



Videjuegos y mujeres: creación, estereotipos y consumo

Mar Chicharro-Merayo¹; Fátima Gil-Gascón²; Salvador Gómez-García³

Sumario: 1. Mujeres en la industria del videojuego: creadoras y desarrolladoras. 2. Representación de mujeres en los juegos digitales: estudios de género, sexualidades e identidad. 3. Discursos del odio en el ecosistema del juego digital: aceptación/rechazo a la participación de la mujer e identidades cuestionadas. Financiación. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Chicharro-Merayo, M.; Gil-Gascón, F.; Gómez-García, S. (2023). Videjuegos y mujeres: creación, estereotipos y consumo, en *Revista de Investigaciones Feministas*, 14(2), 199-203.

Hace más de una década, buena parte del equipo de coordinación de este número monográfico se embarcaba en el proyecto I+D+I “Cultura audiovisual y representaciones de género en España: mensajes, consumo y apropiación juvenil en la ficción televisiva y los videojuegos”, FEM 2011-27381, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, durante el período 2012-2016. Ese proyecto se justificaba, entre otros, desde la necesidad de introducir la perspectiva de género en la incipiente investigación sobre videojuegos. La infrarrepresentación de las profesionales femeninas en el sector o su limitada capacidad para tomar decisiones en el diseño de narrativas y personajes más igualitarios, eran algunas de las cuestiones a estudiar en el plano de la emisión. El estudio de la narrativa de sus mensajes, de la estereotipia con la que se construía sus personajes, de los valores que transmitían eran otros de los puntos de interés en relación con los mensajes. En lo que a la recepción se refiere, la infrarrepresentación de las jugadoras, la importancia de la variable género a la hora de discriminar el consumo cuantitativo y cualitativo, o la percepción de la industria del videojuego como un espacio eminentemente masculino eran otros de los temas relevantes que requerían de revisión. En este sentido, el monográfico *La juventud en la pantalla*, publicado en *La Revista de Juventud* intentaba responder a buena parte de estos interrogantes, a través de investigación académica de carácter interdisciplinar, interuniversitario e internacional y aplicando una mirada de género (Chicharro, 2014).

Efectivamente, en este marco temporal el estudio de los videojuegos se ha consolidado como un espacio de investigación ya institucionalizado, y que no necesita justificar su importancia para adquirir el estatus de objeto científico. Cuenta ya con un marco teórico conocido y reconocido, en constante construcción y avance. Así se pone de manifiesto a través de textos ya clásicos, que fueron un punto de partida para desarrollar sólidas líneas de investigación. Obras pioneras como *First Person. New Media as Story, Performance and Game* (Wardrip-Fruin y Harrigan, 2004), *Computer as Game Media* (John Dovey, 2009) o *Understanding Videogames* (Egenfeldt-Nielsen, Smith, Jonas y Pajares Tosca, 2008), trabajaron en esta dirección. Ya desde el comienzo de esta línea de trabajo destacan algunos trabajos que han profundizado en la relación entre el medio y el género, que son ya aportaciones clásicas de esta línea de investigación: *From Barbie to Mortal Kombat. Gender and Computer Games* (Jenkins, 2004) desarrollado desde el MIT Lab.; o aportaciones como *The virtual census: representations of gender, race and age in videogames* (Willians, Martins, Consalvo y Ivory, 2010) que reivindicaron la necesidad de realizar un análisis en torno a las representaciones que este medio establece en las juventudes de diferentes contextos nacionales. En esta dirección, también se han situado algunos grupos de trabajo pioneros en nuestro país, materializándose, sobre todo, en trabajos que valoran el potencial educativo de los videojuegos (Lacasa, Méndez y Martínez 2008). También son destacables iniciativas institucionales,

¹ Universidad de Burgos, España.
mdchicharro@ubu.es
ORCID: 0000-0001-7510-1373

² Universidad de Burgos, España.
fatimagg@ubu.es
ORCID: 0000-0002-7920-2144

³ Universidad Complutense de Madrid, España.
salvgome@ucom.es
ORCID: 0000-0001-5126-6464

como las realizadas por el el Instituto de las Mujeres y el Instituto de la juventud, han ayudado a hacer de esta una línea de investigación “más consciente”, transmitiendo su importancia a la sociedad.

Su estudio se ha conectado con el de otros medios y formatos con los que mantiene una relación transmedia. En su abordaje se han incorporado técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, adaptándose al objeto de estudio. Se trata de un terreno de investigación que avanza y sigue en construcción, si bien, todavía no proliferan las investigaciones autorreferenciales, tan habituales en otras disciplinas con trayectorias más dilatadas en el tiempo.

Entre tanto, el ocio digital interactivo, y más particularmente los videojuegos, han incrementado sus manifestaciones en las dos últimas décadas consolidando una poderosa industria de contenidos que se ramifica entre las fórmulas tradicionales del juego digital y nuevas variantes como la escena competitiva, audiencias participativas y creativas entre otras. Todo ello combinado con nuevas modalidades de consumo y distribución. En este contexto, es innegable que algunos de estos trabajos han incorporado la perspectiva de género y en esa dirección se ha ido creciendo y avanzando. Pero también es bien cierto que sigue siendo un sector y un medio en el que es muy necesario visibilizar la desigualdad, trabajar por una presencia femenina constructiva, tanto en el reparto de poder en la industria como en la definición de los personajes de mujeres, en su presencia y papel narrativo. En torno al binomio mujeres y videojuegos perviven algunas controversias ya clásicas, aunque también emergen preocupaciones más recientes. En las líneas que siguen se sintetizan, sin ánimo de exhaustividad, tres grandes caminos para la investigación y para la acción.

1. Mujeres en la industria del videojuego: creadoras y desarrolladoras

Aunque son muchas las mujeres jugadoras, la presencia de mujeres creadoras y desarrolladoras está del todo infrarrepresentada. Los personajes femeninos, con los que jugadoras y potenciales consumidoras se pudieran identificar han tardado en tener un papel destacado en el universo de los videojuegos, poniendo de manifiesto cómo, durante mucho tiempo, la industria ha pensado en los varones como público objetivo. El incremento de mujeres jugadoras se ha traducido, también, en la llegada de pioneras a la creación, diseño y desarrollo de videojuegos. Estas primeras precursoras no contaban con referentes en los que mirarse y los que seguir. No obstante, ese trabajo de iniciación ha permitido reducir la brecha de género en la industria. Al mismo tiempo, está redundando en los contenidos, más omnicomprendivos y diversos, y que contemplan cada vez más los gustos femeninos (Vaquerizo, 2024).

2. Representación de mujeres en los juegos digitales: estudios de género, sexualidades e identidad

En el año 2013, la comunicadora canadiense Anita Sarkeesian realizó una serie en YouTube titulada *Tropes vs. Women in Video game*⁴ en la que analizaba los roles femeninos en este formato y establecía algunos de los principales estereotipos utilizados por la industria. Es el caso del “principio de Pitufina”⁵ que alude a la presencia de una única mujer, que se plantea como el prototipo de lo femenino en un contexto netamente masculino. En este sentido, algunos estereotipos bien conocidos han sido los dominantes. La mujer víctima que evidencia la necesidad de un rol masculino protector y defensor que la “rescate”, solventando el conocido como “síndrome de Cenicienta”; o “la mujer objeto” cuyas características más obvias se hallan intrínsecamente relacionadas con sus atributos sexuales.

A fecha de hoy, esta línea de trabajo sigue plenamente vigente y constituye uno de los principales focos de interés inspirando trabajos sobre la representación de las mujeres en los videojuegos. Un ejemplo, ya clásico, es la aportación de Carolyn Cunningham en su artículo “Unbeatable? Debate and divides in gender and video game research” (2018), quien hace un exhaustivo repaso sobre las relaciones entre los estudios de género y los videojuegos. En el texto, la autora señala que los videojuegos más vendidos y populares presentan personajes femeninos escasos, pasivos y sexualizados.

Otros textos se centran en la caracterización de los personajes. Inciden en la visión estereotipada y sexualizada de las mujeres. Desde su aspecto físico a las diferentes posibilidades de los avatares en el juego en función de su género, o en su aspecto físico y su vestimenta (Beasley y Collins, 2009; Van Reijmersdal y otros, 2013; Downs y Smith, 2010). Más concretamente, algunos de estos trabajos se centran en la sexualización de los personajes de mujer, denunciando así la violencia sexual contra éstas. Todavía más, algunos trabajos que denuncian la violencia, principalmente sexual, contra las mujeres existente en estos formatos, señalándose, incluso el impacto que los videojuegos tienen en la aceptación de la violencia sexual hacia las mujeres (Fox y otros, 2015).

⁴ Disponible en <https://www.youtube.com/user/feministfrequency>

⁵ Planteado ya en 1991 por Katia Pollit, Hers; The Smurfette Principle. *The New York Times*, 7 de abril. <https://www.nytimes.com/1991/04/07/magazine/hers-the-smurfette-principle.html>

3. Discursos del odio en el ecosistema del juego digital: aceptación/rechazo a la participación de la mujer e identidades cuestionadas

Esta evolución y ramificación de los escenarios “por y para” *gamers* está acompañada de una mayor participación de las mujeres en un escenario asociado tradicionalmente a la esfera masculina. Una intervención no exenta de tensiones y ataques por colectivos que, desde coordinadas nostálgicas, conservadoras o hetero patriarcales no aceptan ni la presencia de personajes femeninos, ni la interacción con jugadoras. Para buena parte de éstos, esta igualdad “traiciona” la “auténtica” naturaleza *gamer*. Prueba de ellos son los ataques sufridos por Anita Sarkeesian o Zoe Quinn de manos del grupo anónimo *Gamergate* (Martínez, 2020); el acoso denunciado por usuarias de juegos en red (Verde, 2022); de profesionales de la industria (Liber, 2024); y la percepción masculina entre aquellas mujeres que se identifican como *gamers* como han plasmado, por ejemplo, Marina Amores y Daniel Muriel en *Un mes en Tinder siendo mujer gamer* (2021).

La progresiva incorporación de mujeres a la industria ha producido una serie de transformaciones que evidencian el empoderamiento de jugadoras y desarrolladoras. Sin embargo, la aparición de un mayor número de personajes femeninos, con nuevas formas de representación, que dotan de mayor protagonismo a las usuarias y creadoras continúa provocando críticas y malestar en diversos sectores (Fox y Tang, 2016; Dill, 2008). Lo mismo sucede con el aspecto natural y menos sexualizado de algunas figuras que también ha provocado críticas. De ahí que, ante el acoso que algunas mujeres sufren en los juegos en red, se ensayen estrategias que utilizan para intentar solventarlo.

Estas y otras son las cuestiones, y también las controversias, en las que se intenta avanzar en este número. En este sentido, el conjunto de textos que aquí se presentan pone de manifiesto, paradójicamente, tanto los avances del feminismo, como sus asignaturas pendientes. Si bien es cierto que el escenario de los videojuegos parece haber iniciado la quiebra en su lógica patriarcal, es importante ser conscientes de que queda mucho trabajo por delante. La industria, los poderes públicos, los medios de comunicación y la academia deben continuar en la línea de visibilizar la desigualdad, concienciar a la ciudadanía, y trabajar por videojuegos igualitarios y éticos que dibujen una imagen constructiva y proactiva de las mujeres. Desde la universidad, con nuestras investigaciones, pero también con nuestro trabajo docente con el alumnado de los incipientes Grados en Videojuegos tenemos una oportunidad de oro para fomentar el espíritu crítico de jugadores/as, pero también para alimentar valores igualitarios en los futuros profesionales del sector.

Financiación

Este trabajo se enmarca en varios proyectos y ayudas:

- “Politainment ante la fragmentación mediática: Desintermediación, engagement y polarización” (Referencia PID2020-114193RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.
- “Taxonomía, presencia e intensidad de las expresiones de odio en entornos digitales vinculados a los medios informativos profesionales españoles. Hatemedia” (Referencia PID2020-114584GB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.
- Mar Chicharro-Merayo realiza este trabajo en el marco de una estancia de investigación en Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC, URJC) a través de una “Ayuda para la recualificación del sistema universitario español, (2021-23)”, Next Generation UE.

Referencias bibliográficas

- Amores, Marina, Muriel, Daniel (2021). *Un mes en Tinder siendo mujer gamer*. Applehead Team creaciones.
- Beasley, Berrin y Collins, Tracy (2009). Shirts vs. Skins: Clothing as an Indicator of Gender Role Stereotyping in Video Games. *Mass Communication and Society*, 5, 3, 279-293. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_3
- Cunningham, Carolyn (2018). Unbeatable? Debate and divides in Gender and video game research. *Communication research trends*, 37, 3, 4-19.
- Chicharro, Mar (coord.) (2014). La juventud en la pantalla. Ficción televisiva, videojuegos y edu-entretenimiento, *Revista de estudios de juventud*, 106. https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista106_completa.pdf
- Dovey, Jon (2009). *Game Cultures: Computer Games as New Media*. Londres. Open University Press.
- Downs, Edward y Smith, Stacy (2010). Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis. *Sex Roles*, 62, 2010, 721-733. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9637-1>
- Egenfeldt-Nielsen, Simon, Heide Smith, Jonas, Pajares Tosca, Susana (2008). *Understanding Videogames: The essential introduction*. Londres: Routledge.

- Escribano Muñoz, Javier, (2024). Microsoft cuestiona personajes femeninos con “proporciones exageradas” en su código para desarrolladores. *Hobbyconsolas*. <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/microsoft-cuestiona-personajes-femeninos-proporciones-exageradas-codigo-desarrolladores-1375116>
- Fox Jesse., Rooney Margaret (2015). The dark triad and trait self-objectification as predictors of men’s use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences*, 76, 161-165. doi:10.1016/j.paid.2014.12.017
- Hanash Martínez, Macarena (2020). La ciberresistencia feminista a la violencia digital: sobreviviendo al Gamergat. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 134(2), 89-106. <http://doi.org/10.28939/iam.debats.134-2.7>
- Jenkins, Harry (2004). *From Barbie to Mortal Kombat. Gender and Computer Games*. Massachusetts: MIT Press.
- Lacasa, Pilar, Méndez, Laura, Martínez, Rut. (2008). Aprender a contar historias y a reflexionar sobre videojuegos comerciales. En Begoña Gros, *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Grao.
- Liber Díaz, Carlos (2024) Una streamer denuncia un nuevo caso de machismo y acoso en VALORANT, *MeSports*, https://esports.as.com/valorant/streamer-denuncia-nuevo-machismo-VALORANT_0_1761723813.html
- Van Reijmersdal, Eva, Jansz, Jeroen, Peters, Oscar y Van Noort, Guda (2013). Why girls go pink: Game character identification and game-players’ motivations. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2640-2649. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.046>
- Vaquerizo, Irene (2024). Informe Semanal. Mujeres al mando, *RTVE*. <https://www.rtve.es/noticias/20240303/mujeres-mando-imparables-videojuego/15995734.shtml>
- Verde, Nuria (2022), Las profesionales denuncian el acoso de las videojugadoras de juegos en línea. *RTVE*. <https://www.rtve.es/noticias/20220402/objetivo-igualdad-profesionales-denuncian-acoso-jugadoras-videojuegos/2321089.shtml>
- Wardrip-Fruin, NoahHarrigan, Pat, (ed) (2004). *First Person. New Media as Story, Performance and Game*, Massachusetts: MIT Press.
- Williams, Dimitri, Martins, Nicole., Consalvo, Mia, Ivory, James (2009). The virtual census: representations of gender, race and age in video games. *New Media & Society*, 11(5), 815-834. <https://doi.org/10.1177/1461444809105354>
- Williams, Dimitri. *et. al.* (2010), The virtual census: representations of gender, race and age in videogames. *Journal of New Media and Society*, 11, 5.

Coordinación del monográfico.

Mar Chicharro-Merayo (ORCID: 0000-0001-7510-1373) es doctora en Sociología, y Profesora Titular de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Burgos. Directora del Grupo de Investigación Reconocido CAYPAT (Comunicación Audiovisual y Patrimonio), está integrada en varios proyectos de investigación, centrados en el estudio de mensajes, abordados desde una perspectiva de género. Ha sido investigadora principal del Proyecto I+D+I “Cultura audiovisual y representaciones de género en España: mensajes, consumo y apropiación juvenil en la ficción televisiva y los videojuegos”. Su trayectoria como investigadora de género es ya dilatada, centrandose sus trabajos en el estudio de las representaciones de género y la recepción en la ficción televisiva y los videojuegos, que se han publicado en revistas de impacto (*Comunicar, European Journal of Cultural Studies, Palabra Clave, Papers, Communication and Society, Index Comunicación...*).

Evaluadora de revistas internacionales y de la ANEP, ha realizado estancias de investigación en Harvard University, University of San Diego, University of San Francisco, European Institute of Florence o Università di Bologna, entre otras. Evaluada con dos sexenios de investigación, actualmente participa como investigadora en dos proyectos I+D+I en los que se aporta una mirada de género.

Actualmente, realiza una estancia de investigación, como investigadora visitante, en el Grupo GEAC (URJC) a través de una ayuda a la recualificación del sistema universitario español.

Fátima Gil-Gascón (ORCID 0000-0002-7920-2144) es doctora con mención europea en Periodismo (UCM) y Profesora Titular de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Burgos. Es Coordinadora del Grado en Diseño de Videojuegos de la Universidad de Burgos. Su principal línea de investigación es el análisis de la representación femenina en los medios de comunicación. Tanto a nivel histórico, durante la Guerra Civil y el primer franquismo, como en la actualidad. Otras de sus líneas de investigación son las relaciones entre cine y televisión, la censura en el medio cinematográfico y el cine documental. Sobre estas cuestiones ha publicado múltiples artículos y capítulos de libro en prestigiosas revistas y editoriales nacionales e internacionales. Se le han concedido tres sexenios de investigación.

Ha formado parte de diversos proyectos de investigación entre los que destacan (HISPROTEL) “Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregularización al apagón analógico (1990-2010)”, Madrid 1936-1939: Capital, frente, retaguardia y ciudad en Guerra”, o “Historia del entretenimiento en España durante el franquismo: Cultura, consumo y contenidos audiovisuales (cine, radio y televisión)” entre otros. Actualmente es parte del equipo del proyecto PID2020-114584GB-I00, “Taxonomía, presencia e intensidad de las expresiones de odio en entornos digitales vinculados a los medios informativos profesionales españoles”

Ha sido profesora-investigadora en el departamento de Historia de la Comunicación Social de la Universidad Complutense y Visiting Research Fellow en la Oxford Brookes University.

Salvador Gómez García (ORCID: 0000-0001-5126-6464) es Doctor, con mención internacional, en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (2008) y Profesor Titular de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Su área de especialización se divide en dos grandes líneas. La primera de ellas se fundamenta en el intento de comprender cómo se han integrado las nuevas fórmulas narrativas en los medios de comunicación tradicionales o, en otros casos, cómo se han conformado como nuevos medios. Su especialización en este campo se centra en el potencial comunicativo de los juegos serios (*serious games*) y el ecosistema móvil en el ámbito político e informativo. Su segunda línea de investigación se ha centrado en la historia de los medios de comunicación, especialmente de la radiodifusión estatal (Radio Nacional de España) durante el franquismo y la transición. Sobre estas cuestiones ha publicado dos monografías y más de 50 publicaciones en revistas indexadas entre las que destacan *Comunicar*, *El Profesional de la Información*, *Interfaçe*, *Media History* o *Historical Journal of Film, Radio and Television* entre otras. También ha realizado estancias de investigación en universidades de Inglaterra, Países Bajos, Dinamarca, Francia, Ecuador o Chile bajo el marco de diferentes ayudas como las becas “José Castillejo” o programas internacionales de pasantía. Actualmente, es Investigador Principal (junto a Salomé Berrocal) del Proyecto de Investigación I+D+i Politainment ante la fragmentación mediática: desintermediación, engagement y polarización (PID2020-114193RB-I00) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación español.