

Machismo: en busca del *game over*. Representaciones de género en los videojuegos más populares de Costa Rica

Margarita Salas Guzmán¹

Resumen. Frente a la creciente importancia que tienen los videojuegos en el uso del tiempo libre, quienes buscamos la deconstrucción de los estereotipos de género en favor del reconocimiento de la igualdad de oportunidades y derechos entre las personas, nos preguntamos ¿cuáles son los roles y representaciones de género que están modelando los juegos de video?

El presente artículo de investigación busca dar cuenta de la realidad costarricense, de las representaciones de género presentes en los videojuegos más populares de Costa Rica. Para ello, se realizó un análisis de contenido de los cuatro juegos más populares de role playing en el país, utilizados en los sistemas operativos de dispositivos móviles de mayor penetración en el país: Android y Apple.

Palabras clave: Género; Representaciones Sociales; Juegos de Video; Análisis de Contenido.

[en] Sexism: in search of the Game Over. Gender representations in the most popular video games in Costa Rica

Abstract. In lieu of the growing relevance videogames have in how we spend our time off, those of us who seek de-constructing gender stereotypes in the direction of recognizing equal rights and opportunities for all, ask ourselves: which gender roles and representations are video games modeling? This paper aims to assess the Costarrican reality related to the gender representations in the most popular videogames in Costa Rica. It develops an analysis of the content of the four most popular role-playing video games used through the mobile systems which have the largest penetration in the country: Android and Apple.

Keywords: Gender; Social Representations; Video games; Content Analysis.

Sumario. 1. Introducción. 2. Teoría del cultivo, cognición y feminismo. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Los cuatro videojuegos descargables más populares en Costa Rica. 4.1.1. Arctic Sniper Team: Combat Demolition Unit. 4.1.2. Doggy Dog World. 4.1.3. Episode: Choose Your Story. 4.1.4. Star Wars: Galaxy of Heroes. 4.2. Wonder city. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía

Cómo citar: Salas Guzmán, M. (2018). Machismo: en busca del *game over*. Representaciones de género en los videojuegos más populares de Costa Rica. *Revista Comunicación y género*, 1 (1) 2018, 97-111.

1. Introducción

El uso de computadoras, tabletas y celulares inteligentes ha crecido exponencialmente, y es un crecimiento no solo en números sino en funciones que desempeñan en

¹ Universidad Costa Rica
margarita.salasguzman@ucr.ac.cr

las vidas cotidianas de las personas. Cada vez más utilizamos nuestros dispositivos digitales, no solo para trabajar, sino también para entretenernos. Según datos de la Encuesta Nacional de Cultura (Ministerio de Cultura y Juventud, 2014), en Costa Rica un 45.8% de la población reportó jugar en la computadora o el celular como una de las actividades lúdicas que había realizado en los últimos 12 meses.

Frente a la creciente importancia que tienen los videojuegos en el uso del tiempo libre, quienes buscamos la deconstrucción de los estereotipos de género en favor del reconocimiento de la igualdad de oportunidades y derechos entre las personas, nos preguntamos ¿cuáles son los roles y representaciones de género que están modelando los juegos de video? ¿Existe una oportunidad de aprovechar esta forma de entretenimiento para construir referentes más plurales y menos estereotipados?

El primer videojuego con una mujer como protagonista surgió en 1996, *Tomb Raider*, liderado por el popular personaje de *Lara Croft*, y se convirtió en uno de los videojuegos más populares de la historia. ¿Significa esto que sobrepasamos las barreras del género y un amplio público abrazó con alegría la presencia de una líder femenina fuerte? Según Mikula (2003) la respuesta correcta es: depende. En su investigación, la autora rastrea importantes diferencias en la percepción de *Lara Croft* cuando son mujeres quienes juegan *Tomb Raider* versus cuando son hombres. Las chicas reportan una identificación fuerte con un personaje que consideran un referente de fuerza, agilidad, un personaje con quien todos los hombres quieren estar y todas las mujeres quisieran ser. En el caso de los jugadores, la experiencia que reportan no es de identificación con el personaje femenino, sino de manipulación del mismo: es decir, ellos visualizan a *Lara Croft* como un objeto más que pueden manipular en el juego, lo cual les permite tener control sobre una mujer fuerte e hipersexualizada. En este sentido, las experiencias desde las usuarias y usuarios indican que falta mucho camino por recorrer.

También existe investigación sobre las representaciones de género de los personajes que aparecen en los videojuegos más populares. Uno de los estudios icónicos en esta rama es el trabajo de Williams, Martins, Consalvo e Ivory (2009) quienes realizan un importante barrido de los 150 juegos más populares en Estados Unidos, en las diferentes plataformas: *Playstation*, *Nintendo*, *Xbox*, etc. A partir del análisis de contenido, confirman una sobrerrepresentación de personajes masculinos, blancos y jóvenes, en relación a las estadísticas poblacionales del país.

La industria de los juegos de video no ha mostrado interés en diversificar el tipo de personajes presentes en sus productos. No obstante, Kondrat (2015) aplicó una encuesta a 234 jugadores y jugadoras de videos (78% varones) y encontró que a las y los *gamers* les gustaría desear que mejore cuantitativa y cualitativamente la presencia y representación de personajes femeninos en los juegos, porque consideran que actualmente son muy estereotipados. Uno de los factores que contribuye al problema, es la ausencia de profesionales con estudios de género trabajando en la industria de los videojuegos.

Quizá se pregunte usted ¿cuál es la importancia de que aparezcan más o menos personajes femeninos en los juegos de video? ¿Cuánta influencia puede tener un juego de video en las construcción de roles de género de las personas? En una sociedad con presencia constante de estimulación visual, la construcción de los roles de género está profundamente signada por las imágenes que consumimos, entre ellas, las de los juegos de video.

2. Teoría del cultivo, cognición y feminismo

La Teoría del Cultivo plantea que el mundo mediático ejerce una amplia fuerza gravitacional sobre quien consume el medio, acercando su visión de mundo a las representaciones simbólicas televisadas. (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1994). Esto quiere decir que, a pesar de que partamos de visiones de mundo divergentes, por vía de la globalización mediática, cada día las visiones de mundo de quienes consumimos los mismos medios, van convergiendo. No se trata de una influencia mecánica, producto de la ausencia de posturas críticas frente a la realidad. Lo que sucede, es una influencia a nivel cognitivo, que no atraviesa por el registro de lo racional.

Price y Tewksbury (1997) precisan aún más en los mecanismos cognitivos por medio de los cuales esta influencia ocurre y plantean que ver (o en este caso) jugar con un medio desarrolla objetos, constructos mentales en el acervo de los conocimientos.

Los autores plantean que las imágenes que las personas ven o con las que juegan de forma reiterada, son objetos más fácilmente disponibles para la memoria y por ende son los constructos que suelen utilizar cuando necesitan recordar información sobre determinado objeto social. En este sentido, la sub-representación de un grupo poblacional en los juegos de video, por ejemplo, las mujeres o las personas indígenas, hace que quienes jueguen tiendan a reforzar un imaginario donde solo los hombres blancos son sujetos activos.

El problema de que haya sobrerrepresentación de un género en los imaginarios sociales, es que crea desigualdad y violencia contra los géneros que se encuentran sub-representados. Desde una perspectiva feminista, se plantean el género como una categoría que da cuenta del proceso social por medio del cual se asigna a determinado grupo de personas un conjunto de características, comportamientos y expectativas según los caracteres sexuales secundarios visibles al momento de nacer. Tal como plantean Menéndez y Fernández (2015):

“Es un hecho que la organización social en la que vivimos provee espacios, tareas y roles distintos y jerarquizados a hombres y mujeres; diferencias que se aprenden en el proceso de socialización. (...) Es decir, masculinidad y feminidad, ser hombre o ser mujer, constituyen construcciones históricas, económicas, sociales y psíquicas”. (p. 202)

Es fundamental comprender que no se trata de características fluidas, por el contrario, se trata de roles rígidos, cuya transgresión conlleva sanciones sociales a diferentes niveles, que incluyen desde mecanismos de presión grupal comunitaria hasta sanciones legales e inclusive penas de muerte. Esto se agrava en tanto los roles de género, además de ser impuestos, son jerarquizados, porque aquello que se asocia con lo masculino es considerado superior y socialmente más valorado.

Los roles de género están además contruidos desde la oposición binaria hombre-mujer, como categorías discretas, a pesar de que la ciencia ha confirmado abundantemente que en materia de sexualidad la biología humana presenta una diversidad que solo puede ser adecuadamente descrita como un continuum. Esto tiene como consecuencia que los roles de género sean absolutamente excluyentes de cualquier orientación sexual que no sea la heterosexualidad y de cualquier identidad de género que no sea cisgénero².

² Cisgénero: Cuando la identidad de género de la persona corresponde con el sexo asignado al nacer. El prefijo “cis” es antónimo del prefijo “trans”. <http://www.oas.org/es/cidh/multimedia/2015/violencia-lgbti/terminologia-lgbti.html>.

Es fundamental luchar contra los estereotipos de género, porque producen relaciones de poder desiguales, y menos acceso a oportunidades para quienes tienen menos poder en esta jerarquización social: las mujeres y las personas transgénero. (Marinova, 2003)

3. Metodología

El presente artículo de investigación busca dar cuenta de la realidad costarricense, de las representaciones de género presentes en los videojuegos de descarga más populares de Costa Rica. Para ello, se realizará un análisis de contenido de los 4 juegos más populares de *Role Playing* en el país, a partir de la información disponible sobre descargas de videojuegos gratuitos y pagos, durante los últimos 6 meses (Octubre 2015 a Marzo 2016) en las plataformas *Google Play* y *Apple Store*. Se escogieron estas dos plataformas debido a que se utilizan en los sistemas operativos de dispositivos móviles de mayor penetración en el país: *Android* y *Apple*.

Para determinar cuáles videojuegos gratuitos han sido más descargados en Costa Rica, se tomará la información del país disponible en el servicio de datos analíticos e inteligencia de mercado *App Annie* (www.appannie.com), que compila información permite organizar los datos por plataforma de descarga (iOS, Google Play, Amazon), país, categoría y presencia/ausencia de pago. Se tomarán los datos de la primera semana de cada mes, durante los últimos 6 meses y se construirá una tabla que permita determinar cuál fue el videojuego más popular en cada plataforma, asignando 1 punto por cada día que el videojuego alcanzó el primer lugar.

Para efectos de la presente investigación, se analizarán las descargas gratuitas y pagas en la categoría juegos y subcategoría *role-playing* debido a que garantiza la presencia de personajes, en contraste con juegos en los que únicamente existen objetos inanimados. Una vez identificados los 4 videojuegos de *role-playing* más populares, se realizará un análisis de contenido de los mismos para establecer:

- Presencia/ausencia de hombres, mujeres y personas trans como personajes.
- Características físicas y comportamentales asociadas a los personajes.
- Roles principales y secundarios.

Finalmente, también se realizará un análisis de contenido de *Wonder City*, un videojuego de *Games For Change*, dirigido explícitamente a promover mayor igualdad de género. Este análisis se utilizará como un punto de comparación y contraste con los hallazgos de los 4 videojuegos comerciales.

4. Resultados

4.1. Los cuatro videojuegos descargables más populares en Costa Rica

Los dos videojuegos de descarga gratuita más populares en las plataformas *iOS* y *Google Play* para Costa Rica son *Artic Sniper* y *Doggy Dog World*, los cuales ocuparon el primer lugar en 30 de 42 días y 36 de 42 días, respectivamente (Ver Tabla 1). En las descargas pagas, hubo mayor variabilidad en los juegos que ocupaban el primer lugar en diferentes días, no obstante, los dos juegos predilectos fueron *Epi-*

sode: choose your story —9 de 42 días— y *Star Wars: Galaxy of Heroes* —11 de 42 días— (Ver Tabla 2).

4.1.1. Arctic Sniper Team: Combat Demolition Unit

Se trata de un juego de tiro al blanco, en un escenario de combate; quien está jugando tiene la perspectiva de estar detrás de una pistola desde la cual debe dispararle a sus oponentes, vestidos de fatiga, que aparecen en las ventanas y puertas del edificio al frente suyo. En términos de interacción, pese a estar caracterizado como un juego de *roleplaying*, realmente no hay desarrollo de los personajes y la única interacción posible entre los mismos es dispararse.

Todos los personajes que aparecen son masculinos y a partir de la pantalla de entrada, pareciera que el juego está destinado también a una audiencia que busque identificarse con la masculinidad hegemónica, dado el uso de elementos tradicionalmente dirigidos a dicho segmento de mercado: símbolos de combate, la paleta de colores (azul, negro, gris) y la presencia de una música acelerada, estilo metal, que suena a alto volumen a lo largo de todo el juego. [Fig. 1.1 y 1.2].



[Fig.1.1] Arctic Sniper Team: Combat Demolition Unit.



[Fig.1.2] Arctic Sniper Team: Combat Demolition Unit.



[Fig.1.3] Arctic Sniper Team: Combat Demolition Unit.

No hay ninguna historia o explicación de por qué los personajes se encuentran allí o se están disparando. De hecho, si el jugador o jugadora no comienza a disparar inmediatamente, pierde el juego porque le disparan en la cabeza. Los únicos elementos que permiten entender la situación son el título del juego (*Arctic Sniper: Francotirador del Ártico*) y el hecho de que aparece una mira de apuntar en la pantalla. Independientemente del puntaje alcanzado, la pantalla final indica el mensaje: Tienes que entrenar más duro. [Fig. 1.3].

4.1.2. Doggy Dog World

Este fue el juego de descarga gratuita más popular en Google Play para Costa Rica en los últimos 6 meses. El personaje principal del juego es un perro, que corre por la ciudad destrozando todo lo que se encuentre a su paso, incluidos los elementos que indique la misión: señales de tránsito, cercas, etc. Cuando inicia, quien lo juega debe elegir entre 3 perros, los cuales se presentan ladrando de forma agresiva. [Fig. 2.1].

La vista del juego simula que quien juega es el perro, y recibe puntos por los diferentes elementos que destruye. Hay personajes humanos, hombres y mujeres, pero no tienen nombres ni diálogos. Cuando el perro embiste a un hombre, este se cae y el perro le indica en una voz ronca que se quite del camino. Cuando el perro embiste a una mujer esta estalla en pedazos sangrientos. Quien juega recibe más puntos si el perro embiste mujeres que si embiste hombres. [Fig. 2.2].

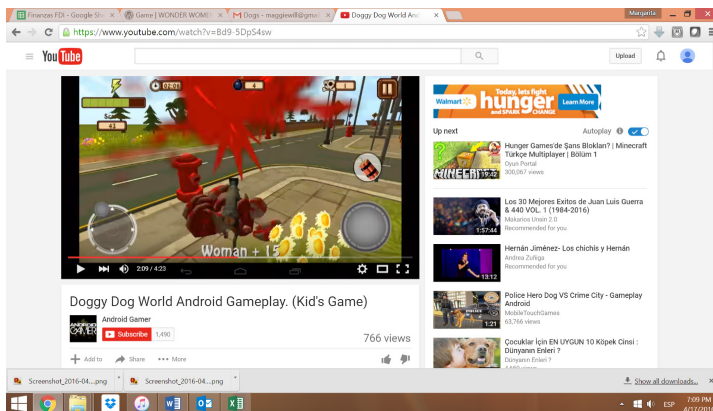
En general el personaje del perro es agresivo e invencible, en tanto es capaz de atravesar muros de ladrillos y destruir elementos que en la vida real detendrían el paso de cualquier perro. Al igual que en el juego anterior, para tratarse de un juego de *roleplaying*, no media ninguna historia que explique por qué el perro corre por la ciudad o destruye los elementos que destruye. [Fig. 2.3].



[Fig. 2.1] Doggy Dog World



[Fig. 2.2] Doggy Dog World

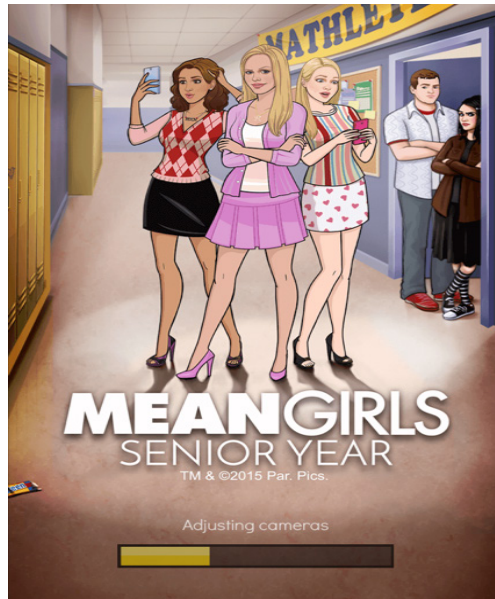


[Fig. 2.3] Doggy Dog World

4.1.3. Episode: Choose Your Story

Este fue el videojuego descargable pago más popular en iOS durante los últimos 6 meses en Costa Rica. Se trata de un juego clásico de *roleplaying* en el cual se desarrolla una historia y la protagonista (que es una mujer) debe ir tomando decisiones que le van dando forma a la historia.

En este caso la trama está inspirada en una película que es un referente de la cultura pop estadounidense: *Mean Girls* y cuyo argumento está centrado en cómo las mujeres compiten unas con otras por la popularidad en un colegio. [Fig. 3.1]



[Fig. 3.1] Episode: choose your story

La primera decisión que debe tomar quien juega *Episode* es cuál va a ser el nombre y apariencia de su avatar en el juego. Se pueden escoger varias características (el largo del pelo, el color de piel de la protagonista, el ancho de la nariz), pero se trata siempre de una mujer delgada y se brindan puntos extra si al elegir su ropa se escoge en tonos de rosado. [Fig. 3.2].

También se reproducen estereotipos de género en la relación entre hombres y mujeres, si bien las protagonistas son mujeres, sus conversaciones están centradas en torno a sus novios actuales o potenciales, así como la importancia de llamar su atención. Asimismo, hay presencia de elementos de control del cuerpo, en voces como la madre, que le preguntan antes de salir al colegio si la falda que tiene puesta no será muy corta. [Fig. 3.3].



[Fig. 3.2] Episode: choose your story



[Fig. 3.3] Episode: choose your story

4.1.4. Star Wars: Galaxy of Heroes

Este juego de pago por descarga disponible en Google Play está inspirado en la trama de la célebre saga de George Lucas: *Star Wars*, una aventura en el espacio en la cual se dan luchas armadas contra diferentes personajes en diversos planetas. El juego reproduce la ausencia de mujeres como personajes principales, tal como se muestra en la portada, solamente hay 1 personaje femenino, secundario, frente a 12 masculinos. El juego coloca una figura femenina al inicio para recibir a quien juega y funcionar como narración omnipresente a lo largo del juego [Fig. 4.1].

Es interesante que no se trata de un juego en primer plano, sino que quien juega mantiene una perspectiva de vista de pájaro, desde donde observa los movimientos de los personajes que controla, así como de sus contrincantes. Esta perspectiva produce una sensación de menor involucramiento que la que se tiene desde un primer plano. No hay diálogos entre los personajes, únicamente entre la persona que está jugando y el personaje de la narradora que acompaña y brinda instrucciones a lo largo del juego [Fig. 4.2], La única otra interacción que se da son las batallas, en ese sentido, los personajes solamente interactúan de forma violenta, cuando se disparan o atacan con espadas.



[Fig. 4.1] Star Wars: Galaxy of Heroes



[Fig. 4.2] Star Wars: Galaxy of Heroes



[Fig. 4.3] Star Wars: Galaxy of Heroes

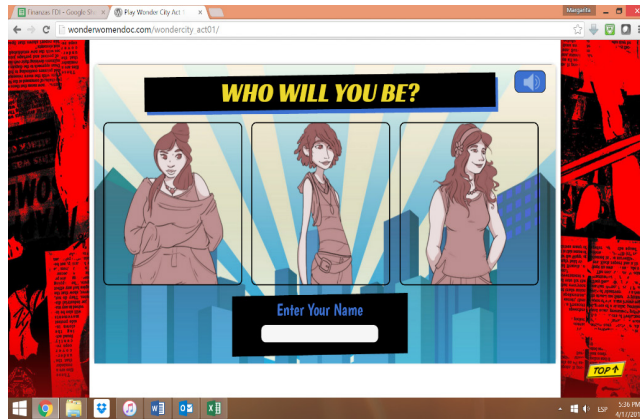
4.2. Wonder City

Este juego no es parte de los más populares descargables, se trata de un juego desarrollado en el marco de la iniciativa *Games for Change*, fundada en el año 2004, que facilita la creación y distribución de juegos de impacto social, como una herramienta crítica para los esfuerzos educativos y humanitarios. *Wonder City* está dirigido a mujeres adolescentes, entre 8-13 años de edad, con el objetivo de fortalecer la exploración de la identidad propia y la reflexión sobre el tipo de poder que se quiere ejercer, usando la metáfora de las heroínas, por medio de un juego de *role-playing* e historietas.

La primera tarea consiste en establecer la imagen que se quiere utilizar como avatar en el juego, y desde aquí se comienzan a notar las diferencias, en tanto la jugadora puede escoger entre tres tallas diferentes y no se trata de figuras femeninas hipersexualizadas [Fig. 5.1]. Asimismo, es posible escoger diferentes largos de cabello y colores de ropa, sin que medien “premios” por la elección de unos colores sobre otros [Fig. 5.2].



[Fig. 5.1] Wonder City



[Fig. 5.2] Wonder City

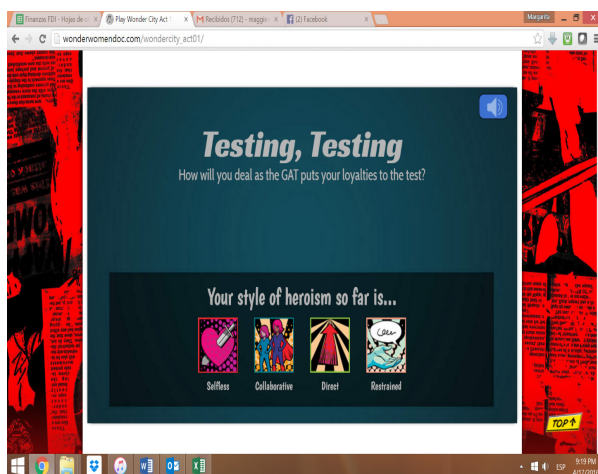
Conforme la historia se va desarrollando, la jugadora realiza elecciones que van determinando la dirección de la historia. La historia de *Wonder City* está centrada en sus protagonistas femeninas; hay abundancia de interacciones positivas entre mujeres (compañeras de clase, docente-estudiantes) así como conflictos, pero no se presupone ni modela una relación de competencia. Asimismo, hay relaciones de amistad con los personajes masculinos, no únicamente de atracción física [Fig. 5.3]. Las preocupaciones de las protagonistas no están únicamente centradas en lo afectivo-romántico, sino que también incluyen su desempeño académico y su desarrollo personal.

Cada cierta cantidad de historias, el juego genera una pantalla que tiene el objetivo de brindar a la jugadora una oportunidad para reflexionar sobre diferentes estilos de liderazgo y ejercicio del poder que está teniendo su personaje, según las decisiones que ha venido tomando en el juego [Fig. 5.4].

Otro de los elementos que el juego presenta es la presencia de personajes con expresiones de género más diversas, como el personaje de Jamie, un nombre abreviado que puede ser utilizado tanto por hombres como por mujeres, y cuya apariencia física tiende a ser andrógina.



[Fig. 5.3] Wonder City



[Fig. 5.4] Wonder City

5. Conclusiones

A partir del análisis de los juegos de video de descarga más populares en Costa Rica, resulta preocupante confirmar que en ese nuevo medio de entretenimiento también se promueven y sostienen patrones de género muy estereotipados. A pesar de que se trata de juegos de *role-playing*, en tres de los cuatro casos la única forma de interacción entre personajes es la violencia física. Desde la perspectiva de Teoría de Cultivo, es alarmante que aquellos juegos que son mercadeados para una audiencia masculina o presuponen un jugador hombre del otro lado de la consola, son juegos que colocan al participante en siempre en una situación de batalla, fomentando la belicosidad y la confrontación como mecanismo privilegiado de relación con el entorno.

Asimismo, el único juego que goza de alta popularidad, *Episode*, está claramente dirigido a mujeres adolescentes y refuerza y naturaliza los estereotipos de género que más limitan el desarrollo de las mujeres jóvenes: las mujeres siempre se pelean entre ellas, lo más importante es la atención de los hombres. También resulta interesante que los juegos dirigidos a las mujeres coloquen tanta atención en la creación de un avatar corporizado. Esta es un área donde nuevamente se reflejan las diferencias de género, en tanto el cuerpo de los personajes masculinos no está nunca en discusión. Ninguno de los juegos de batalla inicia preguntándole al jugador de qué color quiere tener el pelo o la ropa que va a utilizar. Por esta vía también se envía un mensaje diferenciado a los hombres de a las mujeres, enfatizando que lo importante es lo que haces, en el caso de los primeros, versus lo importante es cómo te ves, en el caso de las segundas.

¿Es imposible construir un videojuego que promueva roles de género más diversificados? De ninguna manera, y *Wonder City* es un buen ejemplo de cómo es posible replicar la experiencia de juego de *roleplaying*, inclusive desde el mismo escenario de narrativa centrada en la secundaria, pero con papeles e interrogantes muy diferentes.

¿Qué se necesita para poder avanzar en esa dirección? Lo primero indudablemente es desnaturalizar las expectativas sociales en torno a los roles de género, y hacer el

ejercicio consciente, como profesionales en comunicación y producción audiovisual, de pensar cuáles estereotipos estamos perpetuando. No hay que desaprovechar la oportunidad de utilizar el entretenimiento y los juegos de video en la transformación de los estereotipos de género en Costa Rica. En ese sentido, la Universidad de Costa Rica tiene una responsabilidad central, tanto en la formación de profesionales que estarán diseñando videojuegos en el futuro, como en la investigación rigurosa para dar cuenta de la evolución de este campo mediático y su influencia en las nuevas generaciones.

6. Bibliografía

- Effects: Advances in Theory and Research, pp. 17-41. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G., Gross, Morgan, M., y Signorielli, N. (1994) 'Growing Up with Television: The Cultivation Perspective', in J. Bryant and D. Zillman (eds) *Media*
- Marinova, J. (2003). *Gender Stereotypes and the Socialization Process. The role of men and boys in achieving gender equality.* Brasilia, Brazil: United Nations Division for the Advancement of Women. <http://www.un.org/womenwatch/daw/egm/men-boys2003/EP3-Marinova.pdf>
- Menéndez, M.I. y Fernández, M. (2015) (Re)definición de los roles de género en la cultura popular. El caso de *The Hunger Games*. En *Papers: revista de sociología*, Vol.100(2), pp.195-210. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.2096>
- Ministerio de Cultura y Juventud (2014) *Encuesta Nacional de Cultura 2013: principales resultados.* Unidad de Cultura y Economía; 1ª. Edición. San José: El Ministerio, Publiart. http://cuentasatelitecultura.go.cr/segundo_libro_encuesta/#/4
- Mikula, M. (2003) *Gender and videogames: The political valency of Lara Croft*, Continuum, Vol. 17, No. 1, pp. 79-87 <http://dx.doi.org/10.1080/1030431022000049038>
- Price, V. y Tewksbury, D. (1997) *News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing.* En G. Barnett and F. Boster (eds) *Progress in the Communication Sciences* Vol. 13, pp. 173-212. New York: Ablex.
- Williams, D., Martins, N., Consalvo, M. y Ivory, J. (2009) *The virtual census: representations of gender, race and age in video games.* In *New Media & Society*, Vol 11, No. 5, pp.815-834. DOI: 10.1177/1461444809105354
- Wonder City: <http://wonderwomendoc.com/game/>

ANEXOS

Tabla 1. Videojuegos más populares, de descarga gratuita, para iOS y Google Play en Costa Rica

iOs				Google Play			
Fecha	Nombre						
1-Oct	Artic sniper	1-Jan	A Jungle Warfare	1-Oct	Kids doctor game	1-Jan	Doggy dog world
2-Oct	Artic sniper	2-Jan	artic sniper	2-Oct	Doggy dog world	2-Jan	Doggy dog world
3-Oct	Artic sniper	3-Jan	artic sniper	3-Oct	Doggy dog world	3-Jan	Doggy dog world
4-Oct	Artic sniper	4-Jan	Artic sniper	4-Oct	Doggy dog world	4-Jan	Doggy dog world
5-Oct	Artic sniper	5-Jan	Artic sniper	5-Oct	Doggy dog world	5-Jan	Doggy dog world
6-Oct	Artic sniper	6-Jan	Artic sniper	6-Oct	Doggy dog world	6-Jan	Doggy dog world
7-Oct	Artic sniper	7-Jan	Artic sniper	7-Oct	Doggy dog world	7-Jan	Doggy dog world
1-Nov	A Jungle Warfare	1-Feb	Artic sniper	1-Nov	Doggy dog world	1-Feb	Doggy dog world
2-Nov	Artic sniper	2-Feb	Cute Surfing Girl	2-Nov	Doggy dog world	2-Feb	Doggy dog world
3-Nov	Pou Dentist	3-Feb	Artic sniper	3-Nov	Doggy dog world	3-Feb	Doggy dog world
4-Nov	Artic sniper	4-Feb	Artic sniper	4-Nov	Doggy dog world	4-Feb	Doggy dog world
5-Nov	Fallout pip-boy	5-Feb	Pasta maker	5-Nov	Doggy dog world	5-Feb	Doggy dog world
6-Nov	Artic sniper	6-Feb	Pasta maker	6-Nov	Fallout pip-boy	6-Feb	Doggy dog world
7-Nov	Artic sniper	7-Feb	Artic sniper	7-Nov	Fallout pip-boy	7-Feb	Doggy dog world
1-Dec	Escaping the Prison	1-Mar	Dress up beauty	1-Dec	Doggy dog world	1-Mar	Doggy dog world
2-Dec	Artic sniper	2-Mar	Dress up beauty	2-Dec	Doggy dog world	2-Mar	Doggy dog world
3-Dec	Artic sniper	3-Mar	Artic sniper	3-Dec	Doggy dog world	3-Mar	Doggy dog world
4-Dec	Artic sniper	4-Mar	Artic sniper	4-Dec	Doggy dog world	4-Mar	Doggy dog world
5-Dec	Artic sniper	5-Mar	Artic sniper	5-Dec	Doggy dog world	5-Mar	Kids doctor game
6-Dec	Artic sniper	6-Mar	Dress Up Games	6-Dec	Doggy dog world	6-Mar	Kids doctor game
7-Dec	Artic sniper	7-Mar	Dress Up Games	7-Dec	Doggy dog world	7-Mar	Kids doctor game
	Artic Sniper	30/42			Doggy dog world	36/42	

Fuente: Elaboración Propia, a partir de datos tomados de www.appannie.com

Tabla 2. Videojuegos más populares, de descarga paga, para iOS y Google Play en Costa Rica

iOs				PAGO				Google Play			
Fecha	Nombre										
1-Oct	The Walking Dead: road to	1-Jan	Mobile strike	1-Oct	Tattoo Maker	1-Jan	Star wars: galaxy of heroes				
2-Oct	Combo Quest	2-Jan	Mobile strike	2-Oct	Tattoo Maker	2-Jan	Star wars: galaxy of heroes				
3-Oct	Combo Quest	3-Jan	Mobile strike	3-Oct	Tattoo Maker	3-Jan	Star wars: galaxy of heroes				
4-Oct	The Walking Dead: road to	4-Jan	Mobile strike	4-Oct	Tattoo Maker	4-Jan	Star wars: galaxy of heroes				
5-Oct	The Walking Dead: road to	5-Jan	Mobile strike	5-Oct	Tattoo Maker	5-Jan	Marvel:future fight				
6-Oct	Combo Quest	6-Jan	Clash of Kings	6-Oct	Tattoo Maker	6-Jan	Marvel:future fight				
7-Oct	Combo Quest	7-Jan	Clash of Kings	7-Oct	Tattoo Maker	7-Jan	Marvel:future fight				
1-Nov	The Walking Dead: no ma	1-Feb	Sandstorm	1-Nov	Tattoo Maker	1-Feb	The Walking Dead: road to survival				
2-Nov	The Walking Dead: no ma	2-Feb	The Walking Dead: r	2-Nov	Marvel: future fight	2-Feb	The Walking Dead: road to survival				
3-Nov	The Walking Dead: no ma	3-Feb	Episode	3-Nov	Marvel: future fight	3-Feb	The Walking Dead: road to survival				
4-Nov	The Walking Dead: no ma	4-Feb	Episode	4-Nov	Marvel: future fight	4-Feb	The Walking Dead: road to survival				
5-Nov	The Walking Dead: no ma	5-Feb	Episode	5-Nov	Marvel: future fight	5-Feb	The Walking Dead: road to survival				
6-Nov	The Walking Dead: no ma	6-Feb	Episode	6-Nov	Marvel: future fight	6-Feb	The Walking Dead: road to survival				
7-Nov	The Walking Dead: no ma	7-Feb	Episode	7-Nov	Marvel: future fight	7-Feb	The Walking Dead: road to survival				
1-Dec	Star Wars: galaxy of heroes	1-Mar	Kendall and Kylie	1-Dec	Star wars: galaxy of heroes	1-Mar	Magic Rush				
2-Dec	Star Wars: galaxy of heroes	2-Mar	Kendall and Kylie	2-Dec	Star wars: galaxy of heroes	2-Mar	Magic Rush				
3-Dec	Star Wars: galaxy of heroes	3-Mar	Kendall and Kylie	3-Dec	Star wars: galaxy of heroes	3-Mar	Magic Rush				
4-Dec	Dear diary	4-Mar	Episode	4-Dec	Star wars: galaxy of heroes	4-Mar	Fallen souls				
5-Dec	Dear diary	5-Mar	Episode	5-Dec	Star wars: galaxy of heroes	5-Mar	Fallen souls				
6-Dec	Dear diary	6-Mar	Episode	6-Dec	Star wars: galaxy of heroes	6-Mar	Magic Rush				
7-Dec	Dear diary	7-Mar	Episode	7-Dec	Star wars: galaxy of heroes	7-Mar	Magic Rush				
	Episode	9 de 42			Star wars: galaxy of heroes	11 de 42					

Fuente: Elaboración Propia, a partir de datos tomados de www.appannie.com