón por la que se explica el poco interés que despierta en los chicos, en general" (Etxeberría, 1999).

Estas mascotas virtuales simulan los atributos de sus inspiradoras: las mascotas reales, en su dependencia y demanda de atención de su amo aunque con atributos propios. A la cibermascota hay que darle de comer, limpiarla, jugar con ella para que sea feliz, hacerla descansar, educarla y curarla si enferma. Si se cumplen todos sus requerimientos podrá tener una vida prolongada o de lo contrario puede enfermar, morir o convertirse en un ser "incontrolable". Como surge de esta descripción, se genera un vínculo entre el aparato y el niño o la niña que provoca su constante atención, si no se quiere correr el riesgo de ser el causante de algún deterioro en la "vida" de la mascota. Este tipo de propuestas subvierte el concepto de juego como espacio de creatividad y también el espacio de los vínculos afectivos ya que lo que en realidad sucede es que el niño o la niña quedan atrapados por la trama de la cibermascota que termina "controlando" el juego más que ser el niño o la niña quienes controlen el juego. La única libertad de elección consiste en negarse a jugar, o en abandonar las demandas de sus requerimientos y perder la mascota... Otra característica clave es que este juego no finaliza, el relato no sólo no se clausura sino que, por el contrario, el premio propuesto es permanecer jugando para evitar el fin (García Jiménez, 2001).

Es sorprendente además que se haya trastocado de tal forma el concepto de cuidado y atención a otra persona, valor tradicionalmente atribuido a las mujeres. Parece más bien una visión masculina sobre el cuidado de los otros, como si fuera una carga pesada y una obligación despótica que se te impone. Esta forma de concebir este tipo de videojuegos acaba haciendo que estas primeras experiencias de cuidado y atención que vive el niño o la niña se conviertan en algo desagradable y negativo que se tiende a rehuir. Y, como siempre, los valores "culturalmente femeninos" son desvalorizados y presentados como algo gravoso de lo que hay que huir.

"Mientras la lógica masculina sea la norma invisible dominante, cualquier intento de cambio que no sea consciente de esta realidad, sólo servirá para perpetuar el dominio de los hombres, y esto es lo que está ocurriendo con los videojuegos" (Cassell y Jenkins, 1998, 25).

Todos y todas somos responsables

La última conclusión o consecuencia que hemos extraído de esta investigación es que esto es un tema social, no algo ligado a las decisiones individuales de la persona que “consume” los videojuegos o de las personas responsables que le tienen a su cargo (normalmente las familias).

Se están hurtando a la discusión pública y política muchos problemas estructurales y sociales actualmente. Y este es uno de ellos. Se trata de remitir a la decisión individual, a la libertad de elección del consumidor o de la consumidora. Como si de ellas y ellos dependiera el apagar el televisor o dejar de jugar a los videojuegos. Mientras que lo que se oculta al debate social es qué tipo de programas son los que tiene que ofrecer esa televisión o qué contenidos y valores son los que tienen que promover esos videojuegos.

Según Francisco Javier Fernández, responsable de *Amnistía Internacional* en Asturias, «no es solamente un problema de la gente joven, sino que es un problema en general de la sociedad. Los valores comerciales o de lucro se ponen por encima de los derechos humanos, de la paz o de la justicia. No deberían fabricar ni comercializar estos videojuegos por motivos éticos, pero priman los intereses económicos por encima de otro tipo de intereses. También denunciemos la desidia y el desinterés que existe en este sentido por parte de la sociedad, porque hay organizaciones que están exponiendo lo que está ocurriendo, que lo están denunciando, pero son denuncias que pasan desapercibidas, no se les da importancia, hasta que un día ocurre algo grave. Pero antes de que ocurriera ya se estaba denunciando» (Fernández, 2003).

“Los contenidos de los mensajes de los “media y vídeo juegos” son los que corresponden a los intereses del mercado global y su geoestrategia. Su objetivo, un individuo aislado, violento, con prejuicios raciales, sexuales, autoritario hacia los “inferiores” (se sienten ellos mismos como parte del poder), sumiso hacia los “superiores” y admirador de la “ciencia y la tecnología como método de dominación”... belicista, y partidario, “en caso de conflicto”... de una solución final... para acabar para siempre jamás con el problema... Poco a poco estos “nuevos valores”, códigos y formas de consumo y comportamiento ritualizados, van haciéndose vida cotidiana, hasta que paulatinamente llegan a convertirse en “rasgos naturales” de la vida cotidiana de los más jóvenes” (Fernández-Obanza, 2003).

Sostenemos que la sociedad adulta (multinacionales que los diseñan y fabrican, autoridades administrativas y gobiernos que los autorizan, medios de comunica-

ción que ganan ingentes cantidades de dinero con su publicidad, organizaciones educativas y sociales que no enseñan mecanismos de defensa y crítica frente a ellos, investigadores y empresas editoriales y multimedia que no invierten en crear otros juegos alternativos más creativos, familias que invierten dinero en su compra, etc.) es cómplice de la "cultura macho" que estos videojuegos ayudan a generar, potenciar y sostener.

Estamos siendo socializados en una cultura de la violencia, de la competitividad, del menosprecio hacia las personas más débiles, del sexismo y de la agresión como forma de relación. Y un ejemplo de esto lo tenemos en las maneras y estrategias que la sociedad adulta, a través de estos videojuegos, genera para educar –o más bien "seducir"– en la violencia a las personas más jóvenes y cómo a través de ellas se aprende a entender que la forma más adecuada, si no la única, de resolver los conflictos es a través de la violencia.

"Los videojuegos son una forma compleja y en rápida evolución, una forma a la que la mayoría de padres y adultos prestan relativamente poca atención" (Provenzo, 2000, 109).

"Los adultos lo han desatendido. Los padres y madres apenas se limitan a proporcionar el dinero a sus hijos para comprar la consola o el videojuego; luego se desentienden. Ignoran el contenido de la mayoría de los juegos, y no se les ocurre pensar lo que pasa por la mente o la emoción de su hijo mientras juega. No perciben las violencias sin número de muchos juegos o su escabrosidad. Distinguen poco entre los diversos objetivos y valores que se proponen a niños y adolescentes en cada entrega lúdica. Tampoco se acercan al mundo de las revistas y de las promociones de la industria videolúdica y pasan, así, por alto, el sinnúmero de discursos provocadores y, a veces, escasamente edificantes que reciben los niños. Y sin embargo, el ámbito de los videojuegos se presenta como un nuevo espacio de construcción y desarrollo de la sensibilidad infantil. A veces más importante y decisivo que la escuela. Los maestros y profesores trabajan como si el mundo de los videojuegos no existiera. No entienden la mecánica de absorción psicológica que éstos presentan ante los niños, ni la magnitud del reto de autoafirmación que les colocan delante de su atención: la necesidad –para sobrevivir en el juego– de no fallar, de no perder una décima de segundo, de apuntar con destreza... Por ello tal vez no comprenden el desajuste psicológico que se produce en dos ámbitos tan diferentes de ritmo, de estímulos y de implicación como son una clase y un videojuego" (Pérez Tornero, 1997, 13).

En nuestra investigación hemos constatado que sólo el 40% de las personas encuestadas tienen un seguimiento del uso de sus videojuegos por parte de una persona adulta. Pero aún es más significativo que sólo a una de cada cuatro personas que juegan a videojuegos se le controla los contenidos. Casi el 75% de las personas adolescentes y jóvenes que usan videojuegos, manifiestan que sus familias no saben cuáles son los contenidos de los mismos ni los valores que transmi-

ten. Y esto es lo que denuncian la mayoría de las investigaciones y expertos y expertas en el tema. El desconocimiento que tienen las personas adultas del mundo de valores en el que están inmersos sus hijos e hijas con estos videojuegos.

En un artículo titulado de forma idéntica al informe de De Miguel y De Miguel (2001) «Los videojuegos en España», Lidia Pitzalis (<http://www.gamesreview.com>) explica que un 56 % de las familias se declaran partidarias de su uso, un 36 % contrarias y un 7% indiferente. De entre quienes aceptan su utilización, el 69 % son hombres y el 31 % mujeres. El 54 % de los padres y madres con hijos/as menores de 14 años les han comprado videojuegos en algún momento. El 77 % de los padres y madres se sienten tranquilos mientras los niños/as juegan. El 56 % prefieren que sus hijos/as se distraigan con el ordenador antes de estar jugando sin control en la calle. El 77% creen que favorecen la competitividad, el 76 % que desarrollan la agilidad mental, el 53 % que ayudan a aprender idiomas, el 49 % que potencian la creatividad y el 45 % que ayudan a mejorar los conocimientos informáticos. Pero casi todos y todas son unánimes al afirmar que deben incrementar su atención sobre los videojuegos que utilizan sus hijos/as (95%) y que es necesaria la regulación ética de los contenidos (90%), aunque sólo la mitad (el 47%) cree necesario erradicar la violencia en los argumentos, imágenes y sonidos, a pesar de que se muestran escépticos ante la posibilidad de regular la violencia con eficacia (45%).

Pero no podemos considerar estos datos sin tener en cuenta los cambios sociales que se han producido en nuestra cultura en los últimos tiempos. Se ha reducido el número de miembros en la familia (hermanos, y hermanas, abuelos...), en la actualidad suele existir mayoritariamente un número muy bajo de hermanos/as, reduciéndose las redes de apoyo familiar. También ha cambiado el lugar de residencia de la mayoría de la población, pasando de un ambiente rural mayoritario a un entorno urbano, lo cual modifica la utilización y posibilidades del tiempo de ocio.

El mercado se ha convertido en el gran regulador del consumo en función de la oferta y la demanda. Es el sujeto individual quien ha de decidir qué es bueno y qué es malo. Se ha pasado de una regulación social a la "libertad de mercado". Y cuando hay menores la responsabilidad se dice que recae solamente en los padres y madres para decidir qué deben consumir sus hijos e hijas y qué no.

El problema es que se les pide una responsabilidad individual a las familias sin un soporte colectivo que sustituya a la regulación social anterior. Si actualmente están en crisis los valores, los enfoques sobre lo que es bueno y malo son múltiples y dispersos, si no hay una formación para ser padre o madre ni para consumir, si el tiempo que se puede dedicar a educar es tan escaso debido a las condiciones laborales en que se tiene que trabajar, si nuestros conocimientos sobre las nuevas tecnologías son tan escasos y superados por los de nuestros hijos e hijas, si los grandes medios de educación y de creación de mentalidades y modas son los 'mass media', cómo se les puede exigir a las familias que se conviertan en filósofos sobre

el bien y la verdad, en pedagogas de las futuras generaciones, en reguladoras del consumo, en...

Esto significa que la socialización esta siendo dirigida esencialmente por el mercado. Y se tiende a responsabilizar a las familias de las salvajes condiciones que impone el dios contemporáneo: el mercado global. Es el sujeto quien tiene que combatir contra él. Porque el mercado se autorregula. Es la divinidad de la libertad de mercado la que se nos impone y nos culpabiliza. Es la perversión que convierte a las víctimas en culpables, y les hace sentirse como tales.

La tecnología tiene que estar al servicio de la comunidad, al servicio de la sociedad no al servicio del rendimiento económico. La responsabilidad está antes del mercado, antes de que esos productos lleguen al mercado. ¿Y si hacemos otros productos conforme a los derechos humanos y a los principios y valores que defendemos, al menos teóricamente? ¿Y si ponemos el mercado al servicio de los seres humanos?

Porque cada vez se exigen nuevas responsabilidades a la familia o a la escuela: ahora conocer y analizar los videojuegos que cada día cambian y cada mes aparecen diferentes. Hubo un tiempo en que se crearon instituciones sociales para ayudar a sus miembros y a la familia en su función educadora. Pero cada vez se la está dejando más sola en esta responsabilidad, con el agravante de todo un entorno social que educa justamente en "lo contrario". ¿Es que siempre tendremos a quien culpabilizar (familia) y dejar a salvo la responsabilidad social?

Uno de los problemas claves, como denuncia Pérez Latorre (2003) es que la ficción interactiva "está en manos de una industria extremadamente conservadora, que ofrece muy poco margen para las propuestas innovadoras y las alternativas a la gran hegemonía "adrenalinista" del videojuego", refiriéndose a que la mayoría de los videojuegos están basados en la multiplicación de los adversarios apostando todavía por la pura descarga de adrenalina del jugador o la jugadora.

"De ahí que, una vez más, no quepa más salida que la apelación, por una parte, a la autorregulación, por otra, a un control racional de las normas y, finalmente, a los esfuerzos educativos, empezando por esa educación familiar sin la cual cualquier otra se convierte en imposible. (...), diremos que la autorregulación es precisa pero que debe dotarse de mecanismos que la fiabilicen (muchos dudan de que "la zorra se muestre diligente en la vigilancia de las gallinas", y piden composiciones más equilibradas en las comisiones y seguimientos más activos de ésta), que hay que racionalizar las normas reguladoras (pero articulando algún mecanismo garantista de vigilancia y cumplimiento), y que no hay que tratar de poner puertas al campo, intentando que la ley resuelva las dificultades sociales: la apelación al control cultural, educativo, paterno (además de al autocontrol) se presenta ineludible" (FAD, 2002, 272).

Somos herederos y herederas de una tradición que especificaba los roles de hombres y mujeres, ya desde su infancia. La cultura de chicos, reflejada en la literatura por personajes como Huckleberry Finn, o Mowgli, ponía al niño en la piel de personajes alejados del entorno doméstico y sus compromisos, frente a una naturaleza salvaje que debía dominar si no quería perecer ante ella. Las aventuras sin descanso no dejan tiempo para la introspección moral y emocional, y los espacios salvajes, alejados de la supervisión de las personas adultas, son el refugio perfecto para quien rehúsa someterse a las presiones del progreso civilizado. Por otra parte, la clásica literatura infantil para niñas, como en el caso de *Ana de las Tejas Verdes* o *El Jardín Secreto* establece muy claramente cuál es el papel de la mujer en estos casos. Los espacios de exploración femeninos son interiores, llenos de secretos y romances, en los que el riesgo no es físico sino emocional frente a los riesgos de las relaciones sociales. El tono de esa literatura invita a la confesión más que a la confrontación, pero pagando el alto precio de aceptar de manera sumisa que el lugar de la mujer está en el auto-sacrificio y el confinamiento doméstico, donde debe templar su impulsividad natural.

Y esta cosmovisión, tal como la expone Gómez Cañete (2000) es la que se está reproduciendo actualmente a través de los videojuegos. Por eso este autor considera que en su educación y mitología infantil, tanto los niños necesitan de una mayor capacidad empática y preocupación por las dificultades inherentes a las relaciones personales, como las niñas necesitan conocer los mecanismos de la exploración física del mundo exterior. Para ser más exactos, afirma, para el conjunto de la humanidad, ha sido mucho más grave la carencia emocional del universo masculino que la que han sufrido las mujeres.

Porque, para él, la cultura del más alto, más fuerte, más rápido, ha llevado a que disfrutemos de las representaciones más espectaculares de las mejores máquinas de guerra y sus derivados. Por eso, se necesita un nuevo enfoque en la creación de videojuegos auténticamente "valiosos" (con valores sociales positivos), que tengan en cuenta todas las necesidades emocionales y de experiencias que tiene el ser humano, aportando a la suma aquellas características que injustamente se han denominado típicamente femeninas.



Capítulo III

Propuestas

Capítulo III: Propuestas

No se trata de caer en la fácil tentación de demonizar los videojuegos. Pero sí de realizar un juicio crítico sobre su utilidad en el desarrollo de los valores más adecuados para las futuras generaciones, pues el tiempo libre de nuestras hijas e hijos se puebla cada vez más con este mundo virtual y difícil de analizar para el mundo adulto.

En esta investigación hemos analizado el tipo de videojuegos más extendidos hoy en día, que están en boga actualmente entre los niños y las niñas, las personas jóvenes y no tan jóvenes. Y hemos llegado a la conclusión de que la inmensa mayoría de los videojuegos más vendidos actualmente son esencialmente sexistas, exhiben altos niveles de dureza, de exaltación del vencedor, de menosprecio del derrotado, exaltan esa “cultura macho” como forma de entretenimiento y de diversión. Frente a ellos nos posicionamos y consideramos que la sociedad, todos y todas, hemos de hacer algo.

El proceso de aprendizaje de esa “cultura macho” está en relación directa con el mayor o menor nivel de conciencia personal y colectiva que se tenga sobre ella. Por eso son necesarias, tanto medidas personales como propuestas colectivas y políticas.

“Se exigen medidas en dos direcciones. En primer lugar, estableciendo un marco legal y normativo que regule el mercado de los videojuegos, principalmente en lo referido a la adecuación de los contenidos de los productos a la edad de los usuarios. En segundo lugar, promoviendo un clima de atención en los agentes educativos fundamentales (padres y escuelas) para que eduquen en valores a los más jóvenes, potenciales usuarios de estos videojuegos” (FAD, 2002, 59).

Acción preventiva desde todas las instancias sociales y culturales

Tenemos que considerar que la acción preventiva implica no sólo a la escuela sino igualmente a determinados estamentos sociales, culturales, económicos, ideológicos y políticos que deben asumir su parte de responsabilidad y buscar mecanismos concretos y adecuados para no contribuir a generar mayor dosis de violencia, compulsividad, sexismo o aislamiento.

Un típico producto para personas adultas, *Larry in the Leisure Suit* o *Larry I*, incorporaba un curioso mecanismo para asegurar una edad mínima entre los/as jugadores/as mediante preguntas al inicio del juego que tan sólo pudieran ser contestadas por personas con una edad similar o superior a la de la mayoría de edad (además de advertir en los créditos iniciales del contenido del juego). Esto es un ejemplo de cómo, las corporaciones multinacionales que los producen, pueden introducir formas de regulación en el uso de los videojuegos, cuando hay suficiente presión sobre ellas para que lo hagan. Es como las empresas que contaminan ecológicamente, que nunca modificarán sus vertidos contaminantes mientras les salga más barato pagar las multas que reconvertir su proceso de producción.

“Corresponde a la sociedad civil exigir a los poderes públicos que, más allá de la autorregulación que la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento y el Instituto Nacional de Consumo comenzaron a aplicar el 31 de marzo de 2001, se legisle con prontitud para que el estado controle la calidad educativa de los contenidos de los videojuegos dirigidos a jóvenes y adolescentes. Tal normativa tendría que obligar a los fabricantes a informar en los embalajes y etiquetas sobre su argumento, tipo de narración, opciones de manipulación y edades recomendadas para el uso y consumo de cada producto multimedia” (Ortega, 2003).

En 1984, en el Reino Unido el *Video Recordings Act* obligaba a que los vídeos de compra o alquiler fueran clasificados por la *British Board of Film Classification* (BBFC), una autoridad designada por el Ministerio del Interior, nacida como un organismo independiente hace más de ochenta años. En principio, los videojuegos quedaron exentos de la clasificación, excepto aquellos trabajos que pudiesen incitar a la actividad sexual o a actos de fuerza asociados con ella, a la violencia o a la comisión de delitos criminales. En esos casos el trabajo debía ser clasificado por la BBFC antes de poder ser legalmente distribuido. A partir de este momento, la industria tuvo que tener en cuenta dicha clasificación si quería que un producto llegase a las estanterías de las tiendas. Por su parte, la industria —representada

por la *European Leisure Software Publishers Association* (ELSPA)— inició su propio proceso de autorregulación, aplicando el *Video Standards Council* (VSC), una clasificación voluntaria que provenía de los vídeos. En 1997 el VSC recomendó que el juego *Carmageddon* (SCI, 1997) no necesitaba pasar la clasificación de la BBFC, ya que no era lo suficientemente realista en su representación gráfica. *Carmageddon* mostraba la recreación de actos violentos, la conducción irresponsable y la violencia explícita: el videojuego se debatió incluso en el parlamento inglés. Ante las dudas sobre la clasificación del juego, los editores crearon una versión modificada (con sangre verde) que fue aprobada por el VSC, con la categoría “para más de 15 años” y puesta a la venta sin pasar por la BBFC. Aunque esto causó que la BBFC criticase a los editores del juego (y amenazase con no clasificar el juego), la versión original del juego se puso finalmente a la venta con la categoría “18, sólo para adultos”.

Países como Alemania son conocidos por el tipo de regulaciones sobre el contenido de los videojuegos. Se trata de aplicar normas tales como hacer que los cadáveres desaparezcan al cabo de unos segundos, mostrar la sangre de color verde, o cambiar el argumento para sustituir personas por zombis o alienígenas. En Estados Unidos existe también una asociación de la industria del software, la *Entertainment Software Rating Board* (ESRB), que promueve un sistema de calificaciones voluntario similar al VSC europeo. Tras los sucesos de Littelton, donde dos estudiantes mataron a cuatro compañeros de instituto e hirieron a más de una decena, y se afirmó que el crimen había sido una recreación del juego *Doom*, al que los dos jóvenes eran aficionados, las críticas han arreciado hacia los videojuegos.

El 15 de mayo de 2003, aparecía en periódico español *El País* la noticia de que la *Asociación de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento* (ADESE) había decidido adoptar el método de clasificación por edades de los videojuegos llamado PEGI (por su sigla en inglés “*Pan European Game Information*”), el primer sistema panaeuropeo para guiar a los consumidores sobre si un videojuego es apropiado para una determinada edad. De acuerdo al PEGI, los videojuegos contendrán información para los consumidores de acuerdo a la edad recomendada para su uso.

La adopción del nuevo código sustituye al sistema de autorregulación creado por aDeSe, que entró en vigor el 1 de abril de 2001. Concretamente, PEGI aporta dos novedades:

- La introducción de más edades intermedias: Se dividirán así: para mayores de 3 años, de siete, de doce, dieciséis y 18 años.
- Además, La presencia de unos iconos descriptores de contenidos que especifiquen la razón por la que se ha clasificado el videojuego en la categoría de edad seleccionada. En la caja o carátula del juego aparecerán unos símbolos que especificarán si el videojuego tiene escenas de sexo, terror, desnudos, insultos, violencia, drogas o, incluso, de discriminación social o racial. Los iconos utilizados son los siguientes:



Violencia



Palabrotas



Miedo



Sexo o desnudos



Drogas



Discriminación

Cada uno de estos contenidos los valorará el *Instituto Holandés de Clasificación de Material Audiovisual* (NICAM), que tiene como administradora a la *Federación Europea de Software Interactivo*.

Pero las cosas son más complejas de lo que parecen en principio. Por una parte, los distintivos por edades no dejan de ser una recomendación (cuyos criterios están determinados por las propias empresas) que los usuarios o las usuarias atenderán o no, pues quienes se encargan de vender y alquilar los productos no realizan una labor de control al respecto. En este sentido, las familias, que tendrán más elementos para juzgar los juegos que utilizan sus hijos e hijas, habrían de adoptar, en función de su interés y posibilidades, tal papel controlador. Pero es muy difícil desarrollar adecuadamente ese papel educativo (y de control) en una sociedad que está en constante cambio de valores, modelos familiares, modos de socialización y espacios físicos.

Además, no todas las empresas creadoras, desarrolladoras y distribuidoras de videojuegos que actúan en el mercado español, están asociadas a ADESE (actualmente están asociadas quince empresas). Hay que tener en cuenta que algunas compañías poseen políticas globales, de manera que los juegos vendidos en EEUU llevan la clasificación de la ESRB norteamericana. Otras compañías, ya sea porque su distribución no es global o por simple omisión, comercializan sus productos en nuestro país sin ningún tipo de clasificación.

Y finalmente que hay que plantearse la verdadera repercusión de estos códigos por cuanto están creados y regulados por la propia industria, además de por su carácter voluntario y por la ausencia de sanciones, más allá de la exclusión de la propia asociación. Adoptando este punto de vista, resulta dudoso que las empresas renuncien a incluir, o simplemente publicitar, algunos de los elementos que mejores resultados les proporcionan de cara a la promoción y venta de sus productos.

El problema es que se trata de un Código voluntario y no todas las empresas están suscritas. Pero el verdadero handicap, como lleva denunciando reiteradamente

Amnistía Internacional desde el año 2001 a través de informes sucesivos, es que, actualmente todavía no existe legislación, ni en España, con excepción de Canarias, ni en el marco de la Unión Europea, que proteja a los/as niños/as y otros/as menores de edad del fomento de violaciones de derechos humanos en los videojuegos, que se siguen fabricando y distribuyendo impunemente sin ningún tipo de regulación sobre su uso.

Hay que tener en cuenta que “el objetivo de quienes crean, desarrollan, distribuyen y publicitan videojuegos no es otro que el maximizar beneficios, es decir, que los ingresos producidos a partir del producto ofertado superen la inversión realizada. A este objetivo primordial quedarán supeditadas todas las consideraciones relativas a la creatividad, originalidad o acabado del producto, si bien el adecuado desarrollo de estos elementos contribuirá al éxito del producto” (FAD, 2002, 64).

Amnistía Internacional ha documentado igualmente, en el caso de los videojuegos, que la práctica de explicitar a quien va dirigido el videojuego por edades se cumple escasamente, es confusa o simplemente no se incluye ese dato en la carátula del videojuego.

Por eso *Amnistía Internacional* advierte que es preocupante el hecho de que ya no se encuentre en el nuevo código PEGI, como en el antiguo código ADESE, la protección de los menores y que no se especifique la información relativa a las multas de las sanciones, no quedando claro cómo será el funcionamiento de tales sanciones. Sin embargo, considera que el nuevo código mejora en el aspecto de que las administraciones públicas (representante del Ministerio de Sanidad y alguna representación pública en defensa de los y las menores) tienen un papel en el proceso de certificación y en que todos los videojuegos señalados como para mayores de 12 años, tienen que ser revisados por el comité de seguimiento para comprobar la información del productor.

Pero todos estos códigos son muy relativos y poco eficaces. Hay que tener en cuenta que, especialmente los videojuegos de PC, muchas de las personas adolescentes y jóvenes los obtienen mediante copias “pirateadas”, lo cual supone que ni están etiquetados, ni hay ningún tipo de control. Según el estudio realizado por la *Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU)-CECU* en el 2003 (aparecido en una noticia en <http://www.noticiasdot.com/> el 25 de febrero de 2003), el 46% de los/as menores encuestados/as reconoció tener juegos “pirateados”, por lo que “en estos casos no hay posibilidad de etiquetar el producto y de controlar su consumo”.

De hecho *Amnistía Internacional*, en su tercer informe sobre los videojuegos, titulado “¿Sabes a qué juegan tus hijos? Videojuegos, racismo y violación de los Derechos Humanos”, ha denunciado la existencia de videojuegos al alcance de menores con contenidos que desprecian los derechos humanos. Por ejemplo, el

videojuego *Mafia*, etiquetado para mayores de 16 años, promueve actitudes contrarias a los derechos humanos. Sus imágenes en tres dimensiones muestran, por ejemplo, el atropello indiscriminado de transeúntes y asesinatos cometidos con un bate de béisbol. *Warcraft III, Reign of Chaos* es recomendado para mayores de 16 años, aunque *Amnistía Internacional* considera que, de acuerdo con su contenido, debería ser para mayores de 18 años. O el videojuego *Kaboom* que se descarga gratuitamente de Internet, sin que haya ninguna advertencia sobre su contenido, comenzando el juego con una caricatura de Yasser Arafat. Aparece un suicida que se sitúa entre una multitud. Con el ratón busca la mejor posición, moviéndose hacia la derecha o hacia la izquierda. El/la jugador/a tratará de causar el mayor número posible de víctimas. Pulsando el ratón se produce la explosión. Del cielo caen restos de las personas que han saltado por los aires. Se pueden ver desmembramientos y sangre. A mayor número de personas muertas, más puntos. Las personas heridas también suman. Fin del juego.

Licono y Piccolotto (2003) proponen las siguientes recomendaciones, enfocadas especialmente en torno al uso de los videojuegos y a la participación que tienen, los padres y madres con sus hijos e hijas y los educadores y educadoras con sus educandos/as:

- a. Es importante que se conozca el contenido de los videojuegos que se adquieren, así como sus instrucciones, lo que nos ayudará a elegir aquellos videojuegos más apropiados para cada edad.
- b. Es recomendable la utilización de videojuegos existentes en el mercado, que no sean sexistas, violentos o racistas.
- c. Fomentar el uso de videojuegos que permitan la participación de más de un jugador.
- d. Limitar el tiempo del uso de los videojuegos. Es recomendable que se juegue entre 30 a 60 minutos por día, dependiendo de la edad del niño.
- e. No olvidemos que el juego y sus recursos deben variar, por lo tanto el adulto procurará que el niño diversifique el juego y sus objetos de juego.
- f. Se debe procurar que durante la utilización de los videojuegos, así como en muchas otras actividades lúdicas, los padres y maestros se involucren durante el juego, de tal manera que sean coparticipes en ésta actividad.

“Las mujeres diseñadoras de videojuegos se quejan constantemente de que sus ideas acaban siendo rechazadas porque no se adaptan al código implícito de las empresas. Ese código especifica lo que constituye un “buen juego” y un producto divertido” (Cassell y Jenkins, 1998, 26). Estos mismos autores siguen comentando que, uno de los diseñadores de videojuegos, John Romero, afirma que los hom-

bres diseñan juegos para su propio consumo porque saben realmente lo que les divierte, pero no son capaces de comprender lo que divierte a las mujeres.

“Si es cierto que otro futuro es posible... ¡qué gran herramienta para inventarlo se está perdiendo en los videojuegos! Porque, si los videojuegos permiten participar y escribir el guión de lo que se experimenta en ellos, ¿quién asegura que se está jugando con la baraja completa?” (Gómez Cañete, 2001).

Nuestro poder como consumidoras y consumidores

En el ámbito de la responsabilidad colectiva tampoco podemos olvidar nuestra capacidad individual como consumidoras y consumidores para responder en esta "sociedad de consumo", donde lo único que parece importar a las grandes empresas multinacionales son sus cuentas de beneficios.

El cine, la televisión se ven de forma colectiva. Todos y todas vamos o hemos ido alguna vez al cine, vemos la televisión, etc. Pero los videojuegos requieren unos conocimientos tecnológicos que muchas personas adultas no poseen. Incluso, aunque los posean, no tienen suficiente entrenamiento en los mismos como para persistir en ellos. Además, al contrario que el cine o la televisión, se juegan en un ámbito privado, reducido en todo caso al escaso grupo de jugadores/as que interaccionan entre ellos, pero habitualmente al margen de las personas adultas. "En general los padres no se entrometen demasiado en la vida de sus hijos, ya que todo esto es 'de su época' y la tecnología les absorbe, les intimida o ambas cosas a la vez" (Sanger, 2000, 64). Además, como explica Ortega Carrillo (2003) "en los últimos años, el fenómeno de los videojuegos ha escapado del control paterno. Son miles de niños y jóvenes españoles los que frecuentan los establecimientos públicos de acceso a Internet (cibercafés y cibergames) para jugar durante una o más horas a la semana colectivamente y en red". Esto implica una falta de información significativa por parte de las familias y responsables educativos sobre los videojuegos, lo cual propicia su desconocimiento.

Por eso es importante que sean las propias personas consumidoras quienes aprendan a regular el mercado. Si conocen los "efectos colaterales" de determinados videojuegos y priman la compra de otros videojuegos que fomenten valores en los que se quiere realmente educar, las empresas no tendrán más remedio que potenciar la comercialización de este otro tipo de videojuegos alternativos, que ayuden a construir un mundo más humano y más justo.

Sí que podemos influir poderosamente en el mercado al determinar qué compramos y qué exigimos en nuestra compra.



Ya en 1982, en EE.UU., las familias gastaron más dinero en videojuegos que en cine y en música juntos (Turtle, 1984, 59). Los videojuegos movieron en España en 1999 unos 60.000 euros y actualmente es una industria que supera a la producción cinematográfica de Hollywood. "El volumen de negocio de la industria del videojuego pasa por ser en la actualidad uno de los más importantes del sector informático y de comunicaciones y, consecuen-

temente, uno de los de mayor envergadura del planeta” (Pérez Tornero, 1997, 13).

Para algunos fabricantes de videojuegos la imaginación “parece haberse detenido en el repetido espectáculo de luchas y carreras de coches y simuladores de vuelo de aviones de combate, cada vez más realistas y menos imaginativos, con que inundan las consolas y los salones de máquinas recreativas” (Levis, 1997, 139).

“Si nos dejamos llevar por las modas y las novedades, seguramente quienes están seleccionando los juegos que más se utilizan son las distribuidoras del sector. Ante la falta de cultura del videojuego se impone la ley de las multinacionales que parten de productos de gran difusión vendibles al mundo entero y muy a menudo abusan de estereotipos y esquemas muy simples” (Gros, 1998, 73).

¿Qué criterios utilizar para seleccionar videojuegos? El primero y más importante es que potencie los valores y actitudes con los que queremos que nuestras hijas e hijos se eduquen.

El compromiso de los derechos generacionales

Si la Revolución Francesa consagró los derechos liberales, las revoluciones obreras consiguieron que se reconocieran, a duras penas y sólo en el papel, los derechos sociales. Actualmente estamos asumiendo que hay una tercera generación de derechos que hemos de tener en cuenta y articular para que su efectividad no se quede reducida sólo al papel: los derechos generacionales.

Pues en aras del beneficio inmediato, o del lucro a corto plazo de las grandes multinacionales, no podemos privar a las futuras generaciones de su derecho a disfrutar de un ecosistema no degradado o a poder seguir teniendo recursos naturales como el petróleo o la madera no extinguidos por la voracidad insaciable de esta sociedad de consumo. Pues al igual que estos derechos, tenemos la obligación de darles en herencia una sociedad en la que la igualdad de derechos y oportunidades de hombres y mujeres sea algo más que una promesa o un deseo.

La responsabilidad de la prevención de la violencia escolar, de una acción efectiva en pro de la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, y de prevenir el aislamiento social, exige un papel activo y decidido de las instituciones públicas para contribuir, y en algunos casos imponer a empresas privadas (sean los videojuegos como hemos analizado en este caso, o a la televisión, la prensa, el cine, etc.), a establecer determinadas reglas educativas del juego social: la educación de las futuras generaciones no puede estar supeditada únicamente al beneficio económico de determinadas multinacionales o empresas.

Hay una serie de derechos que tienen las futuras generaciones que aún no han nacido, reconocidos por los organismos internacionales, que deben pasar de meras declaraciones de derecho a normas vinculantes de hecho si no queremos que nuestros/as sucesores/as hereden un mundo más injusto, insolidario y violento que el que ya tenemos.

Si creemos en las posibilidades educativas de los videojuegos, que estos videojuegos pueden ser usados para educar, promover la salud y enseñar otros valores considerados positivos; del mismo modo que promueven la violencia y las actitudes negativas, nos tenemos que preguntar por qué las empresas y casas comerciales han elegido la orientación que parece ser “la que más vende”. ¿No tendríamos que organizar campañas, empeñarnos en regulaciones que prevengan y no quedarnos

en tratar de rehabilitar cuando ya está cometido el daño? ¿O es que la rehabilitación también supone beneficios a determinadas empresas y todos estamos en un círculo de intereses que se realimentan?

Enseñar para la vida

"Advirtiendo su fuerte presencia en la cultura infantil, ¿por qué no aprovechar sus múltiples posibilidades para transformarlas en hechos educativos? El interés que suscitan estas tecnologías es una evidencia que padres y educadores no las podemos dejar al margen de nuestra tarea si es que nos preocupa formar a las jóvenes generaciones o intervenir en alguna medida en la lectura de la realidad que están conformando"

(Esnaola, 2003, 2).

Este es el planteamiento que aquí nos hacemos. El mundo de los videojuegos es un fenómeno irreversible en la cultura contemporánea. No podemos obviarlos. No podemos olvidarlos. Porque son uno de los elementos que configuran y construyen la cosmovisión de las personas adolescentes y jóvenes cada vez con mayor empuje.

Por eso debemos tomar un papel activo. No limitarnos únicamente a las críticas o a las consideraciones negativas. Sino plantear de qué forma abordarlos para que nuestros hijos e hijas sean capaces de comprenderlos de una forma crítica.

Este es el reto. Por eso proponemos que el mundo adulto, especialmente los y las profesionales de la educación, lo asuman como un reto. Hemos de integrar en la formación de los chicos y las chicas el análisis de este medio cultural.

Las conclusiones del Informe del área 5 *Nuevos Medios aplicados a la educación* I^{er} Congreso "La Educación en Internet e Internet en la Educación", organizado por el MECD en el año 2001, proponían lo siguiente:

- Una pregunta-respuesta que resume diversas intervenciones: si la enseñanza debe preparar para la vida ¿por qué los enseñantes no preparamos a nuestros alumnos para que no caigan en el videojuego-basura y puedan aprovechar el potencial formativo que muchos de los modernos juegos posibilitan? Porque no los conocemos.
- Propiciar que los alumnos diseñen sus propios juegos.
- Convertir la televisión, Internet, los videojuegos... en nuestros aliados mediante el análisis crítico.
- Se han destacado algunos juegos como los Sims que son una especie de simulador social que invitan a la asunción de nuevos roles y nuevos retos a los jugadores a la vez que propician una participación creativa.

- Se aboga por la potenciación de los juegos que estimulen la creatividad
- Se da una gran importancia a los juegos que sean capaces de formar entreteniéndose.
- Algunos participantes, incluso, han realizado propuestas concretas, intentando demostrar que hay temas que podrían interesar sin necesidad de regocijarse en la violencia: ¿Y si pensamos en videojuegos en red donde varios jugadores/as son médicos sin fronteras y cuyo objetivo es llegar al máximo de personas desnutridas y facilitarles comida o las vacunas necesarias para salvar sus vidas? Si los videojuegos actuales no desarrollan contenidos ricos en valores y sí en instintos, ¿quién dice que no se pueden cambiar? ¿Quién facilitará los medios?

Por eso es necesario educar a nuestras alumnas y alumnos en el análisis de los propios videojuegos y ayudarles a ser conscientes de los valores que transmiten, pues sólo dotándoles de unas herramientas adecuadas de comprensión y análisis de la realidad que viven podrán elegir libremente y construir una sociedad más justa y feliz.

Educar en el análisis de los videojuegos

Los videojuegos son un elemento de la realidad. Como la televisión o el cine, son hoy día elementos cotidianos que están presentes a nuestro alrededor.

No es un planteamiento educativo adecuado negarlos, silenciarlos o evitarlos. No podemos eliminar sin más aquella realidad que no nos gusta. Si queremos que nuestros hijos e hijas, nuestros alumnos y alumnas aprendan a conducirse en la vida, a desarrollarse de una forma progresivamente autónoma y madura, hemos de darles los instrumentos, las herramientas imprescindibles para que aprendan a comprender la realidad de una forma crítica y posicionarse ante ella en función de unos valores libremente elegidos y asumidos. No sirve intentar encerrarlos en una "torre de cristal", a salvo de las amenazas exteriores, porque eso sería un falso e inútil planteamiento. No podremos evitar la realidad, pero podemos facilitarles medios que les hagan entenderla y habitarla de una forma positiva.

Cuando un niño o una niña se acercan a un aparato eléctrico y empiezan a tocar todos los botones, podemos pensar que puede estropearlo porque no sabe cómo funciona. Ante ello tenemos dos opciones: guardarlo para evitar que no lo toque o enseñarle, con paciencia y poco a poco, cómo se utiliza y para qué sirve. La primera posibilidad entraña el riesgo de que, tarde o temprano, lo encuentre y experimente con esos botones con curiosidad y por sus propios medios, con el riesgo de que finalmente lo estropee. La segunda propuesta implica tiempo y esfuerzo por parte de las personas adultas, pero eso le facilitará adentrarse en nuevos conocimientos con la certeza del apoyo de la experiencia de esas personas adultas que irá dando paso progresivo a su propia autonomía y toma de decisiones responsable.

Tenemos que tener en cuenta que los mensajes audiovisuales tienen un enorme poder seductor y, por consiguiente manipulador de los comportamientos humanos. Las imágenes de los videojuegos no sólo activan gran cantidad de emociones que anulan la razón, sino que contienen "ideas-fuerza" que orientan las conductas marcando la dirección de la acción. Esta enorme capacidad de persuasión subliminal sólo puede minimizarse mediante el ejercicio de la reflexión y del análisis crítico de los contenidos audiovisuales (Ortega, 2003).

Por eso tenemos que tener en cuenta que los videojuegos pueden ser una fuente de asentamiento de valores racistas o de potenciación de actitudes y formas de resolver los conflictos desde la violencia, si las personas adultas que somos responsables de la educación de nuestra juventud dejamos que se adentre sola en ese mundo. Es nuestra responsabilidad y nuestro deber, como escuela y como familia, ayudarles en la comprensión del mundo y en sus pasos iniciales por él. No podemos dejar en manos de corporaciones multinacionales, cuyo criterio fundamental en la

creación de sus productos es el beneficio empresarial, la construcción de un imaginario colectivo a través de los videojuegos que potencia unos valores en los que no queremos educar a nuestro alumnado y a nuestros hijos e hijas.

Los videojuegos nos permiten “introducir el análisis de valores y conductas a partir de la reflexión de los contenidos de los propios videojuegos” (Gros, 1998, 11) y convertirlos en potentes herramientas educativas desde el aprendizaje de su análisis crítico.

Esnaola (2003), siguiendo a San Martín (1995) que quiere “develar la pedagogía invisible de los medios”, propone hacer una lectura crítica de los videojuegos, a través de lo que esta autora denomina “Proyecto Vertebrador de los Contenidos de Formación Ética y Ciudadana, Ciencias Sociales, Lengua y Estética”. Para ello se plantea una primera fase de información y sensibilización de la comunidad educativa a partir de la construcción de herramientas complejas de análisis de los videojuegos como objetos culturales, profundizando en las narrativas que conlleven vinculadas con la violencia, el consumo, la discriminación y el sexismo. Finalizada esta etapa, la segunda supondría la construcción de “proyectos áulicos” (de aula) que contemplen la inclusión de los videojuegos en el ámbito escolar, permitiendo generar un espacio de diálogo entre el saber experto del alumnado respecto a estos juegos y el proceso de interpelación sobre el mismo del docente, produciéndose una mediación intersubjetiva que instala la posibilidad de constituir estos objetos culturales en objetos de conocimiento.

Elementos de análisis de los videojuegos

Tenemos que ser personas conscientes y críticas respecto a la clara tendencia homogeneizadora, de la mayoría de los videojuegos que compramos a los/as jóvenes y niños/as, a presentar una serie de características que, al menos teóricamente, consideramos inadecuadas en las formas de educarles y ayudarles a crecer:

- La violencia como la única respuesta posible frente al peligro.
- El ignorar los sentimientos de las otras personas.
- La no consideración de las víctimas o la incapacidad de ponerse en el lugar de la otra persona.
- El distorsionar las reglas sociales.
- El favorecer una visión discriminatoria y excluyente de las mujeres.
- El alentar una visión dantesca del mundo.
- El fomentar el "todo vale" como norma aceptable de comportamiento.
- El estimular todo tipo de actitudes insolidarias.

Una plantilla de análisis que nos podría ayudar a profundizar en los valores que se promueven a través de los videojuegos podría estar estructurada en torno a los siguientes aspectos a considerar:

- Proporción de personajes/figuras masculinas y femeninas.
- Quiénes son los/as protagonista/s principales del videojuego.
- Imagen de las mujeres: imagen física, vestuario.
- Función que cumple el tipo de imagen de las mujeres.
- Rol que desempeñan las mujeres.
- Qué acciones desempeñan las mujeres y cuáles los hombres.
- Qué tipo de comportamientos tienen las mujeres y cuáles los hombres.
- Qué relaciones se dan entre los hombres y las mujeres, entre los hombres entre sí y entre las mujeres.
- Qué tipo de lenguaje se utiliza (genérico / masculino).
- Qué tipo de construcción lingüística predomina (imperativo: instrucciones de mando).

- Qué tipo de entorno propone el videojuego.
- Qué tipo de valores se exaltan en los objetivos que pretende el videojuego.
- Qué tipo de valores se proponen en los medios para conseguir esos objetivos.
- ¿Se da una visión etnocéntrica?
- ¿Se tienen en cuenta los sentimientos de los otros, su dolor?
- Qué tipo de valores se enaltecen en la publicidad de ese videojuego.

Ofrecemos a continuación una posible pauta de análisis y valoración crítica de las diferentes categorías que podrían ser indicadores de reproducción de estereotipos de género en los videojuegos. Se puede utilizar tal cual está o adaptarla a la circunstancia concreta del grupo que está trabajando.

Será necesario que, tanto su utilización y aplicación al análisis por parte del alumnado como su adaptación, si así lo requiere la situación, se haga con ayuda del profesorado.

	Predominan los personajes/figuras masculinos	Hay una proporción semejante	Predominan los personajes/figuras femeninos
Proporción de personajes/figuras masculinas y femeninas			
	Predominan los protagonistas masculinos	Hay una proporción semejante	Predominan los protagonistas femeninas
Quiénes son los personajes principales del videojuego			
Imagen de las mujeres			
Cuerpos exuberantes y sensuales			Cuerpos "normales"
Caras "angelicales", con ojos grandes y gesto "añorado"			Caras habituales y con defectos (arrugas, granos, etc.)
Vestuario insinuante y "sexy"			Vestuario corriente de diario

Posturas eróticas			Sinposturas "insinuantes"		
	Erótica	Pasiva	Activa	Otra (especificar)	
Función que cumple el tipo de imagen de las mujeres					
	Asertivo	Agresivo	Pasivo	Otro (especificar)	
Rol que desempeñan las mujeres					
Acciones y comportamientos	Hombres	Mujeres	Ninguno	Ambos	
Matar, luchar, agredir					
Amar, cuidar, expresar sentimientos					
Competir					
Cooperar					
Otros (especificar)					
Qué relaciones se dan	Entre hombres y mujeres	Entre hombres	Entre mujeres		
Amistad					
Sexuales					
De conquista					
De colaboración					
	El masculino	El femenino	Genérico		
Qué tipo de lenguaje se utiliza preferentemente en el juego					
	Guerra y destrucción	Vida cotidiana	Ciencia Ficción	Tiempo histórico	Otro (especificar)
Qué tipo de entorno propone el videojuego					
Qué tipo de valores se exaltan en el videojuego					
Competitividad		Cooperación			
Vale el que gana		No hay perdedores (todos/as ganan)			
Venganza por encima de justicia		Justicia como valor supremo			

Fuerza para conseguir objetivos	Solidaridad del grupo para avanzar			
Violencia como estrategia	Diálogo y reflexión como estrategia			
Estereotipo de los roles de la mujer	Igualdad de roles de hombre y mujer			
Dureza del hombre / belleza mujer	Ternura y cuidado como valor			
Ideológica y políticamente orientado	Crítico socialmente			
Los/as "otros/as" son mis enemigos	La diversidad es valorada y aceptada			
	Claramente	Implícitamente	En ningún momento	
¿Se da una visión etnocéntrica?				
	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede
¿Se tienen en cuenta los sentimientos de los otros, su dolor?				
	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede
¿En el videojuego se manifiestan actitudes machistas?				
	En ningún caso	A veces	Siempre	No procede
¿Los personajes femeninos reflejan estereotipos machistas?				
	De forma clara	En parte	No	No procede
¿El videojuego está claramente dirigido a usuarios masculinos?				

Introducción del análisis en el curriculum educativo

Existe un consenso generalizado sobre la creencia de que la educación debe permitir avanzar en la igualdad de los sexos y de que el ámbito escolar es un espacio privilegiado, desde el que tenemos que intervenir para conseguir una sociedad sin discriminaciones. En el marco escolar las chicas y los chicos que actualmente educamos aprenden actitudes y valores en los que han de formarse para ejercer su ciudadanía en una sociedad más igualitaria. Por eso es necesario realizar intervenciones específicamente enfocadas a incidir en los valores y actitudes que nuestros alumnos y alumnas están construyendo en su desarrollo vital.

Si decíamos que no podemos mantenernos al margen del mundo que vive el alumnado que puebla nuestras aulas, debemos no sólo conocer cuáles son sus fuentes de información, sino también analizarlas e incorporarlas en cierta medida al currículo ordinario que estamos desarrollando en las aulas para poder ayudarles y orientarles en su comprensión. Por ello se ha elaborado una guía de actividades para el aula como complemento de esta investigación que se acompaña en una publicación aparte, tanto en formato papel como CD-Rom multimedia.

La finalidad de la misma es ofrecer una serie de actividades concretas, que pueden ser incorporadas al curriculum de aula en las diferentes áreas, tanto en primaria como en secundaria, para introducir el análisis de los videojuegos desde una perspectiva no sexista en el ámbito escolar. Este es el sentido y el objetivo esencial de esta guía.

Ciertamente las actividades que se proponen no tienen por qué estar limitadas exclusivamente al aula o al ámbito escolar. Se pueden desarrollar en ámbitos de educación no formal o en programas de prevención, en formación de adultas y adultos, en talleres de trabajo práctico, en cursos de formación del profesorado, en escuelas de familia, etc. Y tampoco tienen por qué ceñirse a alumnado en edad escolar, sino que pueden aplicarse a personas adultas que estén interesadas en el tema o que estén en formación y quieran acercarse al análisis de este fenómeno desde una perspectiva crítica. Porque, como decíamos anteriormente, todas y todos somos responsables del mundo que nos rodea y de hacerlo más habitable y humano.

La metodología de trabajo que se propone en esta guía de actividades se basa en la experimentación, la reflexión y la actuación. El mero conocimiento intelectual de los contenidos de los videojuegos, de los valores que promueven, no lleva a un cambio de actitudes. Se necesita analizar cuáles son los mecanismos y las estrategias que generan un tipo de pensamiento, una serie de creencias, para poder cambiarlas.

Esto supone un proceso que implica tres pasos: primero conocer, segundo reflexionar y tercero actuar. Es imprescindible acercarse a los datos, a los hechos que rodean este fenómeno, para poder analizarlo en profundidad a partir de ellos. Pero analizar supone un proceso de reflexión, de cuestionamiento y crítica de los propios valores y creencias que están profundamente conectados con los que nos ofrecen estos videojuegos. Para, a partir de ese análisis, proponer una actuación transformadora que provoque un cambio de actitudes y de valores.

Por eso hemos dividido las actividades en bloques que ayudan a “sumergirse” progresivamente en este proceso cada vez más profundo y comprometido.

Partimos de aquellas actividades que nos ayudan a “aprender a mirar” los videojuegos desde una perspectiva crítica, observando cómo las imágenes, los sonidos, los diálogos, la ambientación, etc., ayudan a construir un determinado enfoque de la realidad, orientan una mirada concreta sobre el hombre y la mujer, sobre su función y su misión en la vida.

El siguiente paso es “comprender y analizar” esas imágenes, esos roles, esas intenciones que se muestran en la acción de los videojuegos. Por eso hemos titulado de esta forma al segundo bloque de actividades. Supone dar un paso más y adentrarse en un proceso de “deconstrucción” de los significados aparentes a primera vista.

En esta línea de avance se sitúa el tercer bloque de actividades titulado “interpretar y valorar” en donde se da paso al juicio crítico intencionado del espectador o espectadora que, de una forma activa y cada vez comprometida, da voz y pone palabra a sus propias interpretaciones sobre la realidad que está analizando y valorando. Este ejercicio de enjuiciar, de dar juicios de valor, supone una primera práctica comprometida y un primer paso en la reconstrucción de los propios valores, de otros valores alternativos desde la propia reflexión y juicio personal y colectivo.

Finalmente, en el último paso, se propone no quedarse en la valoración crítica, sino transformar la realidad que se nos ofrece si no estamos de acuerdo con ella. Transformar la realidad, implica transformarse a la persona misma en el proceso y comprometerse definitivamente con la “obra” que se crea.

Por supuesto, todas las actividades que en esta guía se proponen deben ser trabajadas primero individualmente, pues la reflexión, el análisis y la construcción personal es un elemento previo imprescindible al enriquecimiento del grupo, pero no puede quedarse ahí. Si el trabajo no implica su posterior desarrollo grupal (sea en forma de debate, de construcción colectiva, etc.), no supondrá un auténtico cambio. Pues los valores y las creencias que construyen nuestra realidad no son elementos individuales de las personas, sino que son construcciones colectivas que conforman la cultura de las comunidades en las que nos hayamos insertos/as. Por

eso es tan importante que la reflexión, el cambio y el compromiso colectivo sea siempre el referente final de todo este proceso.

Para ayudar en el desarrollo de todas estas actividades se ha elaborado igualmente un cd-rom multimedia. En él se facilita el desarrollo de todas las actividades desde una perspectiva de interacción con la persona usuaria del mismo. Pero igualmente se ha incluido en dicho cd-rom la mayor parte de todos los resultados obtenidos en esta investigación, así como los análisis de los videojuegos realizados. Esperamos que este material facilite la inclusión del análisis de los videojuegos en el curriculum ordinario o en las actividades de formación que se lleven a cabo. Además de su facilidad de uso y su atractivo para las personas jóvenes, ofrece muchos recursos audiovisuales e interactivos que es imposible incluir en formato escrito. También se ha realizado en coherencia con la investigación, dado que si analizábamos un material que se suele presentar en formato cd-rom, era interesante presentar el análisis del mismo en un formato similar.



Pantalla del cd-rom multimedia elaborado

¿Videojuegos “valiosos”?

(En busca del valor perdido)

A lo largo de toda la investigación uno de los objetivos prioritarios que nos marcamos fue analizar los videojuegos desde un enfoque optimista y positivo. Necesitábamos encontrar algún videojuego, de los más utilizados por los chicos y chicas, que pudiéramos decir: “¡por fin!, este videojuego es valioso”, ese videojuego no es sexista, no es violento, no es racista. Aunque tuviera sus “lagunas”, aunque se pudiera mejorar, pero encontrar alguno como muestra, para ponerlo como ejemplo de cómo hacer bien las cosas, y decir: “¿ven como sí es posible?”.

Seguíamos en este sentido fielmente la propuesta del Grup F9 (2000a, 54) que afirmaba que “los videojuegos reciben muchas críticas, centradas sobre todo en sus contenidos. En este sentido, se consideran poco adecuados por ser violentos, sexistas, racistas, crear adicción, etc. No podemos negar que un buen número de juegos presentan estas características. Sin embargo, no constituyen la totalidad de los productos ni es ésta una razón suficiente para no usarlos en la escuela. Se trata de saber seleccionarlos al igual que hacemos con otros medios, tales como el cine o la literatura”.

Lo hemos seguido al pie de la letra. Hemos buscado, analizado, reflexionado... Pero ha sido en buena parte inútil. Tenemos que confesar una cierta frustración. Pues no ha sido posible encontrar entre los videojuegos más usados por jóvenes y adolescentes algún tipo de juego que pudiéramos calificar como realmente valioso. Valioso en el sentido de potenciar valores que consideramos socialmente aceptados y que, por eso, serían juegos realmente educativos. No porque añadan contenidos específicamente didácticos, sino porque en el propio desarrollo del juego que plantean los valores que promueven son positivos, o al menos no sexistas en el amplio sentido de la palabra que aquí hemos utilizado.

Videojuegos ¿alternativos?

Los videojuegos que vamos a comentar a continuación son “los menos malos” de los que hemos encontrado. Ninguno de ellos responde claramente a un modelo no sexista. Pero ciertamente todos ellos tienen elementos valiosos que destacamos, aunque también tengan ciertos aspectos que son no sólo criticables, sino mejorables. Hemos elegido estos por su valor representativo de tres modelos o tipos de videojuegos.

Los Lemmings



Empezamos con uno de los que fueron más populares: los *Lemmings*.

Los Lemmings son seres asexuados que lo único que hacen es caminar siempre hacia delante. El objetivo del juego es lograr salvar al conjunto de pequeños seres llamados “lemmings”, en su infatigable caminar, hasta encontrar un impedimento que provoca un giro de 180°, para seguir caminando. Para salvarlos, se ha de lograr que pasen la puerta de entrada. El camino desde la puerta de salida a la de entrada está plagado de dificultades, algunas veces casi insuperables.

Es un Arcade. Hay que ir pasando pantallas de dificultad creciente, pero en *Lemmings* la habilidad a demostrar no es solamente de coordinación viso-motriz, sino que pide a la persona usuaria algo más: cabeza. Ha de pensar una táctica para conseguir triunfar en su estrategia. Los seres animados que actúan lo hacen en función de sus decisiones.

Estos seres no agreden a nadie, no atacan ni deben defenderse de nadie. Sólo son incansables caminantes... ¡y trabajadores! Pero, al final, si nos detenemos en su análisis nos damos cuenta que reproducen los estereotipos sociales.

Los trabajos que se les atribuyen contribuyen a mantener los estereotipos tradicionales achacados a los hombres y a las mujeres. Así se habla de excavadores, albañiles, paracaidistas, escaladores, y todos y todas los asociamos a papeles masculinos. En este sentido, aunque la pretensión de los diseñadores posiblemente haya sido una cierta “asexualidad” en las tareas que han de desarrollar los personajes de este videojuego, no consiguen eludir el inconsciente colectivo. Y los trabajos que se proponen son fundamentalmente atribuidos al mundo masculino. Se obvian trabajos como cuidar, atender, limpiar, administrar, etc., como labores para el desarrollo de este juego.

En este sentido es el prototipo de algunos videojuegos de este tipo que no tienen un planteamiento base de agresión y conquista, sino que el objetivo es "inocuo" o no violento. Pero que reproducen implícitamente estereotipos sexistas que no ayudan en la lucha por una sociedad en igualdad de derechos para mujeres y hombres.

Los Sims

A continuación analizamos el que quizá haya sido un hito en el mundo del videojuego, especialmente por la incorporación de la mujer a este mundo: los *Sims* (Maxis; Electronics Arts).

La familia que forman los Sims, sus hábitos de comportamiento, el estilo de vida, la organización social, etc., supone una visión, si no etnocéntrica, claramente no intercultural, pues se ven todos los aspectos desde el Norte desarrollado. Y se incita a una estructura de "normalidad" en la sociedad de consumo, basada en el eje central del dinero como regulador de toda la actividad humana. La participación política, el cambio, la disidencia, la lucha sindical o los derechos sociales apenas son contemplados en esta cómoda y fácil vida de ensueño "norteamericano".

El modelo social que en este videojuego se plantea responde a un modelo tradicional de familia media burguesa del Norte desarrollado. Así tenemos que los indicadores que valoran lo bien (o lo mal) que les está yendo en la vida a los sims dependen del mayor o menor ajuste a este modelo: será valorado positivamente que "logre casarse" y formar una familia. En una sociedad del norte desarrollado en la que si no compras una alarma antirrobo, te robarán en casa. En donde la forma de obtener la felicidad es "derrochar dinero a raudales". Porque la finalidad es llegar a controlar la casa más pudiente del barrio, y para eso se necesita mucho dinero. Pero aún más sorprendente es que "las acciones de cada sim concreto y sus progresos en el mundo laboral afectarán a sus hijos [suponemos que también a sus hijas]. Si un sim consigue un cargo de mucha importancia en su trabajo, es posible que el hijo nazca con habilidades innatas para triunfar en lo mismo" (*Game Live PC*, 31, 29). Los Sims no tratan tanto de las relaciones humanas sino cómo controlar la vida. Por mucho que en el juego aparezca que uno simplemente está hablando con sus amigos o con su pareja, la actividad principal sigue siendo la de controlar el dinero.

La ideología consumista es uno de los aspectos más controvertidos de los Sims. En otras palabras, el número de amigos que uno tiene depende en buena medida del número de objetos que uno posee, aunque también del número de relaciones que establezca. Es decir, cuanto más grande sea tu casa, mejor. Los Sims parecen diseñados de tal manera que uno sólo se divierte jugando si compra un montón de cosas.

En cuanto a la visión socio-política que nos ofrece este juego, nos parece también muy cuestionable. Algunos comentarios de la revista *PlayStation Magazine* en su

número 79 sobre *SimCity 4*, son significativos a este respecto y muestran la ideología política que hay detrás de ellos: “puede ser una estupenda idea crear un cráter para el futuro vertedero. Antiecológico, cierto es, pero muy barato y no estorba a la vista... (...). Si te arriesgas con una incineradora, contrata policías para controlar las futuras manifestaciones. (...) El dinero manda. (...) Es conveniente observar el aspecto de las casas, para obtener pistas sobre el nivel de vida. Un ejemplo: si los niños no están escolarizados, el barrio se llena de graffiti. (...) Lograr estos edificios –los rascacielos- es un objetivo del juego. (...) Si son pobres –los ciudadanos- colgarán la ropa en los balcones y no irán al teatro. Y los parques y jardines estarán muy descuidados. (...) En este juego, los Sims tienen independencia y pueden llegar a organizar motines, huelgas, manifestaciones, o aglomeraciones en los atascos, o incendios; por lo que es necesaria abundante policía para controlarlos. (...) Desde el punto de vista del alcalde, una ciudad es como una empresa: tiene una serie de gastos y genera unos beneficios. (...) Sube las tasas a la industria pesada para reducir la contaminación, y bájalas para fomentar la creación de empleo. (...) Si has creado escuelas y universidades de calidad, verás florecer altos rascacielos de ejecutivos; en el caso contrario, sólo encontrarás granjas o tiendas de todo a 100. (...) Pide consejo al asesor de finanzas para instalar una base del ejército, que genera muchos ingresos directos... Pero también protestas y manifestaciones, por lo que debes aumentar considerablemente la dotación policial. En fin, se trata de preocuparse de que la ciudad sea rentable. (...) Para entender a los Sims hay que conocer su única motivación: el deseo. (...) Dichos deseos varían con la clase social de cada Sim: los ricos irán a la ópera, pero no les atraerá un partido de rugby”.

Hemos dado vueltas una y otra vez a este videojuego intentando apreciar sus valores positivos. Incluso era uno de los que barajábamos como candidato a ser “videojuego alternativo”, es decir, uno de los que consideramos que tiene un alto potencial educativo. No es un videojuego que fomente un sexismo explícito, pero el tipo de valores en los que educa están marcados por el modelo masculino neoliberal, basado en el culto al dinero como elemento vital de la sociedad y el triunfo social como objetivo último en ese tipo de capitalismo.

Se prioriza el interés económico (el beneficio de unos pocos, los que se enriquecen) sobre el desarrollo sostenible de la comunidad: “crear un cráter para el futuro vertedero; antiecológico, pero muy barato y no estorba a la vista”. Se priman los intereses de algunos/as (las grandes corporaciones) frente al de la sociedad civil: “Si te arriesgas con una incineradora, contrata policías para controlar las futuras manifestaciones”. Se concibe la represión como forma adecuada de solucionar los problemas sociales: “contrata policías para controlar las futuras manifestaciones; (...) es necesaria abundante policía para controlarlos”. Porque lo primero son los beneficios económicos: “El dinero manda”. Como dice Gómez Cañete (2001) “no hay nada que impida que el jugador tome un camino radicalmente opuesto, salvo que el juego no se desarrolla en su totalidad a no ser que se venera al dios Dinero”. Incluso es clave poner una “base del ejército, que genera muchos ingresos direc-

tos". No importan los medios, si el fin es conseguir dinero. Como dicen "..., en fin, se trata de preocuparse de que la ciudad sea rentable". Ni Maquiavelo se atrevió a decirlo tan clara, expresa y contundentemente.

Esta visión refleja un racismo implícito: los pobres son sucios, cuelgan la ropa fuera de las casas, hacen graffitis, no van al teatro ni les gusta la ópera como a los ricos, sino el rugby. Consideraciones que cualquier manual de prevención de la xenofobia calificaría como explícitamente racistas y donde se ve claramente cómo el racismo no es una cuestión de color, sino de clase social.

Es una visión de la política como empresa: "una ciudad es como una empresa". Los políticos no son representantes del pueblo a su servicio, como en la democracia, sino gerentes de una empresa que tienen que controlar con látigo de hierro para que dé dividendos. Con una visión dentro de la órbita claramente neoliberal: "baja los impuestos a las empresas para crear empleo".

El objetivo del juego es construir "rascacielos", símbolo y emblema del capitalismo más duro, del desarrollo no sostenible, de la economía como elemento central del devenir humano, de la globalización neoliberal y de la deshumanización del mundo.

Y la perla final: "Para entender a los Sims hay que conocer su única motivación: el deseo. (...) Dichos deseos varían con la clase social de cada Sim: los ricos irán a la ópera, pero no les atraerá un partido de rugby". Hasta los deseos son clasistas. Los y las pobres son tontos/as y para ellos/as "pan y rugby" (suponemos que será en Inglaterra, porque en España sería el fútbol). ¿Es éste el mundo en el que queremos que nuestros hijos e hijas se entrenen para el día de mañana? Nosotros y nosotras no lo queremos para nuestros hijos e hijas.

Si analizamos otra de las "extensiones" de este videojuego, "los sims superstars", podemos ver que esta ideología que subyace marca claramente los planteamientos del videojuego y sus posibilidades. La fama es el nuevo indicador que mide el grado de popularidad de tus criaturas y, por lo tanto, de su éxito. Todo vale con tal de hacerse con un premio "Simmy" (paralelismo con los Grammy), o aparecer en las portadas de las revistas. "No hay nada tan divertido como ver a nuestros Sims convertidos en estrellas, aunque para ello hace falta esfuerzo y mucha, mucha, perseverancia y dosis de hipocresía" (*Computer Hoy Juegos*, 2003, nº 31, 92). Es verdad que existe una posibilidad –infinitesimal, eso sí– de que un Sim gordo, feo y aburrido se convierta en el próximo Ricky Martin. Pero la verdad es que será mucho más fácil (o probable) si ese Sims dispone de 7 o más puntos en los atributos Carisma, Físico y Creativo. Pero, por supuesto, todos los objetos para conseguir triunfar cuestan simoleones, o sea, dinero. La economía, se mire por donde se mire, es el centro del universo sim. Y la fama impone también unas condiciones exigentes: ser una estrella exige dedicación completa, así que no es aconsejable que el Sim elegido tenga una familia numerosa.

Aquí también se dividen en clases sociales. Los Sim estándar, el proletariado, para quienes Ciudad Estudio no es un lugar muy atractivo, pues no puede ir acompañado, no puede ligar y sólo podrá tomar un poco de comida japonesa. Sin embargo, la clase alta, se caracteriza por gustos completamente diferentes (como siempre los estereotipos clasistas asoman en cada esquina). Los Sims estrella son más caprichosos y exigentes que el resto. Cuanto más limpia esté tu casa y más objetos de lujo acumules, más tiempo se quedarán los sims estrella a quien interesa tener contentos para poder prosperar a su sombra. Sin embargo, es curioso, que los Sims Estrella no tienen mucho tiempo para atender la casa (además, se considera de mal gusto). La solución consiste en contratar un mayordomo que trabajará 16 horas limpiando la casa (no importan los derechos laborales ni los convenios colectivos) y haciendo cosas “que no puede hacer la sirvienta” (porque las mujeres pueden dedicarse a tareas de “menor rango”). Y el colmo es la visión tan clasista hacia los trabajadores/as, puesto que te tienes que asegurar que siempre tienen algo que hacer, porque “si no lo tienen ¡acabarán vaciando el mueblebar!”

Pero es uno de los juegos más vendidos. Cuando hemos preguntado a las personas entrevistadas sobre su atractivo, las contestaciones se centraban en dos claves: es “como la vida real” y es “como mirar a través de un agujero la vida de otros, como en la televisión”. Parece como si a través de este juego se hubiera institucionalizado “el instinto de voyeur y las ganas de inmiscuirse en vidas ajenas” (*Game Live PC* nº 31, 28). Es como traducir los programas televisivos del corazón o los reality shows al videojuego. Eso sí traduciendo la vida de unos pocos privilegiados del norte, una vida ajena a la mayoría de la población mundial que vive en el sur o al sur del ese norte.

Alphaville es la ciudad en la que transcurre la acción de *Los Sims Online* y su ‘madame’, Evangeline, que regenta un prostíbulo de lujo, ha resultado ser un joven adolescente escondido tras un teclado. El sexo que ofrece en su establecimiento se finge (no permite que los personajes puedan simular relaciones sexuales), aunque el dinero con el que se paga es de verdad. En mundos digitales como el de *Los Sims*, *Everquest* o *Red Moon* ya existe el crimen organizado, las timbas ilegales y los casinos. Frente a otros juegos en red que ofrecen opciones más utópicas, *Los Sims* funciona según las estrictas reglas capitalistas y no permite más que la replicación del suburbio yanqui y el consumo desaforado como única manera de avanzar (De Vicente, 2004, 7).

Por eso creemos que este videojuego representa un modelo de videojuegos que, aunque no sean explícitamente sexistas o violentos, los valores que promueven son en buena parte la base en la que se asienta el “pensamiento único” ligado al neoliberalismo más estricto, con una visión estereotipante del mundo social adecuado, de las relaciones humanas y de cómo ser feliz asimilándolo al triunfo social dentro de los parámetros de las sociedades capitalistas del norte “desarrollado” económicamente.

Tetris



Uno de los videojuegos más usado en su época y que aún se sigue jugando es el *Tetris* (The Tetris Company).

Consiste en un juego de mesa que es un rectángulo de fondo negro en posición vertical, en el que van cayendo piezas desde la parte más alta a la más baja. Estas piezas son tetraminos: cuatro cuadraditos que tienen al menos un lado en común con los otros. La habilidad del jugador/a implica que ha de conseguir que se vayan colocando por filas, sin dejar espacios vacíos, y cada fila completa desaparece. Para conseguirlo, el jugador/a debe usar los cuatro cursores para girar hacia la derecha o la izquierda la pieza, desplazándola también a la vertical del lugar deseado. Si no se es muy hábil, las filas con espacios vacíos van amontonándose, por lo que cada vez el jugador/a dispone de menos tiempo para manipular la pieza en el corto espacio que recorre la misma en su caída.

El problema es que *Tetris* es un juego de habilidad, de coordinación visomotriz..., y poco más. Para jugarlo se necesita un poco de anticipación, organización espacial, motricidad y coordinación, cierto dominio de los giros y las traslaciones... Pero poco pueden contrarrestar las aportaciones de aprendizaje tan someras que nos ofrece este videojuego, si el resto de los videojuegos enseñan y potencian unos valores tan opuestos a lo que queremos en el mundo educativo.

No obstante sí hay que resaltar que como forma de ocio es valioso y entretenido. Y que representa un tipo de juegos de entretenimiento que, sin otra finalidad que pasar un tiempo de distracción, puede ser muy divertido y sin connotaciones sexistas. Pero que no aportan nada, ni positivo ni negativo, en cuanto a los valores en los que se quiere educar a las jóvenes generaciones.

Edutainment



Aunque la finalidad de esta investigación ha sido analizar los valores implícitos, desde la perspectiva de la diferencia sexual, en los videojuegos más utilizados por los y las adolescentes y jóvenes, dado que no hemos encontrado realmente videojuegos alternativos, decidimos acercarnos a los denominados "videojuegos educativos" o "edutainment"¹⁸, a

18 Como ya comentamos en la primera nota a pie de página la combinación de los conceptos de educación y entretenimiento (*education* y *entertainment*) ha dado origen al término edutainment. Algunas personas piensan que es otra moda pasajera y mercantilista de los años 90, mientras que otras creen que transformará profundamente la manera en que la gente y principalmente los niños y niñas aprenderán, pues será un vehículo para mejorar el rendimiento en el aprendizaje, a través de una manera interactiva y entretenida de enseñar y aprender. Consideran que combinar educación y entretenimiento es una manera más efectiva de enseñar y aprender.

pesar de la 'mala fama' que arrastran en la comparativa con el resto de videojuegos como explica Senger (2000): "Los programas informáticos escolares, a pesar de su atractivo para los niños en comparación con otras actividades y materiales educativos, quedan muy por detrás de sus homólogos comerciales" (64).

O como dice el Grup F9 (2000a) "a menudo, tras el diseño de un juego educativo, se esconde un diseño pedagógico basado en modelos de enseñanza-aprendizaje que la mayoría de los profesores no se atreverían a defender como válidos para una educación de calidad. Tras efectuar una revisión de los productos más recientes del mercado español nos encontramos con que la mayoría de los juegos informáticos educativos son en realidad muy parecidos. Se centran en proponer al niño la realización de una serie de actividades que coinciden en la mayoría de los productos: laberintos, juegos de emparejamiento y de dibujo y actividades de reconocimiento de letras, colores, números, formas y notas musicales. En algunos casos, estas actividades se presentan de forma directa, mientras que en otros se hace mediante una historia. Es decir, que bajo el formato de un juego de aventura el niño se ve obligado en realidad a realizar otras actividades que nada tienen que ver con la historia, sino con aspectos de tipo instructivo. En su mayoría, carecen de los elementos básicos que caracterizan, según Malone (1981), a todo videojuego: el reto, la curiosidad y la fantasía. En efecto, nos cuesta encontrar estos elementos en los juegos educativos del mercado actual. Pero, además, lo más curioso es que el tipo de ayudas y formas de interacción que se presentan son exactamente iguales a las hartamente criticadas en relación a los programas de enseñanza asistida por ordenador de los años setenta. Se refuerzan los aciertos con una música agradable, aplausos..., y se castigan los errores con ruidos, silbidos, etc. No se brinda ninguna forma de ayuda ni existe un tratamiento del error" (53-54).

Insistimos, el análisis de estos juegos educativos no es el objetivo de esta investigación. No obstante hemos querido acercarnos a algunos de ellos para analizar si, a pesar de ser su finalidad pretendidamente educativa, también siguen reproduciendo estereotipos sexistas. Y la conclusión a la que hemos llegado es afirmativa. Este esquema de pensamiento, esta concepción implícita está tan arraigada, que incluso las personas que diseñan estos videojuegos con intencionalidad educativa, introducen en ellos claves de género sexistas y estereotipantes.

El problema es que estos videojuegos educativos se presentan en la publicidad comercial como una alternativa a los videojuegos. Incluso salió a la venta una colección que subtitulaba su producto en las carátulas de los cds: "la alternativa inteligente a los videojuegos". Y su estrategia de venta está dirigida a las escuelas y a las familias preocupadas porque sus hijos/as utilicen el tiempo libre de la forma más beneficiosa.

Aztecas



El videojuego *Aztecas: La maldición de la ciudad de oro* es un videojuego obsequiado por la revista *Micromanía* con la compra de *El Gran Libro de los Juegos de PC*. Tiene tres modos: aventura, exploración y enciclopedia.

Es un videojuego a medio camino entre videojuego y juego educativo. Pero lo podemos englobar claramente dentro de la categoría de edutainment, pues a pesar de su presentación como aventura, la finalidad que persigue es la información histórica sobre la cultura de los Aztecas.

La acción se sitúa en 1517, en México-Tenochtitlán, capital del imperio Azteca alrededor de una historia típica de videojuego, pero con informaciones históricas, sociales, culturales y religiosas de la cultura azteca.

El protagonista es un chico joven cazador, llamado "Pequeña Serpiente". En una partida de caza es testigo del asesinato de un noble, el cual, antes de morir, le da una información que le permitirá seguir el juego. Pero es acusado del asesinato. Coincide esto con un mal desconocido que arrasa el país y los médicos son incapaces de salvar a la gente. El/la videojugador/a tiene que desenmascarar a los verdaderos culpables del asesinato y salvar el imperio azteca.

La voz del narrador es masculina. El protagonista es hombre. Los personajes que ejercen cargos son hombres: poeta, viejo médico, guerrero, príncipe, etc. Mientras que las funciones de las mujeres que aparecen son la cortesana, la sacerdotisa, la poetisa. La cortesana, que desea cambiar de estatus social, sólo puede hacerlo casándose con un hombre. La suerte del imperio azteca está en manos de un hombre. El lenguaje escrito está todo en masculino, utilizándolo como si fuera neutro.

Todas las acciones están relacionadas con acciones de hombres. La guerra, la conquista, la lucha. En ningún momento de la historia o de la cultura azteca aparece como importante o necesario para el desarrollo del videojuego la familia, los hijos, el cuidado de los ancianos y ancianas, el cuidado de la casa, el hogar...

La única forma de mejorar el estatus social es a través de la lucha en la guerra. Esto se ve claramente que hace referencia a los hombres y asimila sociedad azteca con los hombres.

Es sorprendente en este sentido la contradicción que supone que en el videojuego se afirme que "la sociedad azteca es igualitaria, los honores sociales se adquirirían a través de la guerra".

Cuando se menciona alguna mujer es para hacer referencia a la cortesana y su función: “contribuía a alegrar los últimos días de las víctimas del sacrificio o a servir ellas mismas de víctimas”. Por eso comenta que era igualitaria: parece que la igualdad sólo se considera con los hombres.

Como podemos ver, este videojuego, que tiene una potencialidad educativa, e incluso es atractivo como videojuego, transmite unos valores claramente sexistas.

Se le pueden aplicar los análisis que se vienen haciendo sobre los libros de texto, especialmente de historia, y cómo tratan el tema de género.

Misión Peligrosa



Como “edutainment” es un juego diseñado para transmitir valores utilizando contenidos escolares. La Pantera Rosa, tiene como misión proteger a un grupo de niños y niñas, pertenecientes a distintas “razas”¹⁹ y culturas, de los terroristas (grupo de perros -sólo masculino- que intenta convertir el campamento en una rentable hamburguesería). Los niños y niñas, que están en un campamento de verano, son hijos/as de personas relevantes en su país de origen²⁰.

Mediante estrategias inicialmente de ensayo y error, y posteriormente, en la medida que avanza el juego, de planificación, el jugador o la jugadora va descubriendo cómo acceder a las distintas submetas. La lectura, el dibujo, y la ambientación (imagen y sonido) son los instrumentos utilizados para transmitir un conocimiento bastante exacto de conocimiento del medio (arte y naturaleza, cultura y sociedad, vestidos, entretenimiento, alimentación, historia, geografía y religión) de los países por donde discurre la acción. Se proponen ejercicios de localización de lugares mediante mapas, lecturas de historia, arte, música, escenas con personajes típicos en lugares representativos, etc. Todo esto facilita las claves culturales de la educación del niño o la niña. Quien juega, potencia así, comprensión y expresión, a la vez que incrementa información. Utiliza diversos recursos (narraciones míticas, cuentos mágicos, leyendas, etc.) para explicar el mundo. Fomenta valores como la interacción respetuosa y paritaria entre distintas etnias y culturas (Inglaterra, China, Bhutan, India, Australia, Egipto). Sin embargo, estos niños y niñas constituyen una élite de personas superdotadas ricas, que, efectivamente, pertenecen a clases altas. Los niños y las niñas pobres no son protagonistas de este videojuego,

19 Es muy discutible el concepto de raza, dado que desde la Antropología y las investigaciones sobre el genoma humano son concluyentes al respecto: sólo existe una raza que es la especie humana.

20 Parece que los pobres no tienen lugar en este tipo de juegos.

y sólo aparecen como elementos integrantes de la sociedad que se visita, como por ejemplo, el “golfillo inglés”, en unas condiciones miserables, que trabaja explotado a la puerta del palacio del niño rico, mientras ellos/as se divierten en un paradisíaco acuapark. Hay que resaltar positivamente, sin embargo, que expone la mayoría de los contenidos políticos, religiosos, etc., desde el punto de vista de los propios implicados (cuestionando la tradicional visión etnocéntrica): así, habla del relevante papel de Mao en China, de los salvajes procesos de aculturación en Australia y de la importancia del Islamismo en Egipto. Además parece que la pretensión última de este videojuego sería que estos niños/as, que constituyen la garantía de paz mundial futura, sean capaces de transformar este mundo.

Por el contrario es sorprendente que la Pantera Rosa, a pesar de que su “denominación de origen” es femenina, es un personaje masculino. Cumple un rol de adulto excesivamente protector, que resuelve, por ejemplo, la rabieta del niño inglés, dándole aquello que él quiere (lo cual educativamente no siempre es lo más acertado, pues puede ser un refuerzo de una conducta disfuncional). El personaje secundario, el profesor, que ayuda al protagonista, también es hombre. Entre los distintos protegidos destaca la niña hindú que se define como mujer independiente que lucha por mantener la emancipación femenina, deseosa de ser artífice de la futura igualdad de oportunidades en su país. Otros representan actitudes infantiles: Travieso, inmaduro, clasista, etc.

Finalmente, decir que el conjunto de conductas disfuncionales de los niños y niñas protagonistas del videojuego (rabietas, actitudes clasistas, etc.), queda explicado en la secuencia final al descubrirse que éstos son robots fabricados por los terroristas y que los auténticos protegidos se hallaban encerrados en una burbuja de cristal bajo el agua. Y así acaba el juego. Quizá sea una piraqueta final para corregir los posibles errores detectados en la corrección del juego por las propias diseñadoras, puesto que son mujeres tanto la productora ejecutiva, como la presidenta y la guionista.

Resulta paradójico que uno de los videojuegos que se pretende educativo sea un regalo de la multinacional Nestlé, en colaboración con la editorial Anaya, que se regala mediante el consumo de yogures de la propia firma. Parece que la educación se vende como un producto más del mercado.

Go Fish

Hemos querido también analizar un tipo de videojuegos que se presentan como “presuntamente” educativos porque están dentro de cursos específicamente de formación. Elegimos *Go Fish*.

Éste es un videojuego, dentro de un curso de inglés-americano, que propone los elementos del juego como forma de aprender este idioma. Es una estrategia bas-

tante habitual en la enseñanza del idioma inglés. El juego consiste en emparejar cartas de términos (español e inglés) con el mismo significado. Gana quien consiga más parejas.

El protagonista es el prototipo de vaquero americano, jugador de póquer, bebedor de whisky y fumador empedernido, sentado en la taberna y con esa actitud de familiaridad propia de quien se pasa su tiempo de ocio en el bar. Los indicadores más relevantes de su conducta se observan en su forma de expresarse: voz ronca, condescendiente cuando quien juega pierde y emisión forzada y monótona de palabras. La mujer sólo aparece como una voz (diciendo ¡Excellent!) que es un elemento reforzador una vez que se consigue una pareja.

Este juego, que pertenece a un curso de inglés para españoles/as, reproduce un modelo estereotipado de Norteamérica y de un mundo eminentemente masculino, de jugadores de cartas, bebedores de whisky y despreciativo de todo lo que no es él o piensa como él. Es el modelo "John Wayne". Modelo poco recomendable para formar a nuestros hijos e hijas en valores igualitarios.

Viendo este videojuego, habría que advertir que es necesario revisar el diseño pedagógico de muchos de estos videojuegos "educativos" pues quizá haya que empezar a decir que son "antieducativos".

Serie Gartu



Finalmente nos hemos acercado a juegos de tipo "los videojuegos más educativos", los que publica "Zetamultimedia" (*Zipi y Zape*, *Mi primera aventura matemática*, *La máquina del tiempo*, etc.) o la *Serie Gartu* de CMY Multimedia.

La mayoría de ellas se publicitan como "aventuras gráficas llenas de acción en las que el niño y la niña aprenden y refuerzan sus conocimientos jugando". Las actividades que proponen son educativas y afirman que abarcan una serie de áreas del curriculum escolar.

Analizamos, como ejemplo, el juego *Gartu, El misterio de la Pirámide*, para 6º de Primaria pues reúne la mayoría de las características de los otros. Este juego parte de una leyenda que habla de "tres Básicos": una Espada, un engranaje y una veleta y que unidos otorgan un poder inimaginable. Los protagonistas son un niño, una niña y el lagarto, que son invitados por el tío de la niña, Tina, a pasar unos días en Egipto. Su tío es el profesor Calisto que se encuentra intentando traducir un antiguo papiro que habla sobre los tres Básicos. Los protagonistas intentarán ayudar a Calisto a encontrar los Básicos. No obstante, pronto descubrirán que no son los únicos en querer hacerse con ellos, pues los tres elementos también están

siendo buscados por un rival de Calisto, el profesor Tacón, y por un viejo conocido del niño y la niña en la serie Tartu: Maximalón. La finalidad del juego es reunir los Básicos en la pirámide de Delis. Pero esta pirámide, guarda mecanismos secretos para hacer más difícil conseguir el poder de los Básicos.

Dice el juego que abarca los objetivos pedagógicos de las asignaturas principales: Matemáticas, Lengua y Conocimiento del Medio, aunque con la nueva legislación esa materia ha desaparecido y se ha sustituido por Ciencias, Geografía e Historia (BOE 7-2-2004).

Pero una vez que te introduces en el juego te das cuenta que no tiene nada que ver con un videojuego comercial habitual. Le falta dinamismo, gráficos, alternativas, complejidad, etc. Es como comparar un seiscientos con un ferrari. Es cierto que tiene actividades educativas planteadas como pruebas cuya resolución es necesaria para avanzar, pero el desarrollo es tremendamente lineal y plano. Por lo que no es de extrañar que los chicos y las chicas no se sientan atraídos por este tipo de videojuego.

No podemos menos que valorar, sin embargo, el que la acción no esté centrada en la violencia o la agresión, la conquista o la lucha, sino en el descubrimiento y la investigación. Pero el ritmo de la misma se hace tan lento, que acaba siendo desechado por las personas que se les propuso jugar con ellos durante los estudios de caso. No obstante, el rechazo fue mucho más rápido por parte de los chicos que de las chicas, puesto que ellas mantuvieron una mayor constancia en intentar avanzar y resolver los "enigmas" que se les proponían.

Y como siempre, hay ciertos rasgos que se mantienen inalterables en cuanto a la percepción de las diferencias por razón de sexo y de género. Habitualmente es el chico quien primero habla con los interlocutores con los que tienen que ir interactuando y dialogando y es él el que responde o explica qué es lo que es un objeto o lo que se puede hacer cuando pinchamos con el ratón en un lugar que no supone ninguna acción posterior. Los personajes con los que interactúan el niño y la niña para conseguir información son mayoritariamente hombres, aunque sí aparecen mujeres, pero casi siempre como personajes secundarios.

Los videojuegos para niñas

Algunas grandes multinacionales del videojuego se han apresurado en los últimos años a sacar videojuegos específicamente dirigidos para niñas. No olvidemos que ésta es otra forma de captar clientes, hasta ahora al margen de los circuitos comerciales de los videojuegos.

Como explica Levis (1997, 126-127) “todos los estudios de mercado indican que las mujeres son quienes consumen más productos audiovisuales. Al mismo tiempo el público femenino es minoritario entre los aficionados a la informática doméstica. En consecuencia, captar el interés de las mujeres se ha convertido en el objetivo prioritario para las empresas del sector. En este contexto, y dado que el multimedia se adapta perfectamente a la presentación de productos culturales y educativos, surgió el concepto de Edutainment (ludo-educativo: combinación de educación y entretenimiento). (...) El ‘ludo-educativo’ está concebido para atraer el interés de toda la familia, dentro de una estrategia de mayor alcance destinada a cautivar a las mujeres que se han mantenido alejadas del universo de la informática doméstica. (...) El presidente de Sega, Yuzo Narimoti, ofrecía a los asistentes de la edición de 1995 de IMAGINA una reveladora interpretación del alcance que tiene el ludo-educativo para la empresa que dirige. Tras subrayar el interés de Sega por extender sus actividades hacia este nuevo campo, el directivo de la empresa japonesa subrayó que el contenido didáctico de los programas debía limitarse pues en caso contrario ‘nadie los querrá’. En opinión de Narimoti, para atraer el público femenino y a los adultos en general ‘basta añadir a los juegos actuales un toque más suave y femenino, y algunos ingredientes culturales y educativos’. De este modo, precisó, los juegos adquirirán un tono más familiar sin perder su atractivo. Después de todo, reconoció el directivo de la empresa japonesa, más allá de cualquier otra prioridad lo realmente importante es vender”.

Hasta hace muy poco tiempo, los desarrolladores de juegos no prestaron prácticamente atención al mercado de los juegos para niñas. Pero las cifras recientes indican que las chicas también se interesan por los juegos. La mitad de los compradores de juegos para computadora son mujeres, y el 48% de los compradores de software para consolas también son mujeres, según la *Interactive Digital Software Association (Asociación de Software Interactivo Digital)*. Antes, la industria pensaba que las chicas no se interesaban por los juegos, pero la realidad es que no encuentran productos que les gusten.



Escofet, Espanya, Herrero y Rubio (2000) diferenciaban entre varios tipos de juegos de ordenador para niñas:

- 1) *El juego rosa*: aquel que reproduce fielmente las desigualdades de género existentes en la sociedad. Se ofrece una imagen totalmente estereotipada de lo que debe ser una niña y una mujer. El ejemplo de software rosa aparece en los productos *Barbie* de Mattel.

Sus características son: A nivel de contenido se presupone que las niñas están interesadas en temas románticos, el maquillaje, la cocina y la moda. Las tareas que hace la mujer son tradicionales: madre, ama de casa, maestra,... El hombre aparece como rey, príncipe o con trabajos de prestigio (abogado, médico, informático,...). A nivel de diseño son juegos sencillos, de complejidad e interactividad reducidas. En los gráficos predominan los colores suaves, como el rosa.

- 2) *El juego violeta*: Es aquel que intenta transformar el rol de la mujer. Este tipo de juego es el más "políticamente correcto", que no neutro, ya que posiblemente es el más ideológico. Presenta protagonistas femeninas con roles no tradicionales y con trabajos parecidos a los de los hombres. Esto es cada vez más frecuente en los nuevos videojuegos que van saliendo donde las mujeres desempeñan los mismos roles masculinos: así en *Headhunter 2*, el protagonista masculino de la primera entrega es sustituido por una mujer en esta segunda versión; en *Enter The Matrix*, se puede elegir entre los dos protagonistas Niobe y Ghost que hacen lo mismo; en *Alias*, la protagonista es una espía al estilo *Splinter Cell*, etc.
- 3) *Los juegos azules* tienen como protagonistas hombres y están ambientados en aventuras de las tipologías más diversas. Son juegos basados en la superación de obstáculos y su atractivo consiste en ir superando niveles. *Action Man* sería un buen ejemplo.
- 4) *Los juegos neutros* lo son en relación a los estereotipos. Estos juegos están bien diseñados desde el punto de vista pedagógico y la interacción aplicación-usuario es alta. *El mago de Oz* y *Las tres mellizas* son ejemplos representativos, según estas autoras.

Megan Gaiser, presidenta de *Her Interactive*, empresa que desarrolló la conocida serie de CD-ROM *Nancy Drew*, afirma que "las chicas necesitan contar con más opciones. (Los desarrolladores de juegos) deben centrarse en diferentes temas, aparte de la moda y la apariencia". Los juegos como la serie de *Nancy Drew*, *You Can Be a Woman Engineer* (Tu puedes ser ingeniera, pero también otros cdrom denominados "tu puedes ser...", arquitecta, bióloga marina, etc.), de Judith Love Cohen, y *Mia Hamm Soccer* (Fútbol de Mia Hamm) intentan "no usar estereotipos de género para atraer a las chicas", señaló Gaiser. "Nos basamos en el atractivo de un buen misterio y la valentía de una buena heroína". De hecho "los personajes virtuales como Lara Croft de Tomb Raider no atraen a las chicas por la naturaleza violenta del juego".

Creemos que el concepto de videojuegos para niñas conlleva una visión estereotipante y discriminatoria por razón de sexo y que no tiene otra finalidad que la puramente comercial de conseguir captar más clientes e incrementar los beneficios.

Es como si nos planteáramos publicar libros para niños y libros para niñas. Los seres humanos somos personas y, como tales, tenemos derecho a una educación, un ocio y una vida en condiciones de igualdad para todas y todos.

Por eso rechazamos de plano este planteamiento. Otra cosa es que, como venimos reivindicando a lo largo de las conclusiones y propuestas de esta investigación, haya una clara exigencia de incluir y potenciar los valores tradicionalmente asociados al mundo femenino en el mundo de los videojuegos y, en definitiva, en el mundo de la vida de los seres humanos. El cuidado de los otros, la atención a los débiles, el amor, la constancia en la lucha por la vida, la cooperación y el trabajo en grupo, etc., no sólo deben ser valores a recuperar, sino a anteponer sobre otros que impregnan la vida y la socialización de nuestras hijas e hijos como la competitividad, la lucha contra los otros como obstáculos o rivales, el triunfo como única meta, etc.

En este sentido, la asociación *Children Now* (2003) diseñó una escala de 13 puntos basada en investigaciones que relacionaban el género y los videojuegos con el fin de medir los aspectos que atraían a las chicas. Los videojuegos recibieron un punto en los siguientes apartados que las chicas consideraban más atractivos:

- Personajes femeninos controlados por el/la jugador/a.
- Capacidad para la cooperación en el juego.
- Habilidad para crear.
- Un ambiente realista.
- Puzzles.
- Refuerzo positivo.
- Capacidad para ayudar.
- Un ritmo lento.
- Predecible y fácil de seguir.
- Reglas claras y precisas.

Además, los videojuegos que no tenían los siguientes elementos también recibieron un punto:

- Violencia.
- Asesinatos.
- El tema del bien contra el mal.

Otro tipo de videojuegos es posible

Para construir otro tipo de videojuegos “alternativos”, que realmente tengan en cuenta todas las necesidades emocionales y de experiencias que tiene el ser humano, que generen una nueva cultura y el pensamiento crítico en el arte comercial, hemos de tener en cuenta otro tipo de valores. Juegos basados en sistemas cuyos elementos se encuentran íntimamente relacionados, sin objetivos claros o caminos obligatorios para la victoria, donde la experimentación y la planificación sustituyen a los tópicos de vía estrecha, en los que los valores promovidos respetan los derechos humanos y los principios constitucionales propuestos en las cartas de fundación de las democracias de los pueblos del mundo.

Kwane en Sinpapelandia



Gómez Cañete (2001b) propone buscar nuevas metáforas para los videojuegos, nuevos temas de donde sacar personajes y situaciones. Buscar los rasgos de una nueva generación de videojuegos, fuertemente comprometidos con la realidad, aunque reconoce que es casi imposible que una multinacional del videojuego se decida a llevar adelante proyectos semejantes.

En este sentido describe un proyecto de videojuego que no pasó de ser una idea y no ha llegado a materializarse (*Kwane en Sinpapelandia*). Esta es una aventura gráfica al más puro estilo de Lucas Arts: apuntar y hacer clic es el método utilizado para guiar a Kwane, un o una migrante que parte de su Ghana natal para llegar a Europa y buscarse la vida.

Los escenarios de este juego son muy variados, desde el bello desierto del Sahara a los bulliciosos barrios de las ciudades de la costa atlántica africana, y se aprovechan de los espléndidos gráficos 3D. La búsqueda de objetos, trabajo, formas de subsistir y las conversaciones con los demás personajes del juego son una parte importantísima del juego, ya que de otra manera Kwane no podrá avanzar hacia su objetivo.

La estrategia del juego se basa en las normas de las leyes de extranjería europea que deberemos conocer para luchar contra ellas. Personas que trabajan en la policía, en la Administración, en la política, con empresas y en la cooperación serán algunos de estos personajes, que pueden ayudar o perjudicar al protagonista en su aventura. Deberemos unirnos a otros y otras que están en nuestra misma situación para luchar por nuestros derechos y cuestionar el sistema legal y administrativo.

Además de los métodos típicos de las aventuras gráficas, *Kwane en Sinpapelandia* ofrece nuevas y espectaculares secuencias de acción. El trayecto en patera pondrá a prueba nuestra habilidad para esquivar los rompientes, las patrulleras y los tiburones, mientras que una vez en Sinpapelandia tendremos que enfrentarnos a redadas por sorpresa de la policía.

La última fase del juego, durante la cual el o la protagonista deberá conseguir sobrevivir durante un tiempo determinado en Sinpapelandia es sin duda la más interesante. Los personajes se multiplican, y la mayoría hablan en un idioma incomprensible para Kwane. Tendremos que aprender a ejercer nuestra defensa legal en juicios. Tendremos que propiciar reuniones en los sindicatos y protagonizar huelgas. Solo escogiendo bien sus compañías y los objetos a utilizar con cada personaje podremos llegar al final sin ser apaleados o deportados. Eso sí no nos ahogamos por el camino.

Simulaciones constructivas

Gómez Cañete (2000b) propone también que en vez de los “simuladores de la destrucción” a los que tan acostumbrados estamos como los de tipo militar, aviones de combate, etc., las empresas de videojuegos construyan “simulaciones constructivas”.

En este sentido señalaba videojuegos como *Emergency*, juego de la compañía alemana Topware en el que controlamos las operaciones de un equipo completo de emergencias, un equipo que salva vidas, no las destruye. El juego *Search & Rescue II*, de los daneses InterActive Vision es una interesante y exacta simulación de un helicóptero de rescate. Son unos grandes ejemplos a seguir.

Es cierto que cada vez hay más juegos “de construcción”, pero muy a menudo se limitan a decisiones estratégicas y no contemplan la acción directa. Las simulaciones, afirma este autor, continuarán teniendo éxito debido a la fascinación que ejercen las máquinas y también porque proponen un entorno seguro en el que la experimentación es el factor clave; son ideales para aprender, para hacer las prácticas atractivas. Pero en el mundo de los videojuegos, siempre han estado ligadas a la violencia.

Lo que propone es un nuevo género de simulaciones que se ocupen de acercar a quienes juegan a los usos más positivos de la tecnología. Él mismo recuerda que cuando éramos pequeños, no sólo jugábamos a la guerra, también nos dedicábamos a la “ingeniería” de puentes y caminos, a la “construcción” de cabañas en el bosque o a la “ingeniería hidráulica” entre campo y campo. Es mejor aprender a salvar vidas con un helicóptero de salvamento, que destruirlas con un helicóptero de combate, y con esta base será posible avanzar en la normalización de unas simulaciones que ahora mismo están basadas en la destrucción, termina diciendo.

Pero tendríamos que conseguir que esos videojuegos “alternativos” también lo fueran desde el punto de vista del género. Porque esto ha sido lo más difícil de encontrar, incluso entre los videojuegos educativos. Se intenta que no reproduzcan el machismo centrado en la violencia, en el racismo o en el sexismo más explícito, pero es muy raro encontrar alguno que cuide el lenguaje, el papel no dependiente de las mujeres, la visión igualitaria, etc.

“Si es cierto que otro futuro es posible... ¡qué gran herramienta para inventarlo se está perdiendo en los videojuegos! Porque, si los videojuegos permiten participar y escribir el guión de lo que se experimenta en ellos, ¿quién asegura que se está jugando con la baraja completa?” (Gómez Cañete, 2001).

Bibliografía

- ABBOT, M., PALMISANO, B. y DICKERSON, M. (1995). Video Game Playing, Dependency and Delinquency: A Question of Methodology? *Journal of Gambling Studies*, 11(3), 287-301.
- ADESE (Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento) (2003). *Dossier de Prensa*. Julio 2003. En http://www.adese.es/pdf/Dossier_de_prensa_Galardones_aDeSe-abriLETICIA-2003.pdf (consultado el 23 de noviembre de 2003).
- ALEXANDER, C.P. (1983). Video Games Go Crunch! As the Christmas season nears, once thriving makers struggle for survival. *Time*, October 17, 38-39.
- ALFAGEME GONZÁLEZ, B. y SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, P. (2003). Un instrumento para evaluar el uso y actitudes hacia los videojuegos. *PíxeLETICIA-Bit*, 20, 17-32.
- AMNISTÍA INTERNACIONAL (1999). *¿Traerán los Reyes Magos torturas, matanzas y ejecuciones? Juguetes, videojuegos y violaciones de derechos humanos*. Madrid: Amnistía Internacional LETICIA-Sección española.
- AMNISTÍA INTERNACIONAL. (2001). *Haz clic y tortura. Videojuegos, tortura y violación de derechos humanos*. Madrid: Amnistía Internacional LETICIA-Sección española. En <http://www.a-i.es/camps/cat/docs.htm>
- AMNISTÍA INTERNACIONAL (2002). *Videojuegos, ¿qué valores transmiten? Que no te den gato por ratón*. Madrid: Amnistía Internacional LETICIA-Sección española. En <http://www.a-i.es/camps/cat/docs.htm>
- ANDERSON, C. y BUSHMAN, B. (2001). Effects of Violent Video Games on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Physiological Arousal, and Prosocial Behavior: A Meta-Analytic Review of the Scientific Literature. *Psychological Science*, 12, 353-369.
- ANDERSON, C.A. y DILL, K.E. (2000). Video Games and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in Laboratory and in Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, April (78), 4, 772 -790.
- ANDERSON, C.A. y FORD, C.M. (1986). Affect of the Game Player: Short-term Effects of Highly and Mildly Aggressive Videogames. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 4, 390-392.
- ANDERSON, C.A. y MORROW, M. (1995). Competitive Aggression Without Interaction: Effects of Competitive Versus Cooperative Instructions on Aggressive Behavior in Video Games. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 21(10), 1020-1030.
- ARBINAGA, F. (1996). El juego patológico en estudiantes menores de 18 años: incidencia, uso de drogas y variables asociadas. *Adicciones*, 8 (3), 331-347.
- BALL, G. H. (1978). Telegames Teach More Than You Think. *Audiovisual Instruction*, May, 24-26.
- BALLARD, M. y WIEST, R. (1995). Mortal kombat: the effects of violent video technology on males' hostility and cardiovascular responding. *Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development*. March 30 april 2. Indianapolis.
- BARRUECO, V. (1993). Videojuegos: la fiebre de fin de siglo. *IP. MARK*. 9, (405), 38-40.

- BELANCHE ALONSO, J. (2003). *Edición y creación de un videojuego, una propuesta didáctica para Bachillerato. Presentación proyecto para una licencia de estudios.*
- BENEDICT, J.O. (1990). A Course in the Psychology of Video and Educational Games, *Teaching of Psychology*, 17 (3), 206-208.
- BENGOECHEA, M. y CALERO, M.L. (2002). *Sexismo y redacción periodística.* Valladolid: Junta de Castilla y León.
- BENSLEY, L. y VAN EENWYK, J. (2001). Video Games and Real-Life Aggression: Review of the Literature. *Adolescent Health*, 29, 244-257.
- BING, J. (1982). The electronic game gambit. *Impact of Science on Society*, 32 (4), 425-431.
- BISHOP, A. (1998). El papel de los videojuegos en la educación matemática. *Revista de Didáctica de las Matemáticas*, 18, 9-19.
- BLUMBERG, F.C. (1998). Developmental Differences at Play: Children's Selective Attention and Performance in Video Games. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 19(4), 615-624.
- BONDER, G. (2001). Las nuevas tecnologías de la información y las mujeres: reflexiones necesarias. *Reunión de Expertos sobre Globalización, Cambio Tecnológico y Equidad de Género.* Sao Paulo, Brasil, 5 y 6 de noviembre de 2001. (Consultado el 23 de noviembre de 2003). En http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/doc/noticias/nue_tec.htm
- BONTINCK, I. (1986). The impact of Electronic Media on Adolescents, their Everyday Experience, their Learning Orientations and Leisure Time Activities. 12. *Jahrgang-1*, 21-30.
- BOTWINICK, S. (1991). Turtles stave off Barbie in best seller bout. *Playthings*, December 29, 30-37.
- BRAJNOVIC, O. (2001). Los videojuegos llevan la violencia a la vida real. *La Farola*, 154, 17.
- BRASINGTON, R. (1990). Nintendinitis. *The New England Journal of Medicine*, 322 (20), 1473-1474.
- BRAUN, C. y otros (1986). Adolescents and microcomputers: Sex differences, proxemics, task and stimulus variables. *Journal of Psychology*. Nov 120 (6) 529-542.
- BRAUN, C.M.J. y GIROUX, J. (1989). Arcade Video Games: Proxemic, Cognitive and Content Analyses. *Journal of Leisure Research*, 21 (2), 92-105.
- BRÉE, H. (1995) *Los niños, el consumo y el marketing.* Barcelona: Paidós.
- BROOKS, B.D. (1983). Ponencia presentada en el congreso *Videojuegos y Desarrollo Humano*, un programa de investigación para los años 80. Graduate School of Education. Mayo.
- BROOKS, B.D. (1996). Video Games and Human Development: a Research Agenda for the '80s. Papers and Proceedings of the *Symposium Held at Harvard Graduate School of Education.* Cambridge, Massachusets.
- BROWN, D. (2004). *El Código Da Vinci.* Barcelona: Urano.
- BROWN, R.M. y otros. (1995). Stimulus-Response compatibility and videogames performance. *Perceptual and Motor Skills*, 80, 691-698.
- BROWN, R.M., BROWN, N.L. y REID, K. (1992). Evidence for a player's position advantage in a videogame. *Perceptual Motor Skills*, 74, 547-554.
- BRUNNER, C.; BENNETT, D. y HONEY, M. (1998). Girl Games and Technological Desire. En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (72-88). Cambridge: MIT Press.
- BRUSA, J.A. (1987). Effects of Video Games Playing on Children's Social Behavior (Tesis doctoral, De Paul University, 1987). *Dissertation Abstracts International*, 8800625.
- BUCHMAN, D. D., y FUNK, J. B. (1996). Video and computer games in the '90s: Children's time commitment & game preference. *Children Today*, 24 (1), 12-15, 31.

- CABELLO, R. (1999): El consumo de videojuegos en locales públicos. En <http://www.ceride.gov.ar/servicios/comunica/ponencias/videojuego.htm>.
- CALVERT, S. L. y TAN, S.L. (1994). Impact of virtual reality on young adults' physiological arousal and aggressive thoughts: Interaction versus observation. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 15 (1), 125-139.
- CALVO, A. (1997). *Ocio en los noventa. Estudio sobre la incidencia de los videojuegos en los jóvenes de Mallorca*. Baleares: Universidad de les Illes Balears (tesis inédita).
- CALVO, A. (1998). Qué se sabe de los Videojuegos. Juguetes y Juegos. *V Congreso Nacional de Ludotecas* (89-93). AIJU: Valencia.
- CALVO, A. (1998b). Videojuegos. Del juego al medio didáctico. *Comunicación y Pedagogía*, 152, 63-69
- CALVO, A. (2000). Videojuegos y Jóvenes. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 59-62.
- CARPENTER, B. (1990). On the trail of Nintendo's magic. *U.S. News & World Report*, July 16, 56-57.
- CASSELL, J. (1998). Storytelling as a nexos of Change In the Relationship between Gender and Techology: A Feminist Approach to Software Design. En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (298-326). Cambridge: MIT Press.
- CASSELL, J. y JENKINS, H. (1998). Chess for Girls? Feminism and Computer Games En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (2-45). Cambridge: MIT Press.
- CASSELL, J. y JENKINS, H. (1998b). An Interview with Lee McEnany Caraher (Sega). En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (192-212). Cambridge: MIT Press.
- CASSELL, J. y JENKINS, H. (1998c). An Interview with Nancie S. Martin (Mattel). En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (136-150). Cambridge: MIT Press.
- CASSELL, J. y JENKINS, H. (1998d). *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games*. Cambridge: MIT Press.
- CASEY, J.A. y RAMSAMMY, R. (1992). MacMentoring: Using Technology and Counseling with At-Risk Youth. Comunicación presentada en la *Annual Conference of the California Association for Counseling and Development* (San Francisco, febrero 20-23) ERIC, nº ED 344179.
- CECU (1994). *La influencia de los videojuegos en los niños*. Madrid: Confederación Española de Consumidores y Usuarios.
- CERQUEDA, D. (1995). Videojuegos y ordenadores. *Comunicación y Pedagogía*, 135, 10-13.
- CESARONE, B. (1994). Videogames and children. *Office of Educational Research and Improvement*. Washington
- CESARONE, B. (2000). Juegos de videos: Investigación, puntajes y recomendaciones. *ERIC/EECE Publications-Digests* (Identificación ED0-PS-00-10).
- CHAMBERS, J.H., ASCIONE, F.R. (1986).The effects of prosocial and agressive videogames on Children Donating and Helping. *Journal of genetic psychology*, 148 (4), 499-505.
- CHILDREN NOW (2003). *Fair Play? Violence, Gender and Race in Videogames*. En <http://www.childrennow.org>
- CIBERPAÍS (2001) Diez millones de videojuegos se vendieron en España en el año 2000. <http://www.elpais.es/c/d/20010118/ocio/ocio02.htm> (14/11/03).
- COLLEY y otros. (1995). Gender effects in the stereotyping of those with different kinds of computing experience. *Journal of Educational Computing Research*, 12(1), 19-27.
- COLWELL, J; GRADY, C. ; RHAITI, S. (1995). Computer games, self-esteem and gratification of needs in adolescents. *Journal of community and applied social psychology*. 5, 195-206.

- CONDY, J. y DOUGLAS, K. (1983). Educational and Recreational Uses of Computer Technology. Computer Instruction and Video Games. *Youth & Society*, 15 (1), 87-112.
- CONOCEDORAS (2003) *Una cara bonita no es suficiente*. <http://www.muiereschile.cl/conocedoras/articulos.php?articulo=279&area=cultura> (14/10/03)
- COOPER, J. y MACKIE, D. (1985). Two Surveys of Computer-related Attitudes. *Sex Roles*, 13, 3/4, 215-228.
- COOPER, J.; MACKIE, D. (1986). Videogames and aggression in children. *Journal of applied social psychology*, 16 (8), 726-744.
- CORNELLA, M.C. (1995) El videojuego: algo más que un objeto de entretenimiento. *Comunicación y Pedagogía*, 135, 20-27.
- CORY, C. T. (1983). Pac-Man as Playmate. *Psychology Today*, January, 58.
- CREASEY, G.L. y MYERS, B.J. (1986). Video Games and Children: Effects on Leisure Activities, Schoolwork, and Peer Involvement. *Merrill-Leticia-Palmer Quarterly*, 32 (3), 251-262.
- CRESPI, P. (1983). Sorting Out the Video Game Controversy. *Parks & Recreation*, May, 28-58.
- CROOK, Ch. (1998). *Ordenadores y aprendizaje colaborativo*. Madrid: Morata.
- CUMBERBATCH, G., MAGUIRE, A. y WOODS, S. (1993). *Children and video games: an exploratory study*. (Disponible en The Communications Research Group, Aston University, Aston Triangle, Birmingham, B4 7ET).
- CHAFFIN, J.D., MAXWELL, B. y THOMPSON, B. (1982). Arc-Ed Curriculum: The Application of Video Game Formats to Educational Software. *Exceptional Children*, 49, 173-178.
- CHAMBERS, J.H. y ASCIONES, F.R. (1986). The Effects of Prosocial and Aggressive Videogames on Children's Donating and Helping. *Journal of Genetic Psychology*, 148 (4), 499-505.
- DEMARIA, R. y WILSON, J.L. (2002). *High Score! La historia ilustrada de los videojuegos*. Madrid: McGraw Hill / Osborne.
- DEMARIA, S.I. (2003). La Videocultura de nuestros alumnos. Un aporte que pretende esclarecer ciertos aspectos sobre los videojuegos. *Contexto Educativo. Revista Digital de Educación y Nuevas Tecnologías*, 15. <http://contexto-educativo.com.ar/index.htm> (consultado el 29/10/03).
- DE MIGUEL, A. y DE MIGUEL, I. (2001). *Los videojuegos en España. Informe Sociológico, año 2000*. Madrid: ADESE.
- DE VICENTE, J.L. (2004). Otra vida en la red. Crimen organizado, gobiernos en la sombra, sexo ilegal..., la nueva generación de videojuegos 'online' para múltiples jugadores te permiten ser muy malo. *El Mundo – La Crónica, Suplemento La Luna*, viernes 9 de enero, 7.
- DEL MORAL, M.E. (1995). El fenómeno de los videojuegos. *Comunidad Escolar*, octubre, sec. "Tribuna Libre", 3.
- DEL MORAL, M.E. (1996a). Videojuegos, juegos de rol y simuladores. *Cuadernos de Pedagogía*, 246, 84-88.
- DEL MORAL, M.E. (1996b). Juegos de rol, aventuras gráficas y videojuegos: la creatividad lúdica a través del 'software'. *Aula de Innovación Educativa*, 50, 63-67.
- DEL MORAL, E. (1997). Una propuesta educativa con el tamagotchi. *Comunicación y Pedagogía*, 148, 13-15.
- DÍAZ PRIETO, M. (2003). Las dificultades de probar la relación causa-efecto. *La Vanguardia*, 08-junio-2003.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, E.J., TERRÓN BAÑUELOS, E. y ROJO, J. (2001). Videojuegos: cuando la violencia vende. *Cuadernos de Pedagogía*, 305, 79-83.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, E.J., TERRÓN BAÑUELOS, E. y ROJO FERNÁNDEZ, J. (2002). La violencia en las organizaciones escolares y los videojuegos. En Gairín, J. y Darder, P. (Eds.). (2002). *Estrategias e instrumentos para la Gestión Educativa* (82/54-82/62). Barcelona: Práxis.

- DIETZ, T.L. (1998) An examination of violence and gender role portrayals in video games: implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex Roles*, (38), 5-6, 425-442.
- DILL, K.E. y DILL, J.C. (1998). Video Game Violence: A Review of the Empirical Literature. *Aggression and Violent Behavior*, 3(4), 407-428.
- DOMINICK, J.R. (1984). Videogames, Television Violence, and Agresión in Teenagers. *Journal of Communication*, 34, 136-147.
- DONCHIN, E. (1995). Video games as research tools: The Space Fortress game. *Behavior Research Methods, Instruments & Computers*, 27(2), 217-223.
- DORVAL, M. y PÉPIN, M. (1986). Effect of Playing a Video Game on a Measure of Spatial Visualization. *Perceptual Motor Skills*, 62, 159-162.
- DRISKELL, J.E., DWYER, D.J. (1984). Microcomputer Videogame Based Training. *Educational Technology*, February, 11-16.
- DUFFY, A.T y NIETUPSKI, J. (1985). Acquisition and Maintenance of Video Game Initiation, Sustaining and Termination Skills. *Education and Training of the Mentally Retarded*, June, 157-162.
- DURNELL, T. (1997). Gender and computing: a decade of change. *Computers Education*, vol 28, 1, 1-9.
- ECHEVERRÍA, F. (1999). Videojuegos y Educación. *VI Congreso Nacional de Ludotecas* (99-127). AIJU: Valencia.
- EGLI, E.A. y MEYERS, L.S. (1984). The role of video game playing in adolescent life: Is there reason to be concerned? *Bulletin of the Psychonomic Society*, 22 (4), 309-312.
- ELLIS, D. (1984). Video Arcades, Youth, and Trouble. *Youth & Society*, 16 (1), 47-65.
- ELMER-DEWITT, P. (1993). The Amazing Video Game. *Time*, September 27, 49-54.
- ELMER-DEWITT, P. (1995). Welcome to Cyberspace. *Time*, Spring, 2-9.
- ESCOFET, A.; ESPANYA, M.; HERRERO, O.; RUBIO, M.J. (1999). Girl's games...¿un juego de niñas? En J.L. Rodríguez Illera, A. Escofet, B. Gros, J. Quintana y M.J. Rubio (Eds.). *Multimedia Educativo 99*. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona. (CD-ROM).
- ESCOFET, A.; ESPANYA, M.; HERRERO, O.; RUBIO, M.J. (2000). Los juegos para niñas: la aparición de un campo específico de aplicaciones multimedia. *Comunicación y Pedagogía*, 170, 65-70.
- ESCOFET, A.; HERRERO, O.; RUBIO, M.J. (2002). Multimedia educativo y género. En <http://web.udg.es/tiec/orals/c84.pdf> (consultado el 23 de noviembre de 2003).
- ESNAOLA HORACEK, G.A. (2003). Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos. *Etic@net*, 1, 1-10.
- ESTALLO, J.A. (1994). Videojuegos, personalidad y conducta. *Psichotema*, 6, 181-190.
- ESTALLO, J.A. (1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta.
- ESTALLO, J.A. (1997a). Psicopatología y Videojuegos. *Quaderns Digitals*, 24.
- ESTALLO, J.A.(1997b).Videojuegos, efectos sobre el comportamiento. (Una aproximación al estudio de la dependencia de los juegos de alta tecnología). *Psichotema*. 6 (2), 181-190.
- ESTALLO, J.A., MASFERRER, M.C. y AGUIRRE, C. (1994). *Videojuegos. Efectos a largo plazo*. Barcelona: Departamento de Psicología del Institut Psiquàtric.
- ETXEBERRIA BALERDI, F. (1997). *Videojuegos y educación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- ETXEBERRIA BALERDI, F. (1998). Videojuegos y educación. *Comunicar*, 10, 171-180.

- ETXEBERRÍA BALERDI, F. (1999) Videojuegos y educación. En Etxeberria, F. (Coord.): *La Educación en Telépolis*. Donosita: Ibaeta.
- FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción). (2002). *Jóvenes y Videojuegos: Espacio, significación y conflictos*. Madrid: FAD, Injuve.
- FALLAS, S. (1996). The rating controversy. Labeling the industry: Is it working. En <http://www.lunartide.com/extedge/feature.htm> [1998, October 28].
- FERNÁNDEZ, C. (2003). Videojuegos peligrosos. *Fusión*, marzo 2003 (suplemento de Asturias).
- FERNÁNDEZ, L. y MARÍN, I. (1992/93). Los videojuegos enganchan. *Perspectiva escolar*, 169, 57-63.
- FERNÁNDEZ-OBANZA, G. (2003). Videojuegos: Juegos para un mundo Peor. En <http://www.ecodesarrollogaia.org/index.htm>
- FILENI, F. (1988). Play as acquisition of mental structures: the case of videogames. *Studi di sociologia*. Jan-mar, 64-74.
- FISHER, S. (1995). The amusement arcade as a social space for adolescents: An empirical study. *Journal of Adolescence*, 18 (1), 71-86.
- FLING, S., SMITH, L, RODRIGUES, T, THORNTON, D. ATKINS, E. y NIXON, K. (1992). Video Games Aggression, and SELFELIPE-esteem: A Survey. *Social Behavior and Personality*, 20, 39-46.
- FRASCA, G. (1997). El videojuego como medio para una ficción interactiva: notas para una poética del joystick. En http://www.orbicom.uqam.ca/in_focus/publications/archives/pdf/1997f.pdf (consultado el 23 de noviembre de 2003).
- FREEDMAN, J. (2002). *Media Violence and Its Effects on Aggression*. New York: Age.
- FRIEDMAN, T. (1997). Making Sense of Software: Computer Games and Interactive Textuality. En <http://www.duke.edu/~tlove/simcity.htm>
- FROMME, J. (2003). Computer Games as a Part of Children's Culture. En <http://gamestudies.org/0301/fromme> (consultado el 20 noviembre 2003).
- FUMIO, I. (1986). The Video Game With Media Potential. *Japan Quarterly* 33, July-September, 293-298.
- FUNK, J.B. (1992). Video Games: Benign or Malignant?. *Developmental and Behavioral Pediatrics*, 13 (1), 53-54.
- FUNK, J.B. (1993a). Video Games. *Adolescent Medicine: State of the Art Reviews*, 4 (3), 589-598.
- FUNK, J.B. (1993b). Reevaluating the impact of Video Games. *Clinical Pediatrics* 32 (2, Feb). 86-90.
- FUNK, J.B. (1995). Video violence might provoke real-life tragedy. *American Academy of Pediatrics*, March, 16-17.
- FUNK, J. B. y BUCHMAN, D. D. (1994). Video games and children: Are there "high risk" players? Comunicación presentada en el *International Conference on Violence in the Media*, St. John's University, New York.
- FUNK, J.B. y BUCHMAN, D.D. (1995a). Video Game Controversies. *Pediatric Annals*, 24 (2),91-104.
- FUNK, J. B. y BUCHMAN, D. D. (1996a). Children's perceptions of gender differences in social approval for playing electronic games. *Sex Roles*, 35 (3/4), 219-231.
- FUNK, J.B., y BUCHMAN, D. D. (1996b). Playing violent video and computer games and adolescent self-concept. *Journal of Communication*, 46(2), 19-32.
- FUNK, J.B., GERMANN, J.N. y BUCHMAN, D.D. (1997). Children and electronic games in the United States. *Trends in Communications*, 2, 111-126.

- GAGNON, D. (1985). Videogames and Spatial Skills: An Exploratory Study. *ECTJ*, 33, (4), 263-275.
- GAJA, R. (1993). *Videojuegos, ¿alienación o desarrollo?* Barcelona: Grijalbo.
- GARAIGORDOBIL M. (1995). *Juego y Desarrollo*. Madrid: Seco Olea.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J (1996). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.
- ESNAOLA HORACEK, G. (2001). Mitos y ritos en la sociedad contemporánea. Los rituales contemporáneos y los videojuegos: La digitalización del espacio lúdico. Comunicación *Congreso Internacional de Semiótica*. En http://quadernsdigitals.net/apli_qd.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=270 (consultado el 23 de noviembre de 2003).
- GARCÍA-VALCÁRCEL MUÑOZ-REPISO, A. (2002). El juego y las nuevas tecnologías. *PíxeLETICIA-Bit*, 13. En <http://www.sav.us.es/pixelbit/sumarios.htm>
- GARNER, T.L. (1992). The Sociocultural Context of the Video games experience. (Tesis doctoral, University of Illinois at Urbana Campaign, 1991). *Dissertation Abstracts International*, 9210810.
- GARROTE FERNÁNDEZ-DÍEZ, I. (2001). *El derecho de autor en internet. La directiva sobre derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información*. Granada: COMARES.
- GERZON, M. (1982). *A Choice of Heroes: The Changing Face of American Manhood*. Boston: Houghton Mifflin Co.
- GIBB, G., BAILEY, J., LAMBIRTH, T. Y WISON, W. (1985). Personality Differences Between High and Low Electronic Video Game Users. *Journal of Psychology*, 114, 159-165.
- GOLDSTEIN, J. (1993). *Video Games. A Review of Research*. Bruselas: Toys Manufacturers of Europe.
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2000). Sexismo en los videojuegos. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (15-febrero-2000).
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2000b). Simulaciones constructivas. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (4-abriLETICIA-2000).
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2001). Ideología y videojuegos. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (30-julio-2001).
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2001b). Videojuegos que nunca verás. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (23-octubre-2001).
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2002). Joysticks y fusiles. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (11-junio-2002).
- GÓMEZ CAÑETE, D. (2003). La guerra de los que juegan. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (21-abriLETICIA-2003).
- GÓMEZ DEL CASTILLO, M.T. (2001). *Análisis de valores en el software educativo*. Tesis Doctoral del Departamento de Didáctica, Organización Escolar y MIDE la Universidad de Sevilla.
- GONZÁLEZ, A. (1988). *Joc patològic: una nova adicció*. Barcelona: Tibidabo Edicions.
- GRAF, W.D., CHATRIAN, G.E., GLASS, S.T. y KNAUSS, T.A. (1994). Video-Game Related Seizures: A Report on 10 Patients and a Review of the Literature. *Pediatrics*, 93 (4), 51-556.
- GRAYBILL, D., KIRSCH, J.R. y ESSELMAN, E. (1985). Effects of Playing Violent Versus Nonviolent Videogames on the Agressive Ideation of Agressive and Nonaggressive Children. *Child Study Journal*, 15, 3, 199-205.
- GRAYBILL, D., STRAWNIAK, M., HUNTER, T. y O'LEARY, M. (1987). Effects of playing versus observing violent versus nonviolent video games on children's aggression. *Psychology*, 24 (3), 1-8.

- GREASEY, G.L. y MYERS, B.J. (1986). Video Games and children: effects on leisure activities, schoolwork and peer involvement. *MerriLETICIA-Palmer Quarterly*, 32 (3), 251-262.
- GREENE, J.S. y ASHER, I. (1982). Electronic Games. *JAMA*, 248 (11), 1308.
- GREENFIELD, P.M. (1989). *Mind and Media: The Effects of Television, Video Games and Computers*. Glasgow: William Collins Sons y Co. Ltd.
- GREENFIELD, P.M (1996). Video Games as Cultural Artifacts. En P.M. GREENFIELD y R.R. COCLING (Ed.). *Interacting with Video*. Norwood (N.J.): Ablex Publishing.
- GREENFIELD, P. y COCKING, R. (1996). *Interacting with video*. Nueva Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- GRIFFITH M.D; DANCASTER, I. (1995). The effect of type a personality on physiological arousal while playing computer games. *Addictive behavior*, 20 (4), 543-548.
- GRIFFITHS, J.L. VOLOSCHIN, P. GIBB, G.D, Y BAILEY, J.R. (1983). Difference in eye-hand motor coordination of videogame users and no users. *Perceptual and motor skill*, 57, 157-158.
- GRIFFITHS, M. (1993). Are Computer Games Bad for Children? *The Psychologist*, September, 401-407.
- GRIFFITHS, M. (1999). Violent Video Games and Aggression: A Review of the Literature. *Aggression and Violent Behavior*, 4(2), 203-212.
- GRIFFITHS, M. y HUNT, N. (1998): Dependence on Computer Games by Adolescents. *Psychological Reports*, 82, 475-480.
- GRIFFITHS, M. y WOOD, R. (2000). Risk Factors in Adolescence: The Case of Gambling, Videogame Playing, and the Internet. *Journal of Gambling Studies* 16(2/3), 199-225.
- GRIFFITHS, M.D. (1990). Addiction to Fruit Machines: A Preliminary Study Among Young Males. *Journal of Gambling Studies*, 6 (2), 113-126.
- GRIFFITHS, M.D. (1991). Amusement machine playing in childhood and adolescence: A comparative analysis of video games and fruit machines. *Journal of Adolescence*, 14, 53-73.
- GRIFFITHS, M.D. y DANCASTER, I. (1995). The Effect of Type A Personality on Physiological Arousal while Playing Comuter Games. *Addictive Behaviors*, 20 (4), 543-548.
- GRIFFITHS, M.D. y HUNT, N. (1995). Computer Game Playing in Adolescence: Prevalence and Demographic Indicators. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 5, 189-193.
- GROS, B. (Coord.) (1998). *Jugando con videojuegos: Educación y entretenimiento*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- GROS, B. (2000). La dimensión socioeducativa de los videojuegos. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 12.
- GROS, B. (2002). Videojuegos y alfabetización digital. *En.red.antes*, 318, 7 de mayo. En <http://enredando.com>
- GROS, B.; AGUAYOS, J.R. y ALMAZÁN, L. (1998). *Creación de materiales para la innovación educativa con nuevas tecnologías: La utilización de los juegos de ordenador en la escuela*. Málaga: Imagraf.
- GRUNDY, F. (1996). Gender and computers. *Intelligent Tutoring Media*, vol 7, 1. University of Keele.
- GRUP F9. (1998). Máquinas y cambio de energía con el juego 'La máquina increíble'. *Comunicación y Pedagogía*, 152, 57-62.
- GRUP F9 (2000a). Jugar con el ordenador, también en la escuela. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 52-54.
- GRUP F9 (2000b). Un espacio para la simbiosis. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 66-69.

- GRUP F9 (2000c). Ocho propuestas didácticas para los videojuegos. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 70-80.
- GUNZENHAEUSER, R. (2002). Bodies and Technologies in Multiplayer Role-Playing Games. En <http://www.Dichtung-digital.com/2002/11-10-Gunzenhaeuser.htm> (consultado el 22 de noviembre de 2003).
- HALL, E.G. (1990). The Effect of Performer Gender, Performer Skill Level, and Opponent Gender on Self Confidence in a Competitive Situation. *Sex Roles*, 23 (1/2), 33-41.
- HART, E. J. (1990). Nintendo Epilepsy. *The New England Journal of Medicine*, 322 (20), 1473.
- HERMAN, L. (1999). *The fall & rise of videogames*. Phoenix: Rolenta Press.
- HESS, R. D., y MIURA, I. (1985). Gender differences in enrollment in computer camps and classes. *Sex Roles*, 13, 193-203
- HIDALGO RODRÍGUEZ, M.C. (2001). Mensajes y contenidos en imágenes para niños. *I Congreso Internacional sobre Ética en los contenidos de los medios de comunicación e internet* celebrado en Granada del 15 al 17 de octubre. En <http://www.ugr.es/~sevimeco>
- HONG, M.J. y WALLACE, N. (1983). Addictive Video Games. *Psychology Today*, May, 87.
- HORN, E., JONES, H. y HAMLETT, C. (1991). An investigation of the feasibility of a Video Game System for Developing Scanning and Selection Skills. *Jash*, 16 (2), 108-115.
- HULL, J.W. (1985). Videogames: Transitional Phenomena in Adolescence. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 2, 106-113.
- IDSA (2001). *Video Games and Youth Violence: Examining Facts*. En <http://www.IDSA.com>
- IDSA (2003). *Essential Facts About The Computer and Video Game Industry. 2003 Sales, Demographic and Usage Data*. En <http://www.IDSA.com>
- INKPEN, K; UPITIS, R; KLAWE, M.; LAWRY, J.; ANDERSON, A.; NDUNDA, M.; SEDIGHIAN, K.; LEROUX, S. y HSU, D. (1994). We have never-forgetful flowers in our garden: "Girls' responses to electronic games, *Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching*, 13 (4), 83-403.
- IRWIN, A.R. (1993). *The effects of aggressive and no aggressive videogames on the aggressive behavior of impulsive and reflective boys*. (Tesis Doctoral. Universidad de Mississippi). Dissertation abstracts international. 9301744.
- IRWIN, A. R.; GROSS, A.M. (1995). Cognitive tempo, violent videogames and aggressive behavior in young boys. *Journal of family violence*. 10 (3), 337-350.
- IZQUIERDO, L. (2003). Un estudio revela que los videojuegos fomentan el machismo entre los jóvenes. *La Vanguardia*, 26-junio-2002.
- JACKSON, J.O. (1993). Vidkids Everywhere. *Time*, September 27, 55.
- JENKINS, H. (1998). "Complete Freedom of Movement": Video Games as Gendered Play Spaces. En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (262-297). Cambridge: MIT Press.
- JOHNSON, C.S. y SWOOPE, K.F. (1987). Boys' and Girls' Interest in Using Computers: Implications for the Classroom. *Arithmetic Teacher*, September, 14-16.
- JONES, G. (2002). *Killing Monsters*. London: Sega.
- JONES, M.B. (1984). Video Games as Psychological Tests. *Simulation & Games*, 15 (2), 131-157.
- JONES, M.B., DUNLAP, W.P. y BILODEAU, I. (1984). Factors Appearing Late in practice. *Organizational Behavior and Human Performance*, 33, 153-173.
- JONES, M.B., DUNLAP, W.P. y BILODEAU, I. (1986). Comparison of Video Games and Conventional Test Performance. *Simulation & Games* 17 (4), 435-446.

- JONES, M.B., KENNEDY, R.S. y BITTNER, A.C. (1981). A video game for performance testing. *American Journal of Psychology*, 94 (1), 143-152.
- JONES, P.K. (1986). The Relative Effectiveness of Computer-Aided Remediation with Male and Female Students, *T.H.E. Journal*, March.
- UGUETES Y JUEGOS DE ESPAÑA (1991). Hay que saber más sobre videojuegos. *Juguetes y Juegos de España*, 10, Año XXX, 16-19.
- JUGUETES Y JUEGOS DE ESPAÑA (1992). El Bing-Bang de los videojuegos. *Juguetes y Juegos de España*, 12, Año XXXI, 16.
- JUUL, J. (2004). *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Tesis Doctoral inédita. Copenhague: Universidad IT.
- KAFAI, Y.B. (1996). Gender Differences in Children's Construction of Video Games. En P.M. Greenfield y R.R. Cocking. (Eds.). *Interacting with Video* (39-66). Norwood (NJ): Ablex Publishing.
- KAFAI, Y.B. (1998). Video Game Designs by Girls and Boys: Variability and Consistency of Gender Differences. En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (90-114). Cambridge: MIT Press.
- KAPLAN, S. y KAPLAN, S. (1981). A Research Note. Video Game, Sex and Sex Differences. *Social Science*, 46, Autumn, 208-212.
- KAPLAN, S.J. (1983). The Image of Amusement Arcades and Differences in Male and Female Video Game Playing. *Journal of Popular Culture*, 17 (1), 93-98.
- KAPTELININ, V. y COLE, M. (2000). Individual and Collective Activities in Educational Computer Game Playing. En <http://lchc.ucsd.edu/People/MCole/Activities.html>
- KAPPES, B.M. y THOMPSON, D.L. (1985). Biofeedback vs. video games: effects on impulsivity, locus of control and self-EFFICACY-concept with incarcerated juveniles. *Journal of Clinical Psychology*, 41 (5), 688-706.
- KEE, D.W. (1981). Implications of Hand Held Electronic Games and Microcomputers for Informal Learning. Comunicación presentada en el *National Institute of Education Conference* (Washington, DC, julio), ERIC, nº ED223242.
- KEEPERS, G.A. (1990). Pathological preoccupation with videogames. *Journal of the American Academy of Child Psychiatry*, 29 (1), 49-50.
- KELMM, B. (1995). Video-Game Violence. *Young Children*, July, 53-55.
- KENT, S.L. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon—The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. New York: Prima Publishing.
- KENNEDY, R.S., BITTNER, A. y JONES, M. (1981). Video-Game and Conventional Tracking. *Perceptual and Motor Skills*, 53, 310.
- KESTENBAUM, G.I. y WEINSTEIN, L. (1985). Personality, Psychopathology, and Developmental Issues in Male Adolescent Video Game Use. *Journal of the American Academy of Child Psychiatry*, 24 (3), 329-337.
- KIESLER, S.L., SPROULL, L. y ECCLES, S. (1983). Second Class Citizens. *Psychology Today*, 17, 3, 41-48.
- KINDER, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television and Video Games*. Los Angeles: University of California Press.
- KINDER, M. (1992). Playing with Power on Saturday Morning Television and on Home Video Games. *Quarterly Review of Film & Video*, 14 (1-2), 29-59.
- KIRSH, S. J. (1997). Seeing the world through "Mortal Kombat" colored glasses: Violent video games and hostile attribution bias. Poster presentado al Biennial *Meeting of the Society for Research in Child Development*, Washington, DC.
- KLEIN, M. (1984). The Bite of Pac-Man. *Journal of Psychohistory* 2 (3), 395-401.

- KOLKO, D.J. y RICKARD-FIGUEROA, J.L. (1985): Effects of Video Games on the Adverse Corollaries of Chemotherapy in Pediatric Oncology Patients: A Single-Case Analysis. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 53 (2), 223-228.
- KRAMER, M. (1989). The Next Nintendo "Game" May Be Brainchild of AT&T. *PC Week*, Luly, 24, 57.
- KRICHEVETS, A.N. y otros. (1995). Computer games as a means of movement rehabilitation. *Disability & Rehabilitation: An International Multidisciplinary Journal*, 17 (2), 100-105.
- KUBEY, C. (1982). *The Winners' Book of Video Games*. New York: Warner Books.
- KUBEY, R. y LARSON, R. (1990). The Use and Experience of the New Video Media Among Children and Young Adolescents. *Communication Research*, 17 (1), 107-130.
- KUCZMIERCZYK, A.R., WALLEY, P.B. y CALHOUN, K.S. (1987). Relaxation Training, In Vivo Exposure and Response-prevention in the Treatment of Compulsive Video-game Playing. *Scandinavian Journal of Behaviour Therapy*, 16, 185-190.
- KUHLMAN, J. y BEITEL, P. (1991). Videogame experience: a possible explanation for differences in anticipation of coincidence. *Perceptual and motor skills*. Apr 72 (2) 483-488.
- LARKIN, K.T., MANUCK, S.B. y KASPROWICZ, A.L. (1989). Heart Rate Feedback-Assisted Reduction in Cardiovascular Reactivity to a Videogame Challenge. *The Psychological Record*, 39, 365-371.
- LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós.
- LEVIS, D. (1998). Los videojuegos: cuando mirar también es hacer. *Comunicación y Pedagogía*, 152, 71-77.
- LICONA VEGA, A.L. y PICCOLOTTO CARVALHO, D. (2002). Los videojuegos en el contexto de las nuevas tecnologías: Relación entre las actividades lúdicas actuales, la conducta y el aprendizaje. *PíxeLETICIA-Bit*, 17.
- LICONA VEGA, A.L. y PICCOLOTTO CARVALHO, D. (2003). Algunas reflexiones sobre los videojuegos. (Consultado el 23 de noviembre de 2003) en <http://tecnologiaedu.us.es/edutec/paginas/19.html>
- LIEBERMAN, D.A., CHAFFEE, S.H. y ROBERTS, D.F. (1988). Computers, Mass Media, and Schooling: Functional Equivalence in Uses of New Media. *Social Science Computer Review*, 6 (1), 225-241.
- LIN S., LEPPER, M. R. (1987). Correlates of Children's Usage of Videogames and Computers. *Journal of Applied Social Psychology*, 17 (1), 72-93.
- LIVINGSTONE, S. y BOVILL, M. (1999). *Young people, New media*. Londres: London School of Economics and Political Science.
- LOFTUS, G.R. y LOFTUS, E.F. (1983). *Mind at Play. The Psychology of Video Games*. New York: Basic Books.
- LONG, S.M., LONG W.H. (1984). Rethinking Video Games. *The Futurist*, December, 35-37.
- LOWERY, B.R. y KNIRK, F.G. (1982-83). Micro-computer video games and spatial visualization acquisition. *Jornal Educational Technology Systems*, 11 (2), 155-166.
- MALDONADO A. (1999). Nuevos fenómenos lúdicos en la Adolescencia. *VI Congreso Nacional de Ludotecas*. AIJU: Valencia.
- MALES, M. (1999). *Framing Youth*. New York: Basic books.
- MALONE, T. (1981). Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction. *Cognitive Science*, 4, 333-369.

- MARAGLIANO, R.; MELAI, M. y QUADRIO, A. (2003). *Joystick. Pedagogía y videogame*. Milan: Disney Libri
- MARQUÈS (2000a). Videojuegos: Efectos psicológicos *Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil*, 2, 106-116.
- MARQUÈS (2000b). Las claves del éxito. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 55-58.
- MARQUÈS, P. (2003). *Los videojuegos y sus posibilidades educativas*. <http://dewey.uab.es/pmarques/pravj.htm#videojuegos> Consultado el 16 de junio de 2003.
- MARTÍ, E. (1986). Los juegos de simulación: cómo hacerlos, dónde conseguirlos. *Infancia y Aprendizaje*, 2, 34, 115-122.
- MARTÍN, A. y otros. (1995). *Actividades lúdicas. El juego, alternativa de ocio para jóvenes*. Madrid: Popular
- MAYOR, F. (1999). Discurso inaugural del Seminario Virtual UNESCO sobre Educación y Tecnologías de la Información. En M. LORENZO, J. A. ORTEGA Y E. CORCHÓN (Coords.). *Enfoques comparados en Organización y Dirección de Instituciones Educativas* (20-25). Granada: Grupo Editorial Universitario.
- McCLURE, R.F. (1985). Age and Video Game Playing. *Perceptual and Motor Skills*, 61, 285-286.
- McCLOURE, R.F. y MEARS, F. G. (1986). Videogame Players: Personality Characteristics and Demographic Variables. *Psychological Reports*, 55, 271-276.
- McCUTCHEON, L.E. y CAMPBELL, J.D. (1986). The impact of video game playing on academic performance at a community college. *Community/Junior College Quarterly*, 10, 59-63.
- McFARLANE, A.; PARROWHAWK, A. Y HEALD, Y (2002). Report on the educational use of games. En <http://www.teem.org.uk/>
- McMEEN, G.R. (1985). Video Game Violence in Computer Software/Courseware. *Educational Technology*, December, 21-22.
- MEGGS, P. (1992). Will video games devour the world? *Print*, 46, 24-33.
- MEHARABIAN, A. y WIXEN, W.J. (1986). Preferences for Individual Video Games as a Function of Their Emotional Effects on Players. *Journal of Applied Social Psychology*, 16 (1), 3-15.
- MIEDZIAN, M. (1991). *Chicos son, hombres serán*. Madrid: horas y HORAS.
- MISAWA, T., SHIGETA, S. y NOJIMA, S. (1991). Effects of Video Games on Visual Function in Children. *Nippon-Eiseigaku-Zashi*, 45 (6), 1029-1034.
- MITCHELL, E. (1985). The Dynamics of Family Interaction around Home Video Games. *Marriage and Family Review*, vol 8, 1-2, 121-135.
- MORLOCK, H., YANDO, T. y NIGOLEAN, K. (1985). Motivation of Video Games Player. *Psychological Reports*, 57, 247-250.
- MUÑOZ LUQUE, B. (2003). Mujer y poder: una relación transgresora. *Organización y Gestión Educativa*, 3, 8-14.
- NAWROCKI, L.H. y WINNER, J.L. (1983). Video Games: Instructional Potential and Classification. *Journal of Computer-Based Instruction*, 10 (3/4), 80-82.
- NELSON, T.M. y CARLSON, D.R. (1985). Determining Factors in Choice of Arcade Games and their Consequences upon Young Male Players. *Journal of Applied Social Psychology*, 15 (2), 124-139.
- NIETO, S. (2003). Juguetes: más sexistas, imposible. *La Crónica-El Mundo*, 424, 30 de noviembre, 12.

- NUSSBAUM, M. y otros. (1999). Diseño, desarrollo y evaluación de videojuegos portátiles educativos y autorregulados. *Ciencia al Día Internacional*, 3, (2), 1-20.
- OKAGAKI, L y FRENCH, P. (1994). Effects of video game playing on measures of spatial performance: gender effects in late adolescence. *Journal of Applied Development Psychology*. Jan-Mar 15 (1) 33-58.
- ORENSTEIN, P. (1995). *Schoolgirls: Young Women, Self-Esteem, and the Confidence Gap*. New York: Anchor.
- ORTEGA, J. A. (1996). *Alfabetización Visual y Desarrollo de la Inteligencia*. Granada: Fundación Educación y Futuro.
- ORTEGA, J. A. (1997). *Comunicación visual y Tecnología Educativa*. Granada: Grupo Editorial Universitario.
- ORTEGA, J.A. (2003). Análisis crítico de los valores que transmiten los videojuegos: Descubriendo su potencial seductor de naturaleza subliminal. (Consultado el 23 de noviembre de 2003) en http://www.u-gr.es/~sevimeco/biblioteca/tecnologias/documentos/Anlisis_valores_subliminales_videojuegos.doc
- ORTEGA, J. A. Y ROMERO J. F. (2001). Videojuegos, Violencia y Cultura de Paz. *El Faro de Melilla*, 4.
- PACALA y otros. (1995). Aging Game Improves Medical Students' Attitudes Toward Caring for Elders. *Gerontology & Geriatrics Education*, 15 (4), 45-57.
- PANELAS, T. (1983). Adolescents and Video Games. Consumption of Leisure and the Social Construction of the Peer Group. *Youth & Society*, 15 (1), 51-65.
- PELEGRINAM M. y TEJEIRO, R. (2002). Evaluación, mediante análisis ROC, de contenidos "potencialmente peligrosos" incluidos en los videojuegos. Comunicación presentada al II CONGRESO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE ENCUESTAS celebrado en Santiago de Compostela del 25 al 27 de septiembre.
- PÉREZ CHICA, M.A. y LÓPEZ ÁLVAREZ, J. (1993). Los videojuegos como nueva realidad social y cultural. *Infancia y Sociedad*, 20, 73-91.
- PÉREZ LATORRE, O. (2003). *K. en la Holocubierta. Notas sobre la Narrativa Interactiva a través de Half-ELIPE-Life*. (23 noviembre de 2003) en http://www.ia.upf.es/~berenguer/cursos/interact/treballs/perez_latorre/half_life.htm
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1997). Presentación. En LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas* (13-15). Barcelona: Paidós.
- PHILLIPS, C. A., ROLLS, S., ROUSE, ANDREW, & GRIFFITHS, MARK D. (1995). Home video game playing in schoolchildren: A study of incidence and patterns of play. *Journal of Adolescence*, 18(6), 687-691. EJ 519 525.
- PIFARRÉ, M. y RÚBIES, T. (1997). Nens, nenes i videojocs. *Perspectiva Escolar*, 220, 67-75.
- PIPHER, M. (1994). *Reviving Ophelia: Saving the Selves of Adolescent Girls*. New York: Putnam.
- PITA, X. (2003). Las flores del mal. Los antagonistas virtuales también hacen historia. *Game-Live PC*, 29, 27-31.
- PITA, X. (2004). Mujeres virtuales. Las heroínas de videojuegos evolucionan. *Game-Live PC*, 36, 28-31.
- PITZALIS, L. (2001). Los videojuegos en España. *Games Review*, <http://www.gamesreview.com/>
- PLAZA, R. (1995). Los Videojuegos. *Tribuna*, 399, sec. Dossier Tribuna de Actualidad, 47-54.
- PORTER, D.B. (1991). Computer games and cognitive processes: Two tasks, two modes, too much? *British Journal of Psychology*, 82, 343-357.

- POWERS, J. y BALL, T. (1983). Video Games to Augment Leisure Programming in a State Hospital Residence for Developmentally Disabled Clients. *Journal of Special Education Technology*, VI (1), 48-57.
- PROVENZO, E. (1991). *Video Kids: making sense of Nintendo*. Cambridge (Ms.): Harvard University Press.
- PROVENZO, E. (1992). The Video Generation. *American School Board Journal*, 179 (3), Mar, 29-32.
- PROVENZO, E. (2000). Los juegos de video y el surgimiento de los medios interactivos para los niños. En R. STEINBERG y J.L.
- KINCHELOE (comp). *Cultura infantil y multinacionales*. Madrid: Morata.
- PUGGELLI, F.C. (2003). I videogiochi e il processo di socializzazione. En MARAGLIANO, R.; MELAI, M. y QUADRIO, A. *Joystick. Pedagogia y videogame* (115-125). Milan: Disney Libri.
- RICCI, K.E. (1994). The Use of Computer-Based Videogams in knowledge Acquisition and Retention. *Journal of Interactive Instruction Development*, 17- 23.
- RICH, J. (1989a). Nintendo to Introduce Online Network. *Link-Up*, November-December 1, 1/24-26.
- RICH, J. (1989b). The Nintendo Link. A New Way to Play the Market?. *Barron's*, December 4, 56.
- RIDDICK, C.C., DROGIN, E.B. y SPECTOR, S.G. (1987). The Impact of Videogame Play on the Emotional States of Senior Center Participants. *The Gerontologist*, 27 (4), 425-427.
- ROE, K. y MUIJS, D. (1998). Children and Computer Games. A Profile of Heavy User. *European Journal of Communication*, 13(2), 181-200.
- ROSAS, R., NUSSBAUM, M., GRAU, V, LÓPEZ, X., SALINAS, M. FLORES, P., CORREA, M. y LAGOS, F. (2001). Más Allá de Mortal Kombat: Diseño y Evaluación de Videogames Educativos para Lenguaje y Matemáticas del Nivel Básico1. *PSYKHE*, (9), 2.
- ROZIN, P. y STOESS, C. (1993). Is there a general tendency to become addicted? *Addictive Behaviors*, 18, 81-87.
- RUSHBROOK, S. (1987). "Messages" of Video Games: Social Implications. (Tesis doctoral, University of California, 1986). *Dissertation Abstracts International*, 8621127.
- SALOMON, G (2000). It's not just the tool, but the educational rationale that counts. Keynote address presented at Ed-Media 2000, Montreal. En <http://construct.haifa.ac.il/~gsalomon/edMedia2000.html>
- SAKAMOTO, A. (1994). Videogame use and the development of socio-cognitive abilities in children: Three surveys of elementary school students. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 21-24.
- SAN JUAN, E. y REALES, L. (1995). De la consola al software lúdico. *La Vanguardia*, 11 marzo, sec. Ciencia y vida, 8-10.
- SAN MARTÍN, A (1995). *La escuela de las tecnologías*. Educación. Estudio 9. Valencia: Universidad de Valencia.
- SÁNCHEZ, P. (2003). Lara en miniatura. *El País* (Ciberp@aís). Jueves, 13 de noviembre, 12.
- SANGER, J. y otros. (1997). *Young children, videos and computer games*. Londres: Falmer.
- SANGER, J. (2000). Un recurso educativo. *Cuadernos de Pedagogía*, 291, 63-65.
- SANZ, D.; MAESO, G. y BORREGUERO, M. (2004). Los videojuegos. *Gaceta Universitaria de la Universidad de Valladolid*, 474, 8 de marzo, 1-13.
- SCHMITT, B.D. (1992): Is your child overdosing on video games?. *Contemporary Pediatrics*, February, 105-106.
- SCHUTTE, N., MALOUFF, J.M., POST-GORDEN J.C. y RODASTA, A.L. (1988). Effects of Playing Videogames on Children's Aggressive and Other Behaviors. *Journal of Applied Social Psychology*, 18 (5), 454-460.

- SEDLAK, R., DOYLE, M. y SCHLOSS, P. (1982). Video Games: A Training and Generalization Demonstration with Severely Retarded Adolescents. *Education and Training of the Mentally Retarded*, December, 332-336.
- SEGAL, K.R. y DIETZ, W.H. (1991). Physiologic Responses to Playing a Video Game. *AJDC*, 145, 1034-1036.
- SELNOW, G.W. (1984a). Playing Videogames: The Electronic Friend. *Journal of Communication*, 2, 148-156.
- SELNOW, G.W. (1984b). Some Uses and Gratifications of Arcade Video Game Playing. Comunicación presentada en el *Annual Meeting of the International Communication Association* (San Francisco, CA, May 24-28. ERIC, nº ED 248840.
- SEVILLANO, M^a Luisa. (1998). *Nuevas tecnologías, medios de comunicación y educación – Formación inicial y permanente del profesorado*. Madrid: CC.
- SHAO, M., DUNKIN, A. y COLE, P. (1989). There's a Rumble in the Video Arcade. *Business Week*, 20, 37.
- SHAPIRO, L. (1983). Arcades. What are children learning from video games? *Popular Computing*, February, 121-124.
- SHEFF, D. (1999). *Game over*. Boston: GamePress.
- SHIMAI, K.; MASUDA, Y. y KISHIMOTO, M. (1990). Influences of TV games on physical and psychological development of Japanese kindergarten children. *Perceptual and motor skills*. Jun 70 (3) 771-776.
- SHUTTE, N.; y otros. (1988). Effets of playing videogames on childrens's aggressive and other behavior. *Journal of applied social psychology*. 18, (5) 454-460.
- SILVERN, S.B. (1985-86). Classroom Use of Video Games. *Educational Research Quarterly*, 10 (1), 10-16.
- SILVER, S.B., LANG, M.K. y WILLIAMSON, P.A. (1987). Social Impact of Video Game Play. En G.A. FINE (Ed.). *Meaningful Play, Playful Meaning*. Champaign IL: Human Kinetics.
- SILVER, S.B. y WILLIAMSON, P.A. (1987). The Effects of Videogame Play in Young Children's Aggression, Fantasy and Prosocial Behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 8, 453-462.
- SILVERN, S. B. (1985-86). Classroom Use of Video Games. *Educational Research Quarterly*, 10 (1), 10-16
- SLAFSKY, T. (1990). The perils and promise of video adventuring. *U.S. News & World Report*, July 16, 56-57.
- SNEED, C. y RUNCO, M.A. (1992). The Beliefs Adults and Children Hold about Television and Video Games. *Journal of Psychology*, 126, (3), 273-284.
- SPENCE, S.A. (1993). Nintendo hallucinations: a new phenomenological entity. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 10 (2), 98-99.
- STRASBURGER, V. y otros (1993). Adolescents and the media. *Adolescents-Medecine: State of the Art Reviews*. 3 (4) oct.
- SUBRAHMANYAM, K. y GREENFIELD, P.M. (1994). Effect of Video Game Practice on Spatial Skills in Girls and Boys. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 15, 13-32.
- SUBRAHAMANYAM, K. y GREENFIELD, P.M. (1998). Computer Games for Girls: What Makes Them Play? En Cassell y Jenkins. *From Barbie to Mortal Kombat: gender and computer games* (46-67). Cambridge: MIT Press.
- SUOTO, A. y MARTÍNEZ, J.A. (1993). La cultura de los videojuegos. *Nuestro Tiempo*, marzo, 38-53.
- TERRÓN BAÑUELOS, E., DÍEZ GUTIÉRREZ, E.J. y ROJO, J. (2001). Las organizaciones violentas y sus mecanismos de seducción: el caso de los videojuegos. *Educación y Medios*, 15, 27-34.

- THOMPSON, K.J. (1993). Video game induced generalised epileptic convulsion. *New Zealand Medical Journal*, 10 March, 88.
- TOLES, T. (1985). Video Games and American Military Ideology. En V. Mosco y Wasko, J., *The Critical Communications Review (vol. III): Popular Culture and Media Events* (207-223). Norwood: Ablex.
- TRINKAUS, J.W. (1983). Arcade Video Games: An informal look. *Psychological Reports*, 52, 586.
- TURKLE, S. (1984). *The Second Self: Computers and the human spirit*. New York: Simon & Schuster (trad. Cast.: *El segundo yo. Las computadoras y el espíritu humano*. Buenos Aires: Galápago, 1984).
- TURKLE, S. (1997). *La vida en la pantalla*. Barcelona: Píados.
- TUYA, M. (2000) Mujeres y tecnología, atracción fatal. En *Baquia.com* (02/06/2000) <http://www.baquia.com/com/legacy/13764.html> (14/01/02)
- URBINA RAMÍREZ, S., RIERA FORTEZA, B., ORTEGO HERNANDO, J.L. y GIBERT MARTORELL, S. (2002). El rol de la figura femenina en los videojuegos. *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 15.
- WARD GAILEY, Ch. (1993). Mediated Messages: Gender, Class, and Cosmos in Home Video Games. *Journal of Popular Culture*, 27 (1), 81-97.
- WEIGMAN, O. y SCHIE, G.M. (1998). Video game playing and its relations with aggressive and prosocial behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 37, 367-378.
- WEISMAN, S. (1983). Computer Games for the Frail Elderly. *The Gerontologist*, 23 (4), 361-363.
- WHITE, B.Y. (1984). Designing Computer Games to Help Physics Students Understand Newton's Laws of Motion. *Cognition and Instruction*, 1 (1), 69-108
- WHITLEY, B.E. (1997). Gender differences in computer-related attitudes and behaviour: a meta-analysis. *Computers in Human behavior*, vol 13, 1, 23-45.
- WILDER, G., MACKEI, D. y COOPER, J. (1985). Gender and Computer: Two surveys of computer-related attitudes. *Sex Roles*, 13 (3/4), 215-228.
- WINKEL, M., DAWN, M.N. y HOPSON, H. (1987). Personality Factors, Subject Gender, and the Effects of Aggressive Video Games on Aggression in Adolescents. *Journal of Research in Personality*, 21, 211-223.

la  diferencia
sexual

en el análisis de los videojuegos



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

INSTITUTO
DE LA MUJER

www.mtas.es/mujer



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN
Y CIENCIA

Consejo
Investigación y
Innovación Educativa
cide

www.mec.es/cide