

**EDITA**



**ADAVAS**

Asociación de Ayuda a Víctimas  
de Agresiones Sexuales y Violencia Doméstica

C/. Gran Vía de San Marcos, 4 - 2º Dcha. • 24002 LEÓN  
Telf./Fax: 987 230 062

**SUBVENCIONA**



**Junta de  
Castilla y León**

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

**la violencia en la imagen y en la palabra**



**octubre 2005**

*imagen palabra imagen palabra imagen palabra imagen palabra imagen palabra*

**la violencia  
en la  
imagen  
y en la  
palabra**

**XI  
JOR  
NA  
DA**



**LA VIOLENCIA**  

---

**EN LA IMAGEN Y**  

---

**EN LA PALABRA**  

---

© ADAVAS  
*Asociación de Ayuda a  
Víctimas de Agresiones Sexuales  
y Violencia Doméstica*

Diseño portada y contraportada: Isabel Alonso Diez

Imprime: Gama Gráficas Diseño, s.l.

Depósito Legal: LE-367/2006

## Índice

INTRODUCCIÓN .....	5
<b>PONENCIA:</b> <b>“SOBRE LAS PALABRAS Y LAS VIOLENCIAS EN LA PRENSA” .....</b>	<b>7</b>
<b>LOS VIDEOJUEGOS Y LOS VALORES EDUCATIVOS .....</b>	<b>27</b>
Resumen .....	27
Introducción .....	27
El uso de los videojuegos según el sexo .....	30
La imagen de mujer .....	36
La “nueva imagen” de las protagonistas femeninas .....	38
Los estereotipos de género en la imagen .....	39
La imagen del hombre para el hombre .....	41
La publicidad de los videojuegos .....	42
El rol de la mujer .....	43
Los datos de nuestra investigación .....	48
Los estereotipos de rol .....	49
El modelo masoquista .....	50
El modelo sádico .....	51
Modelo “barbie” .....	52
La cultura sexista .....	54
La competitividad y el triunfo como esencia .....	58
La violencia de la “cultura macho” .....	59
La guerra de los hombres .....	60
La violencia como criterio de calidad .....	62
¿Nos afecta? .....	64
La violencia vende .....	65
¿La violencia como espacio de catarsis? .....	66
La insensibilidad ante la violencia .....	68
El racismo de la “cultura macho” .....	69
El maniqueísmo ideológico .....	72
Nosotros: los “buenos” / ellos: los “malos” .....	72
La construcción virtual del miedo .....	74
La construcción ideológica de la realidad .....	75
La “militarización” del juego .....	76

La visión bélica del mundo .....	89
El “pensamiento único” se instala .....	79
La inmediatez y la impulsividad de la “cultura macho” .....	79
La irresponsabilidad de la “cultura macho” .....	83
El aislamiento .....	84
Alternativas .....	85
Acción preventiva desde todas las instancias sociales y culturales .....	86
Nuestro poder como consumidoras y consumidores .....	91
El compromiso de los derechos generacionales .....	92
Enseñar para la vida .....	93
Educar en el análisis de los videojuegos .....	94
Introducción del análisis de los videojuegos en el currículum educativo .....	96
<i>Bibliografía</i> .....	99

<b>TALLER:</b>	
<b>“NOMBRA Y DEFINE”</b> .....	103

## INTRODUCCIÓN

---

Son las palabras y las imágenes las que representan nuestros conceptos y configuran nuestra percepción de las cosas, conforman nuestras ideas y modulan nuestra actitud ante la vida. Así, dependiendo de nuestra manera de percibir las imágenes y las palabras, en base al sustrato ético o moral que como individuos sociales tenemos por nuestra educación y nuestros principios, así se formará en nuestra mente el juicio de las cosas y por ello, nuestras decisiones irán encaminadas a dar respuesta a esa necesidad innata de toda naturaleza humana que es la de actuar cuando estamos sujetos a un pensamiento, sentimiento o simplemente un estímulo.

Actualmente, el desarrollo acelerado e imparable de las nuevas tecnologías permite globalizar universalmente la información de manera rápida, accesible prácticamente a todas las capas sociales, lo que lleva también a la globalización de los conceptos, de los valores y como consecuencia también, de los comportamientos.

Toda la sociedad está sujeta a estos cambios, a esta socialización de la información, pero son los niños/as y las/los adolescentes los que por su vulnerabilidad son más susceptibles a la hora de asumir y hacer suyos comportamientos erróneos, dejándose arrastrar, muchas veces, contagiados por la dinámica del grupo o por la falta de valores propios, pero sobre todo, por el miedo a la exclusión.

La información que nos llega de forma masiva a través de los medios de comunicación como la prensa, la televisión, la radio, los videojuegos, impregnada a menudo, de contenidos con modelos tan alejados de nuestra realidad social y de nuestra propia vida cotidiana, resulta, por otro lado, tan atractiva que, es muy difícil no quedar atrapados en ella, debido, sobre todo, al sensacionalismo, pero también, a su capacidad para captar la atención y estimular esas facetas del ser humano que nos abocan, casi sin darnos cuenta, a dar rienda suelta a nuestros más bajos instintos, o bien, a elegir lo más fácil, agradable y placentero. Si además, esa información nos llega manipulada por intereses consumistas, incluso ideológicos, se produce una homogeneización de conceptos y actitudes que alcanza a toda la sociedad, pero sobre todo a nuestros hijos/as, pudiendo llegar a provocar actuaciones de carácter delictivo y antisocial que no nos deben pasar inadvertidas y mucho menos dejar indiferentes, por los riesgos que éstas entrañan.

El peligro que supone el fácil acceso a las aplicaciones multimedia, en las que el usuario o cliente, ya no es un mero espectador, sino que se convierte en autor y actor en la trama virtual, nos lleva a considerar muy seriamente algunos estudios basados en pruebas empíricas que nos dicen que los niños aprenden por imitación: **“A un niño que ha matado, golpeado, o disparado a alguien en un videojuego le será más fácil repetir ese comportamiento en la realidad porque ya está entrenado para hacerlo”**.

Por otro lado, cuando la información no es rigurosa, sino tendenciosa y llena de connotaciones sexistas, racistas o clasistas, se convierte en un vehículo portador y transmisor de los modelos más antidemocráticos de nuestra sociedad, modelos que siguen perpetuando y aumentando el machismo, el sexismo, la discriminación por raza y la desigualdad de clases puesto que, premeditadamente, la información trata de influir en el receptor, en sus conceptos y juicios sociales e individuales, así como, en la toma de sus decisiones.

Todo lo dicho se pone de manifiesto cuando en los videojuegos, películas, revistas, noticias, anuncios, etc., se recrea a la mujer, en entornos y ambientes generalmente rodeados de violencia, de acción y de sofisticación, con una imagen de ella irreal, exuberante en sus formas, imposible en sus proporciones físicas, sumisa o perversa, pero casi siempre provocadora o incitadora, o cuando se nombra a las mujeres con calificativos anodinos, peyorativos, los cuales nunca resaltan sus virtudes, sino más bien magnifican sus defectos excluyéndolas de toda acción noble, haciéndolas casi siempre invisibles o excesivamente visibles como objetos culpables de algo, pero muy pocas veces, esos apelativos las presentan como dignas autoras y protagonistas de los logros de la sociedad y por ello, también de la propia Historia.

Para terminar, decir lo importante que es para toda la sociedad, pero sobre todo para los niños/as y adolescentes, la utilización de las imágenes y las palabras como portadoras de valores humanos basados en la justicia y la igualdad entre mujeres y hombres, con el fin, de evitar seguir perpetuando esas actitudes machistas que tanto enferman a la sociedad y tan desdichados hacen a los seres humanos. Para ello, se hace necesario implicar, de forma activa, a toda la comunidad educativa e informativa, además de al propio entorno social y doméstico, en el buen uso de la palabra y de la imagen. De ello depende que nuestro mundo se configure en conceptos basados en significados como el respeto, la solidaridad y la igualdad entre mujeres y hombres, y que se estimulen y desarrollen todos aquellos valores más nobles que el ser humano posee.

## **PONENCIA:**

### **“Sobre las palabras y las violencias en la prensa”**

*Eulàlia Lledó Cunill. Doctora en Filología Románica*

Esta ponencia se dedicará a analizar cómo se concreta la representación de la imagen de las mujeres en las noticias de prensa que versan sobre maltratos, esta representación es especialmente útil para ver cómo se valora a sus protagonistas.

La sesión tratará dos aspectos que a primera vista pueden parecer distintos pero que están muy trabados entre sí. Me refiero, por un lado, al contenido de las noticias y, por otro, a la forma concreta como se redactan las mismas.

Este segundo aspecto, la forma, podría parecer secundario pero no lo es en absoluto: es primordial por varias razones. La primera razón es porque la lengua enmarca el telón de fondo de la cuestión, es decir, en muchas ocasiones las víctimas de los maltratos son mujeres con poca autoestima, mujeres no nombradas, mujeres invisibles, mujeres que, como ellas mismas afirman, sentían que no eran nada seguramente porque les decían que no eran nadie. Mujeres que, como el resto de mujeres, no tienen presencia en la lengua, mujeres que, en definitiva y por lo tanto, no se sienten representadas en este orden simbólico, en este ser y existir, en este ocupar un sitio en el mundo, en la fuerza que da tener un nombre y un lugar en la lengua.

La segunda razón reside en el convencimiento de que los malos tratos, de que el terrorismo doméstico es la cara más brutal del poliedro de la violencia patriarcal; reside en el convencimiento de que el maltrato generalizado es el brazo armado del patriarcado para poner a las mujeres en el lugar que éste les tiene asignado (sólo hay que dar una ojeada al número de mujeres asesinadas este año, o a la hemorragia de muertas que hay año tras año).

Los malos tratos son un extremo del continuum de la violencia patriarcal que impone, por ejemplo, la feminización de la pobreza, que vemos en el contenido de muchos planes de estudio, que prescribe que en las asignaturas la presencia y el hacer de las mujeres no tenga apenas significación, representación ni relevancia, que hace desaparecer a las mujeres de la lengua, que destila uno de sus productos más alambicados en la publicidad, que tiene uno de sus brutales reflejos en el hecho de que cuando no se respetan los derechos humanos, quienes sobre todo los ven conculcados son mujeres. Son un extremo de la misma violencia que hace

circular a través de la lengua, por ejemplo, chistes (¿?) sexistas contra las mujeres, ataques verbales que muchas veces hacen avergonzar a las mujeres y no a quien perpetra la agresión.

Esto tiene un paralelismo claro con las situaciones que generan los malos tratos, puesto que son las mujeres las que se tienen que esconder y hacerse invisibles ante el maltrato y no quienes cometen el crimen, no quienes perpetran la violencia.

Para empezar a ver cómo se habla de los maltratos en la prensa, y antes de entrar en concreto en las noticias, apunto un fragmento no de una noticia sobre un hecho real, de una información que de cuenta de alguno de sus episodios, sino de una entrevista<sup>1</sup> en que lateralmente se hablaba de ellos. Permite ver algún tópico frecuente tanto en las teleseries, como en las noticias de maltratos, pasando por como se habla de ellos algunas veces.

- *En Nissaga [telenovela de TV3] había malos con ganas...*
- Más bien eran personajes ambiguos en una serie que tenía ambigüedad moral.
- *¿Usted se encuentra cómodo en este terreno o prefiere cosas más claras, más definidas?*
- Me gusta más la ambigüedad moral y explorar el porqué de las cosas.
- *¿Y es posible hacerlo en un formato tan popular?*
- Sí, sólo basta quererlo. En *El cor de la ciutat* [telenovela de TV3] había un personaje que maltrataba a su pareja. Obviamente, no dábamos una visión positiva de los maltratos, pero sí hacíamos que la gente pudiera pensar: sí, es un cabrón, pero también es un tío que ha vivido muchas miserias, es un desgraciado.

En la última respuesta vemos que el entrevistado afirma que “no se daba una visión positiva de los maltratos”. Aseveración que enseguida se matiza (me atrevería a decir que se contradice) con un “pero”, y este “pero” incluye dos cargas de profundidad contra las mujeres que sufren malos tratos.

Por una parte, parece como si la arrastrada vida del maltratador le diera derecho o, al menos, quitara culpa y gravedad a su inicua acción, ya que al presentarla como una reacción a las innumerables miserias que ha pasado en su vida en su condición de desgraciado, en cierta manera, la legítima. En este sentido, ya a finales del siglo XVIII, Mary Wollstonecraft hacía notar que los (algunos) hombres intentaban demostrar su dignidad de hombre oprimiendo a las mujeres y, al mismo tiempo, también de este

---

<sup>1</sup> Entrevista a Lluís Arcarazo, guionista de TV3. *El Temps*, 1031, Valencia, del 16 a 22 de marzo de 2004, p. 94. La traducción es mía.

modo se vengaban de las ofensas o la opresión que les habían ocasionado o infligido, paradójicamente no una mujer, sino otros hombres.

Por otra parte, se obvia, se oblitera el hecho de que por muchas penalidades y desgracias, por muchas miserias que pasen las mujeres que las pasan, su respuesta, en general, no es la agresión a los hombres, ni la agresión en general, sino unos comportamientos diametralmente opuestos a esta violencia sexuada.

En muchos fragmentos de la realidad, se puede ver esta actitud que denota una gran complicidad con los malos tratos. Por ejemplo, el hecho de que a finales del año 2003 el alcalde de Toques, un pueblo de Galicia, no sólo tuviera algún prominente político de derechas a su favor (a quien no pasó nada) sino que parte del pueblo de Toques fuera a su favor, minimizara o negara la agresión, que fuera la víctima la que pasara otro calvario, indica una determinada consideración de los maltratos por parte de la sociedad.

En este mismo sentido, un poco antes, se había dado en Ponferrada el grave caso de acoso sexual a Nevenka Fernández, a cuyo agresor también dio pleno apoyo alguna política de derechas (a quien tampoco pasó nada). Simplemente quiero recordar que finalmente ha sido ella, es decir, la víctima, la que ha tenido que renunciar a vivir en su lugar de origen e irse, harta, criticada y sin trabajo, a instalarse en otro país.

Estos dos episodios, son paradigmáticos, no son actos aislados sino claros exponentes de una óptica determinada sobre los maltratos. Para decirlo rápida y crudamente, tienen que ver con una manera de juzgar a las personas y los hechos, relacionada, por ejemplo, con una legislación que hasta hace dos días, el año 1963 sin ir más lejos, propiciaba que fuera prácticamente legal que un marido asesinara a *su* mujer —o un padre, a *su* hija— si cometía adulterio o simplemente si lo sospechaba. Se les penaba, si es que se les llegaba a condenar, con unos pocos meses de destierro.

Otro caso igual de sangrante, vergonzoso y criminal, y en la misma línea de consideración hacia las mujeres, se puede ver en otro punto que determinaba la ley hasta principios de 1970: el (digamos) padre podía dar impunemente en adopción a *su* criatura sin tan sólo consultarlo con la madre.

No puedo evitar hacer otro inciso para recordar que la definición *actual* de la palabra **huérfano**, **na** en el *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia (2001) dice así, “Dicho de una persona de menor edad: A quien se le han muerto el padre y la madre o uno de los dos, especialmente el padre”. Como vemos este último añadido incurre en distintos errores: a) contraviene la realidad, b) tiene la insensata y soberbia pretensión de evaluar la dirección de los sentimientos de hijas e hijos, c) alarga con un juicio de valor —equivocado para más inri— la definición, cuando según la Academia tan importante es el principio de economía, además, el hecho de que en la definición se de una desmesurada importan-

cia al padre en detrimento de la madre es sin duda hijo de la misma consideración sobre las mujeres de que hacían gala los legisladores de las leyes citadas más arriba. Y que nadie se lleve a engaño, esta definición no está en el Diccionario ni por casualidad, ni por inercia, ni porque responda a un pensamiento antiguo felizmente ya obsoleto para la Academia, ni porque haya pasado desapercibida: advertida la Real Academia del contenido de esta definición, decidió mantenerla tal cual, ergo, le gusta, la comparte.

Estas supuestas leyes, esta desprotección legal absoluta, son, como se ve, de hace dos días (la definición del diccionario, de hoy). Espero que estos ejemplos, que el poner de lado dos casos de agresiones actuales con una legalidad que permitía crímenes parecidos hasta hace muy poco, con un diccionario que menosprecia a las mujeres, haya sido capaz de explicar qué entiendo como continuum de la violencia, haya sido capaz de resumir también el porqué de esta aceptación, por decirlo de una manera suave, de la violencia contra las mujeres.

Pasemos a ver ahora una noticia que ya habla de maltratos concretos. En un titular de un diario gratuito llamado *Metro directe* (Barcelona, 28.11.2003, p. 10) se podía leer: "Bergman y Ullmann, a botellazos por un desnudo"; daba a entender, pues, que se había desarrollado una batalla campal entre las dos personas que protagonizaban el titular. Si se entraba en el corto cuerpo de la noticia, se decía que:

El director de cine sueco Ingmar Bergman, de 85 años, lanzó una botella contra su actriz preferida y ex compañera sentimental, Liv Ullmann, de 64 años, porque se negó a interpretar una escena en la que debía aparecer desnuda.

O sea que de recíproca agresividad, nada de nada. El director aparece como doblemente agresor, puesto que la agresión física iba precedida de una agresión psicológica: el intento de forzar a la también directora y guionista (aunque la noticia no lo diga) a desnudarse contra su voluntad, seguramente porque el guión no lo exigía. En esta noticia concurren tres extremos de diferente orden que interesan especialmente en el momento de analizar los maltratos.

En primer lugar, la constatación de que Ullmann no fue una víctima pasiva sino una mujer que resistió una primera agresión (se negó a desnudarse) mostrando así su voluntad, su deseo y su libre albedrío.

En segundo lugar, la concepción que tienen algunos hombres sobre la libertad femenina: contrariado en su deseo de filmar o de ver desnuda a su ex compañera, a Bergman no se le ocurrió nada más persuasivo ni sofisticado que arrearle un botellazo.

En tercer lugar, una cuestión periodística, la lesa contradicción entre titular y cuerpo de la noticia, que suele ser una constante en las informaciones sobre maltratos.

Esta contradicción entre titular y cuerpo del escrito –así como atribuir las agresiones y asesinatos a motivos equivocados– es uno de los rasgos notables de este tipo de noticias y da algunas pistas sobre como se encaran los maltratos. Me propongo, por tanto, analizar éste y algunos otros sesgos a partir de algunas noticias seleccionadas de entre las que durante el primer semestre de 2004 pulularon por los diarios.

No ha de extrañar que aunque muchas sean las noticias e informaciones sobre maltratos que desgraciadamente aparecen día tras día, hable sólo de algunas en concreto, ya que estas líneas no pretenden ser un recuento o un repaso de las noticias, sino que se dedicarán a comentar algunos aspectos especialmente interesantes de las mismas, se enfatizarán algunos de los *leitmotivs* que presentan. En particular los siguientes.

- Contradicciones dentro de una noticia, entre el titular y el cuerpo de la noticia, o entre diferentes diarios
- Atribución de las agresiones, crímenes y asesinatos a motivos erróneos que inducen a conclusiones equivocadas
- Escasa mención de las aptitudes físicas o cualidades de las mujeres
- Escasa mención del oficio de las mujeres
- Insistencia en que el agresor o asesino era o parecía “normal”

Todas o algunas de estas características suelen mezclarse a lo largo de la redacción de cada noticia, por tanto, en las que verán a continuación, aunque cuando ha sido posible se ha presentado algún rasgo en un pequeño bloque, se tratan juntas porque en muchas ocasiones se interrelacionan y es difícil deslindarlas sin perder el hilo.

Algunos de estos sesgos, principalmente los dos primeros, y aún otros más que aquí no se citan, se pueden ver en dos trabajos míos anteriores<sup>2</sup>. En esta ocasión me ha interesado especialmente reseguir un aspecto del que me di cuenta tangencialmente en el momento de analizar las noticias de agresiones a hombres que hice en otra ocasión, en aquel preciso instante me di cuenta de que las noticias que tienen a las mujeres

---

<sup>2</sup> “Crónica de un equívoco: la sesgada construcción de una identidad femenina a través de las noticias sobre maltratos”, pp. 145-160 en *Mosaicos y Taraceas: Desconstrucción Feminista de los Discursos del Género*. Volumen 1 (Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá, 2000), escrito a partir de una investigación realizada para el Instituto Andaluz de la Mujer (*Cómo tratar bien a los maltratos*), la fotocopia de la cual se puede pedir a dicho Instituto. Estaba previsto que a partir de los resultados del trabajo, este Instituto realizara una posterior publicación dirigida a la prensa; se hizo con algunas partes y fragmentos de la investigación que, sin tener en cuenta mi criterio, se ha editado en la publicación *Cómo tratar bien a los malos tratos. Manual de Estilo para los Medios de Comunicación* (Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer, 1999). La otra publicación es “Recomendaciones para el tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios informativos” en *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres*, pp. 217-226 (Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer; Fundación Audiovisual de Andalucía, 2003).

como víctimas, *jamás* hacían la más mínima explicitación de alguna aptitud, habilidad o pericia física para esquivar o huir de una agresión, para gestionar su respuesta, en consonancia con ello, raras veces se hacía mención de su profesión. Es por esto, que en esta ocasión me he detenido en estos dos rasgos.

Primero pasamos a ver algunas contradicciones en diversas noticias. En un titular de *El Mundo (Sevilla)* (SUCESOS)<sup>3</sup>, 1.3.2004, p. S6), se podía leer lo siguiente, “Piden siete años de cárcel por apuñalar a su ex compañera por celos”<sup>4</sup>. A continuación la noticia empezaba así:

Sevilla.- La Fiscalía ha pedido siete años de cárcel para un hombre que apuñaló a su compañera en el pecho con la intención de matarla, al tiempo que gritaba: «¡Tienes que ser mía o de nadie!».

Es decir, en el cuerpo de la noticia, contrariamente al titular, se postulaba que no se trataba de su ex compañera sino de su compañera. Pero, además a renglón seguido la noticia añadía:

El escrito de acusación del fiscal, al que ha tenido acceso Efe, relata que la agresión ocurrió el 29 de marzo de 2003 en la calle Playa de Marbella, donde se inició una discusión entre el acusado E.P.T.U. y el hijo de su ex compañera sentimental. La víctima J.Y.V. se interpuso entre ambos y, entonces, el acusado sacó una navaja y apuñaló a su ex compañera, «con la intención de acabar con su vida», según el fiscal.

Con lo cual se vuelve a insistir en que era su ex compañera, tal como decía el titular aunque se hubiera negado en el párrafo anterior. Es un caso claro y grave de contradicción porque, desde luego, no es lo mismo ser la pareja de un agresor que la ex pareja. Se tiene que destacar otro aspecto de la noticia, me refiero al hecho de que la mujer se interpuso entre su hijo y el asesino en un acto de amorosa valentía. Pues bien, la noticia no se hace eco de la actuación de la mujer. Volveremos sobre esta cuestión.

En el titular de esta misma noticia se afirma que la causa del apuñalamiento fueron los celos. Afirmación realmente peligrosa, pues parece que más que los celos, la causa de que el hombre intentará asesinar a su ex pareja (a la vista del grito de guerra que profirió mientras lo intentaba:

---

<sup>3</sup> Siempre que la noticia está situada en una sección, se especifica. En este caso la sección es *Sevilla*, la noticia, además, estaba colocada en la subsección “sucesos”. Esta colocación es reveladora de la consideración que merecen estas noticias al diario. Como se verá, el *Diario de Sevilla*, *El País* y *La Razón* utilizan sin ningún empacho la sección *Sociedad* para estas noticias. Asimismo, son muchos los diarios que utilizan la palabra “suceso”, para referirse a este tipo de crímenes.

<sup>4</sup> Todos los subrayados de las noticias son míos.

«¡Tienes que ser mía o de nadie!») es el hecho de no aceptar la libertad de la mujer para hacer con su vida lo que quisiera.

Natalia Fernández Díaz –y otras personas antes– sitúa esta cuestión perfectamente.

Quizá lo que más se ha ido incorporando al cuerpo de la noticia es el argumento implícito, que se corresponde con lo que Luisa Martín Rojo y Javier Callejo en su estudio *Argumentation and Inhibition: Sexism in the Discourse of Spanish Executives* (1995) denominan «razonamiento abductivo». Éste consiste en establecer unas premisas (el agresor estaba borracho, el agresor estaba enamorado, la víctima lo había abandonado, su pasado es traumático, etc.) a partir de las cuales se extrae una consecuencia de apariencia lógica: «es normal que esta mujer haya sido violada», «es normal que este pobre hombre haya hecho una cosa así», etc. El éxito de la fórmula inductiva está en el conocimiento (contextual) compartido por la prensa y sus receptoras/es y gracias al fuerte influjo de otros estereotipos subyacentes (la agresión es un acto sexual, la agresión es un acto de amor, etc.).<sup>5</sup>

A continuación, reseguiremos una noticia en diversos medios para ver mejor todos estos aspectos que estamos tratando. El día 17 de febrero de 2004 no menos de 6 diarios hablaban de una misma agresión: el intento de asesinato de una mujer perpetrado por su ex pareja.

El diario *La Razón* (*Sociedad* (Violencia doméstica), 17.2.2004, p. 30), en su titular lo contaba así: “Un maltratador reincidente prende fuego a su ex pareja en Figueras por haberlo dejado”.

Con lo cual, dicho titular incurría en el error de la noticia anterior de atribuir a la mujer la causa del asesinato. No es esta la causa del intento de asesinato ni lo más relevante de un individuo que, como se verá, era un maltratador contumaz. Otra vez fue el comportamiento criminal y la no aceptación de la decisión de la mujer lo que guió al agresor. En la noticia también se afirma lo siguiente.

Andrés O.L., de 48 años, sobre el que pesan cuatro detenciones por maltratar también a una ex compañera sentimental entre 1999 y 2001, se personó ayer sobre las ocho de la mañana en la puerta del domicilio de la que hasta hace poco era pareja, con la que vivía el hijo de ella de siete años fruto de un matrimonio anterior, en la calle Nou, junto a la plaza Creu de la Mà, y casualmente pocos días después de que ella decidiera terminar la relación, que comenzó en verano.

---

<sup>5</sup> Natalia Fernández Díaz. *La violencia sexual y su representación en la prensa*. Barcelona: Anthropos, 2003, p. 95.

Si lo entiendo bien, el diario *La Razón* atribuye el crimen a la casualidad, es decir, no ve ninguna conexión entre la actuación de la mujer y la incapacidad de aceptarla por parte del hombre. También es interesante ver que esta noticia describe la trayectoria maltratadora del hombre, aspecto que algunas veces se escamotea en las noticias (no justamente en las que se tratan en este bloque).

El ABC (*Nacional*, 17.2.2004, p. 19), por su parte, lo titulaba de este modo: “Prende fuego a su ex pareja en plena calle en Figueras. La víctima, muy grave, le acababa de dejar”. En la entradilla se decía: “Andrés O.L., de 48 años, había sido detenido al menos cuatro ocasiones por casos de violencia doméstica tras ser denunciado por otra pareja anterior”. Es decir, que la redactora o el redactor de la noticia (D. Massot) coincidía con *La Razón* en explicitar el historial del agresor y la circunstancia de que la mujer había decidido dejarlo. A lo largo de la noticia se dice lo siguiente.

El coche no llegó a ponerse en marcha: el agresor, un camarero de Rosas (Gerona) de 48 años de edad, roció a su ex pareja con un líquido inflamable y le prendió fuego con un mechero. Tratando de huir de aquel infierno, ella abrió la puerta del coche y salió corriendo. Por suerte, un hombre que desayunaba en una cafetería próxima, Juan López, reaccionó de manera inmediata al ver «una llama que corría por la calle».

Según este testigo, la mujer «humeaba y tenía fuego por tres puntos del cuerpo», López trató de apagar las llamas con su chaqueta, pero al ver que le era imposible hacerlo, fue a su coche y cogió el extintor. De no haber sido por sus reflejos, la víctima habría muerto abrasada en su loca escapada a ninguna parte.

El agresor se quedó en un primer momento dentro del coche, un Skoda Felicia, también alcanzado por el fuego no se sabe si accidentalmente o de forma intencionada. Su actitud de ayer no es nueva para la Policía, ya que su expediente habla de varias denuncias por malos tratos a su anterior pareja entre 1999 y 2001, cuatro detenciones y un quebrantamiento de condena.

Salió del coche cuando comenzó a arder la tapicería y, al poco, cayó entre dos automóviles aparcados. Todo ocurrió en la misma calle donde habían convivido los protagonistas del suceso, aunque ambos son de Rosas.

Son varios los aspectos que interesan de esta noticia. En primer lugar, y por orden de aparición, la información que se nos da del oficio del criminal, dato que ningún diario aporta sobre la mujer, aunque sabemos por otras informaciones de los mismos diarios que se dirigía al trabajo.

En segundo lugar, la manera de mencionar al hombre que la soco-

rió, “Juan López” y “López”, tal como exige las convenciones periodísticas. Una cuestión aparentemente formal pero que determina el contenido.

En tercer lugar, el énfasis en la ineptitud de la mujer. No sólo no se dice que fue capaz de salir del coche sino que se habla de “su loca escapada a ninguna parte”. Nada se dice de la torpeza del agresor que fue incapaz de no autoquemarse: ni se cualifica ni adjetiva.

Finalmente, la utilización de la palabra “suceso” muestra la consideración de parte de la prensa respecto a este tipo de delito. Un poco después se habla de un detalle estremecedor.

A ella le dio tiempo a dar las gracias al ciudadano que la salvó antes de que se la llevara la ambulancia que la condujo al helicóptero. Su estado es muy grave; el de su compañero sentimental, grave.

Es decir, se trata de una mujer quemada de vivo en vivo, según el diario porque reaccionó a tontas y a locas, pero, que aún moribunda, educadísima, con las pocas fuerzas que le quedaban, agradeció a su salvador la intervención. Nada que objetar al diario y a su redacción, pero pone los pelos de punta que quemada, gravísima y casi moribunda no se olvidara de este rasgo tan femenino de dar las gracias educadamente.

Lo que sí es censurable en el *ABC* es que hable del hombre a quien había dejado como de “su compañero sentimental”; no parece que esto sea lo más característico.

El titular del *Diario de Sevilla* (*Sociedad*, Violencia de género, 17.2.2004, p. 39) lo resumía así: “Un hombre prende fuego a su ex mujer en Figueras”, donde incide en la condición de ex relación, extremo que también se recoge en la entrada: “Tanto el agresor como su ex compañera continúan ingresados con quemaduras en un 40 y un 60 por ciento de sus cuerpos, respectivamente”. Aunque luego en el destacado, lo contradice: “Agresión. La pareja discutía dentro del coche de ella cuando él la roció con un líquido inflamable y le prendió fuego”. De esta información nos interesa especialmente los párrafos que hay a continuación.

Mientras la joven salía del coche corriendo con el cuerpo en llamas, el hombre logró abandonar el vehículo también alcanzado por el fuego, aunque las primeras investigaciones aún no han podido determinar si fue de forma voluntaria o accidental. [...]

Pese a la rápida intervención de los testigos, las llamas provocaron quemaduras de tercer y segundo grado en el 60 por ciento del cuerpo de la mujer y en el 40 por ciento del hombre. [...]

Los Mossos d'Esquadra confirmaron que el agresor tiene antecedentes por capítulos anteriores de violencia doméstica y había sido detenido al menos en cuatro ocasiones, tras las denuncias presentadas por otra mujer con la que mantuvo relaciones sentimentales

entre 1999 y 2001. También consta un quebrantamiento de condena por otro delito.

Según fuentes policiales, el hombre trabaja en una cafetería de Rosas (Gerona), donde convivió la pareja desde el inicio de su relación, a finales del pasado verano, hasta que hace unos meses trasladaron su residencia a Figueras. La mujer, que días atrás había puesto fin a la convivencia, tiene una hija de 7 años fruto de un anterior matrimonio.

Otra vez, son varios los aspectos que interesan de la noticia. En primer lugar, el hecho de tildar a la mujer de joven, cuando según los diarios tiene 36 años (uno de ellos dice que tiene 30), no se acaba de ver por qué razón no se la considera adulta.

En segundo lugar, la descripción de la mujer como una tea en llamas y, en contraste, la extravagancia de atribuir el “logro” (ella también lo consiguió) de salir del coche a un hombre que se ha autolesionado por su impericia y torpeza. Asimismo, se adjetiva positivamente la actuación de otros hombres “los testigos”. (Esta noticia informa también del historial criminal del hombre.)

En tercer lugar, se nos informa del oficio del criminal, pero no del de la mujer dato que ningún diario aporta, aunque sabemos que se dirigía al trabajo.

El cuarto diario analizado, *El Correo* (España, 17.2.2004, p. 31), lo primero que explicita es el carácter reincidente del hombre, “En Girona. El agresor tenía antecedentes policiales por maltratar también a una compañera anterior”. Contrariamente a otros diarios, el titular se empeña en hacernos creer que se trataba de una relación: “Un hombre prende fuego a su compañera en mitad de la calle”. El destacado, resalta, como otros periódicos, el heroico comportamiento de un vecino y también se refiere al intento de asesinato como “suceso”: “Testigos del suceso explicaron que cuando vieron las llamas, un vecino acudió a sofocarlas con su chaqueta”.

La lacra de la violencia doméstica continúa manchando de sangre la información nacional. Ayer un hombre intentó acabar con su pareja, pero la jugada no le salió bien. El agresor, de 48 años, prendió fuego a su compañera sentimental en plena calle.

El suceso ocurrió sobre las 08.00 horas en la calle Nou, junto a la plaza Creu de la Ma de Figueres, cuando el hombre, que tiene antecedentes policiales por violencia doméstica, estacionó su coche frente a la casa de su compañera y, cuando ésta iba a subir al vehículo, la roció con un líquido inflamable.

Junto al coche, la pareja entabló una discusión en el transcurso de la cual el hombre aprovechó para rociar a la mujer, de 36 años, con un líquido y le prendió fuego, aunque las llamas también le alcanzaron a él, no se sabe si voluntaria o involuntariamente.

La Policía Autonómica informó de que el hombre tiene antecedentes por otros episodios de violencia doméstica ocurridos en 1999, cuando estaba con otra mujer, y que también le consta un quebrantamiento de condena por otro delito.

La Policía Local retiró el coche junto al que se produjo el suceso, y en el lugar, donde se congregaron numerosos periodistas y curiosos sólo quedaron los restos de espuma del extintor con el que un vecino intentó apagar las llamas.

Vemos que el cuerpo de la noticia empieza de una manera un tanto rimbombante e incide varias veces en que se trataba de una pareja. A pesar de su inicio, utiliza una forma coloquial, casi irónica, para referirse a la agresión a mi entender no muy adecuada ya que no parece muy pertinente tildarla de “jugada” y, en la misma deriva, denomina por dos veces “suceso” a la agresión (como se ha visto, ya la denominaba de este mismo modo en el titular). También habla de que las llamas le alcanzaron a él.

En el siguiente diario, *El Mundo* (*España* (Violencia doméstica / Agresiones brutales), 17.2.2004, p. 16), la corresponsal, Lluïsa F. González, también insiste en el titular en hablar de una pareja, “Un reincidente quema a su novia con gasolina en Girona” y en el destacado habla de su historial: “El agresor fue detenido cuatro veces entre 1999 y 2001 y había quebrantado una orden de alejamiento”. En el cuerpo de la noticia se reitera el tipo de relación y su historial.

FIGUERES.- José Andrés Olmos, de 48 años, roció ayer con gasolina a su compañera sentimental –Rosa B., de 36– y luego le prendió fuego. El combustible salpicó al agresor, que también resultó herido con quemaduras. Ya tenía antecedentes por violencia doméstica.

A renglón seguido, se acerca de una manera que no puede ser casual al ABC en su manera de describir a la víctima. Mientras el ABC, recordemos, lo redactaba así: “en su loca escapada a ninguna parte”, *El Mundo* lo hace de este modo:

Ocurrió hacia las 8.00 horas en plena calle de Figueres (Girona). Algunos vecinos y los comerciantes que abrían sus negocios fueron testigos de la salvaje acción. La mujer corría sin rumbo envuelta en llamas y pidiendo auxilio.

Dos párrafos más abajo, sigue diciendo:

El hombre no se lo pensó dos veces y salió corriendo para lanzarse sobre la víctima y apagar las llamas con una chaqueta, según

relataba Paqui, la camarera de este bar. Algunos testigos explicaron que la víctima se llegó a quitar el jersey para intentar espantar el fuego. Tras lo ocurrido, el agresor quedó estirado en el suelo, al lado del coche. Le apagaron las llamas con el extintor de un vehículo.

Contrasta vivamente que a la camarera del bar se la denomine con el diminutivo “Paqui” –una redacción impropia del lenguaje periodístico–, mientras que ya se ha visto que al hombre que apagó el fuego, en otro diario (*ABC*) se le denomina por el apellido en una ocasión y por el nombre y el apellido en otra. Ahora bien, lo más interesante de la redacción de esta noticia es la atribución a la víctima de iniciativa propia para intentar salvarse: el diario explica la acción de la mujer de quitarse el jersey.

El sexto y último diario que comentaremos es *El País (Sociedad*, 17.2.2004, p. 28). Como los dos anteriores insiste en el titular al hablar de la relación: “Rocía con gasolina y quema a su compañera en Figueres”. En el cuerpo de la noticia se insiste en lo mismo, tampoco nos dice qué oficio tenía la mujer.

José Andrés Olmos, de 48 años, atacó a su pareja sentimental, Rosa Betancur, de 36 años, rociándola con gasolina y prendiéndole fuego en el momento en que se disponía a subir a su coche para acudir al trabajo.

De todos modos, y en honor a la verdad, luego se extiende sobre el estado de la relación. Después discrepa de los diarios que pensaban que quizás el hombre había querido suicidarse. Finalmente, vemos que esta noticia es la única que considera un logro de la mujer el hecho de escapar del coche donde la retenía el criminal.

En ese momento fue abordada por su pareja sentimental, con la que había roto unos días antes, iniciándose una breve discusión. El agresor vació entonces sobre la mujer el contenido de una lata –casi con toda seguridad gasolina– y le prendió fuego. La policía autonómica descarta que el hombre pretendiera inmolarse junto a su pareja, aunque sufrió salpicaduras del líquido inflamable. La mujer logró escapar del coche con el cuerpo envuelto en llamas.

A continuación, la noticia habla del salvador de la mujer y lo hace con el debido respecto: con nombre y primer apellido como antes hemos visto que hacía el *ABC*.

Joan López, un cliente de una cafetería próxima, fue el primero en contemplar, a través del cristal del establecimiento, la terrible visión de la mujer cruzando la plaza a toda prisa como una tea ardiendo.

Finalmente, *El País*, al igual que *El Mundo*, también habla de las acciones, o sus intentos, emprendidas por la mujer para salvarse. Previamente se cita otra vez al cliente del bar que le apagó el fuego y lo hace –manteniendo la distancia debida– por su apellido. *El País* incide en la acción de la mujer de dar las gracias a su salvador.

López pudo apagar el fuego con su chaqueta. La víctima, que gritaba desesperadamente, había recorrido un buen trecho intentando quitarse la ropa en llamas y pudo dar las gracias al hombre que la auxilió.

Aquí finaliza el análisis de este bloque de 6 noticias, pero antes de pasar a las informaciones de otros casos, aprovecho que ya han salido diversas cuestiones formales para apuntar otra cuestión lingüística. A lo largo de la misma noticia tratada por 6 diarios que se acaba de ver, cuatro de ellos (*ABC*, *El Correo*, *El Mundo* y *El País*) cuentan que la hija de la víctima estaba ya con la persona que la cuidaba y la llevaba al colegio y la denominan “la canguro” o “una canguro”, es decir todos ponen el determinante en femenino y el sustantivo en masculino.

Esto viene a cuento porque en muchas de las informaciones tratadas se habla de magistradas. Las hay que hablan de “la jueza”, las hay que lo hacen de “la juez”, finalmente, las hay que alternan ambas expresiones.

Por ejemplo, *El País* siempre utiliza la expresión “la juez”, “La fiscalía de Ciudad Real recurrió ayer la decisión de una juez de vigilancia”, “clasificación penitenciaria concedido por la juez”, (*El País. España*, 13.2.2004, p. 24).

*La Razón*, en cambio, se refiere a ellas como “la jueza”. Aunque en un artículo de redacción delirante (*La Razón. Sociedad*, 11.3.2004, p. 34), cuyo titular era: “Un juez convierte en madres a una pareja de lesbianas. Un magistrado de Pamplona reconoce por primera vez en España la patria potestad conjunta a dos mujeres” –estaba hablando en realidad de una jueza–, mezcla masculinos y femeninos sin ton ni son, pero cuando utiliza el femenino lo hace así: “la novedad del auto emitido por la jueza”, “La decisión de la jueza navarra”, “la titular del juzgado”.

*El Mundo (Andalucía* 14.3.2004, p. 44), mezcla las dos modalidades. Se puede ver en el artículo: “En libertad la mujer que roció con ácido a dos menores y a su cuidadora en Martos”, donde se dice: “La juez del juzgado de primera instancia”, “la juez decretó el pasado 9 de mayo de 2003”, “En el auto dictado por la jueza”, “Si bien la jueza reconoce en su escrito”, “Además la jueza en aras de garantizar la seguridad”.

A mi entender lo fundamental es que los medios no suelen utilizar ya el masculino (“el juez”, “el magistrado”, “el titular”) para referirse a las mujeres. Aunque incipiente, es clara la tendencia a nombrar la condición de las mujeres teniendo en cuenta su sexo.

Volvamos a las cuestiones de contenido. Las dos siguientes noticias sirven para ejemplificar una cuestión que ya se ha empezado a ver: la de las aptitudes de las mujeres y su capacidad de reacción.

Una de las noticias apareció en el diario *El Mundo* (Andalucía, 17.2.2004, p. 28) y hablaba de tres casos de agresiones distintos según rezaba su titular: "Tres detenidos por maltrato, uno de ellos con orden de alejamiento". El fragmento de la noticia que me interesa es el siguiente.

F.M.P.B., al parecer, se presentó en el domicilio de la mujer «golpeando las puertas, dando voces e insultando» a S.L.R. y a su madre, si bien, en un descuido del ahora detenido, las mujeres pudieron avisar a la Guardia Civil, que lo apresó como autor de un delito contra la Administración de Justicia.

Como vemos, en el párrafo se relata la actuación violenta e intimidatoria de uno de los tres agresores. A pesar de la agresión, las mujeres tuvieron la presencia de ánimo y la capacidad de avisar a la Guardia Civil; pero de todo ello lo único que destaca el diario no es habilidad y la valiente iniciativa de las mujeres sino la circunstancia, al parecer de quien redactó la noticia, de que fue el hombre quien lo permitió al distraerse. Triste y mezquina redacción.

La otra noticia corresponde al diario *El Mundo* (Sevilla, 16.3.2004, p. S7) y es muy corta, en su titular ya se dice que la agresión no se pudo perpetrar, "Le piden tres años de cárcel por tratar de violar a su ex mujer mientras ella bajaba la basura". Veamos lo que dice la noticia.

SEVILLA.- Un vecino de Sevilla, de 49 años, se enfrenta a una acusación por agresión sexual a raíz del presunto intento de violación contra su ex mujer en diciembre de 2002. El acusado abordó a la mujer aprovechando que había ido a bajar la basura y la acorraló para tratar de forzarla, sin conseguirlo. La petición del fiscal se eleva a cuatro años de cárcel. El proceso ha quedado visto para sentencia en la sección tercera de la Audiencia Provincial.

Por tanto, estamos delante de una mujer que repelió una agresión con éxito. Tal como lo cuenta la noticia, parece que el hombre no lo consiguiera porque fue incapaz por sí solo, en ningún momento se hace ni siquiera mención de que ella tomara parte activa en los hechos, que fue su comportamiento lo que la salvó de la violación.

También Natalia Fernández Díaz enmarcado este pernicioso tópico que ha sido tratado también por muchas otras investigadoras.

Estudios mucho más recientes, como los de la estadounidense Marian Meyers, se ocupan de las imágenes distorsionadas de las

mujeres golpeadas y sus golpeadores, ofrecidas por la prensa, llegando a la conclusión de que la prensa reproduce perspectivas masculinas que perpetúan ciertos estereotipos y que van en detrimento de las mujeres, en el sentido de que se las ridiculiza, se las minimiza o se las aniquila en los contenidos. En esto parece coincidir con las estudiosas clásicas del tema de la representación en general de mujeres en los medios, como son Milis (1988); Molotch (1978); Tuchman (1978); Tuchman, Benét y Daniels (1978).<sup>6</sup>

Es obvio que no hablar de las capacidades y habilidades de las mujeres agudiza estos estereotipos.

Un rasgo ligado íntimamente a éste último es la capacitación profesional. Pocas, muy pocas, son las noticias que suelen hacer mención de esta parte de la vida pública y productiva de las mujeres. Y aún, si lo hacen, es porque lo exige el guión. Por ejemplo, en la siguiente se especificaba porque la agresión tuvo lugar en el centro de trabajo de la agredida.

Así, el diario *El País* (Andalucía, 7.3.2004, p. 9), bajo este titular: “Un hombre intenta asesinar a su ex mujer y se entrega a la Policía”, decía así.

Almería / Sevilla. Un vecino de la capital almeriense agredía a su ex mujer, una cocinera de una céntrica pizzería, sobre las 18.30 de la tarde del pasado viernes y delante de los compañeros de trabajo de la mujer.

Otro de los sesgos de las noticias de maltratos es la extrañeza que produce que el maltratador “parezca” una persona normal, que no lleve inscritos en sus rasgos, en sus características, algo que lo identifique como a tal. A continuación veremos algunas noticias que muestran este rasgo. La primera corresponde al diario *La Razón* (Autonomías (Andalucía), 25.2.2004, p. 51), cuyo titular dice así, “Un anciano de 80 años mata a puñaladas a su esposa en Sevilla. La anciana, de 79 años, es la séptima mujer que muere a manos de su pareja en lo que va de año”.

Se trataba de un agresor reconocido, pues a pesar que la víctima nunca lo denunció (como la protagonista de la película *Solas*, que tanto éxito tuvo), las hijas e hijos estaban al corriente. Se hacía constar tanto en la entradilla (“Sólo los hijos del matrimonio estaban al corriente de los maltratos que soportaba en silencio Josefa en un piso del polígono norte de Sevilla. Los vecinos todavía no asimilan que Juan Manuel, un anciano enfermo de parkinson, utilizara el pasado lunes un cuchillo para asesinar a Josefa, su mujer”), como en el destacado (“Los hijos de la víctima conocían

---

<sup>6</sup> Natalia Fernández Díaz. *Op. cit.* p. 31.

los malos tratos que su padre propinaba a su madre”). A lo largo de la extensa noticia, se habla de “normalidad”. Comienza diciendo lo siguiente.

Sevilla. Era una pareja «normal con sus discusiones». Esta es la impresión que tienen los vecinos de Josefa y Juan Manuel después de que el pasado lunes el anciano asesinara a su mujer después de haber compartido juntos toda la vida y haber visto crecer a cinco hijos.

En vista de lo cual cabe preguntarse qué entiende la o el corresponsal, como discusiones normales en una pareja. Se insiste sobre esto en más ocasiones. La insistencia en la normalidad del asesino se vuelve a mencionar.

Según informaron los hijos de la pareja a la Policía, la víctima sufría malos tratos habituales. Pero nunca se atrevieron a denunciarlo. Este calvario de Josefa era ajeno además para aquellos con los que compartía descansillo en la calle Sancho Dávila del Polígono Norte de Sevilla. María López, una de las vecinas de la pareja comentó que Juan Manuel «era un hombre muy agradable» y que su esposa le ayudaba diariamente a «lavarse y peinarse». «No comprendemos cómo ha podido ocurrir», explica asombrada esta vecina, porque además el anciano sufría parkinson, por lo que parecía incapaz de llevar a cabo una agresión debido a su incapacidad física.

En el anterior fragmento, también se puede ver que una de las vecinas es correctamente denominada por su nombre y apellido, como hemos visto que hacían todos los diarios si se trataba de un hombre. Criterio que no se mantiene a lo largo de la noticia; en efecto, se cita a otra de ellas sólo por el nombre.

Juana, otra de las vecinas de la calle Sancho Dávila asegura no haber escuchado nada a pesar de vivir frente a la casa del matrimonio. Cuando se enteró a través de una vecina, Juana no comprendió cómo había podido suceder esto, «cuando él no se podía ni mover». Una vecina del mismo bloque, que no quiso dar su nombre, agregó que el supuesto autor de la muerte de esta mujer era «una persona con mucho genio con su esposa, pero muy educado con los vecinos», que en la pareja «se producían discusiones», y que una de las hijas de este matrimonio que se encuentra embarazada, sufrió un desmayo al conocer la noticia.

Vecina que pone el dedo en la llaga de la normalidad del asesino, es decir, era un hombre educadísimo con el resto del vecindario, pero un monstruo con la víctima. El perfecto retrato de un tipo de agresor.

Otra de las noticias se encontraba también en *El País* aunque de otro día (*Sociedad*, 20.5.2004, p. 36), el titular era el siguiente: “La policía descarta la violencia doméstica en el crimen de Barcelona”. En la información se describe al asesino así.

Mario P. L. fue detenido el año pasado por intento de asesinato de otra mujer. Sin embargo, el juez le puso en libertad bajo fianza, pendiente de juicio, después de calificar los hechos como agresión sexual y lesiones psíquicas. Tampoco había una relación sentimental entre esa mujer y Mario, sobre quien pesaba no obstante orden de alejamiento de la mujer hasta la fecha del juicio, que se iba a celebrar próximamente.

La redactora, Ana Pantaleoni, habla de la supuesta normalidad de una manera curiosa.

Los vecinos del tío de Mario estaban ayer consternados con la noticia. Uno de ellos contó que Mario acudía esporádicamente al piso para ayudar a regar y cuidar las plantas, tras finalizar su jornada laboral. Otra de las vecinas explicó que Mario era muy educado y trabajaba en el negocio de la restauración.

La educación no parece un rasgo más relevante de un hombre con el historial anterior. Además, informa de extremos un tanto peculiares. Por ejemplo, aunque no se dice nada de su oficio —el de él sí se especifica—, aclara que la asesinada no ejercía la prostitución (“La policía descarta que la mujer fuera prostituta”). La mención a la posible prostitución, en general justifica las agresiones o los asesinatos contra estas mujeres, como si por su oficio sus cuerpos fueran disponibles para cualquier crimen.

Se informaba de aspectos pertinentes como lo es el hecho de que el criminal estuviera bajo tratamiento psiquiátrico.

Mario P. L., de 36 años, y que se hallaba bajo tratamiento psiquiátrico, asfixió a la mujer, Mari Carmen G. R., de 40 años; separada y madre de dos hijos, y después, tras avisar a la policía, se colgó con una cuerda en la terraza del patio interior del piso de un tío suyo, que padece sordera.

Pero da datos irrelevantes de la víctima, que es separada y madre de dos hijos. Asimismo, nos informa de la sordera del tío.

De todos modos, se empiezan a constatar cambios esperanzadores en la manera de plantear las noticias de maltratos. Si vamos a los titulares, empiezan a ser frecuentes los que se indignan delante de algunas decisiones judiciales incomprensibles o toman partido por las víctimas.

Por ejemplo, el del diario *El Mundo* (Andalucía, 11.3.2004, p. 32), “El TSJA ordena poner en libertad al hombre condenado por tirar a su mujer por el balcón tras anularse el juicio con jurado que lo condenó”.

El del *ABC* (Andalucía, 11.3.2004, p. 46), “Once años de cárcel para la mujer que mató a su marido y en la calle el que tiró a su esposa por la ventana”. Se da la circunstancia de que el primer asesinato no era un caso de violencia doméstica sino de una *vendetta* en un delito de tráfico de drogas: el marido en un momento dado la denunció así como a su familia.

El del diario *El Correo* (Andalucía, 11.3.2004), “En libertad tras asesinar a su esposa en Jaén”. O por último, el siguiente de *La Razón* (*Sociedad*, 11.3.2004), “Un fallo judicial deja en libertad a un hombre que asesinó a su mujer”.

Asimismo, se constata que está remitiendo el adjetivo “pasional” para referirse a los diversos crímenes que abarca la violencia contra las mujeres. Van remitiendo presentarlos expresiones como la siguiente: “circunstancia atenuante que convertiría su acto en una especie de crimen pasional”, *El Mundo* (*Cultura*, 17.3.2004, p. 62).

Me gustaría acabar diciendo que a partir de las noticias que se han visto y resiguiendo los 5 sesgos desde los cuales se han analizado, se desprende una serie de conclusiones.

1. Las contradicciones detectadas en una misma noticia o entre diferentes medios son un indicador de la poca seriedad o del poco interés en el momento de abordar este tipo de noticias. También son un indicador del sensacionalismo con que a veces se encaran.
2. La atribución de las agresiones, crímenes y asesinatos a motivos erróneos que inducen a conclusiones equivocadas es un sesgo íntimamente ligado a una ideología que tiende a presentar las agresiones y crímenes, especialmente los casos menos graves de maltratos, como consecuencia de las decisiones de las mujeres y, por tanto, culpabilizándolas (“si aquella mujer no se hubiera querido separar...”, “si la otra no hubiese denunciado...”).
3. Las descripciones de las mujeres pasan por callar sus características, habilidades y aptitudes, como consecuencia, tienden a uniformizarlas y a presentarlas como víctimas pasivas incapaces de tomar entre sus manos el rumbo de sus vidas. Presentarlas como no adultas, agudiza este rasgo.
4. La omisión del oficio de las mujeres, junto con el anterior sesgo, incurre en el esencialismo puesto que presenta a las mujeres sin citar uno de los posibles rasgos definitorios que las individualizan como es su profesión y las condena a ser vistas única y exclusivamente a partir de sus relaciones familiares y de su cuerpo.

5. La insistencia en que el agresor o asesino era o parecía “normal” presenta un tópico especialmente pernicioso y insidioso porque a) parte de la base de que los maltratadores son casos patológicos, no son hombres “normales”; b) ayuda a esconder la menor importancia que se da a este tipo de violencia; c) actúa como coartada para explicar el porqué nadie percibe o interviene en un caso de maltrato; d) refuerza que los maltratos son un crimen privado, un asunto doméstico.



# Los videojuegos y los valores educativos

---

**Enrique Javier Díez Gutiérrez.** Universidad de León

(dfcedg@unileon.es)

**Eloina Terrón Bañuelos.** EOEP Valencia de Don Juan

(eloyna2001@hotmail.com)

## RESUMEN

Lo que aquí presentamos es el resultado de la investigación realizada a lo largo de los años 2003, 2004 y 2005 por un equipo de investigación interdisciplinar dirigido por el Dr. Enrique J. Díez, de la Universidad de León, sobre los contenidos y valores implícitos y explícitos que promueven los videojuegos que más se están comercializando, vendiendo y consumiendo actualmente entre los jóvenes de todo el mundo.

Se han aplicado 5.000 cuestionarios a chicos y chicas españoles de entre 6 y 24 años de edad. Se han realizado veintidós *estudios de caso* con cuarenta y cuatro “sujetos”. Se han hecho 60 entrevistas a informantes clave. Se han llevado a cabo trece grupos de discusión y veinte observaciones de campo en diferentes situaciones y contextos. Pero sobre todo se ha realizado el análisis videográfico exhaustivo de los 300 videojuegos que actualmente son más vendidos.

La intención de esta investigación se centraba en determinar aquellos videojuegos que por sus contenidos se pudieran calificar de “valiosos” para su incorporación al trabajo educativo, como elementos motivadores en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Se exponen en él los principales resultados de dicha investigación, así como las conclusiones fundamentales de la misma.

## INTRODUCCIÓN

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 videojuegos.

Los videojuegos se han convertido en una poderosa herramienta de influencia y conformación de opinión y visión sobre la realidad. “El factor más importante por medio del cual los videojuegos son vehículos de socialización, es el de los valores” (Puggelli 2003, 118). Los valores los vamos aprendiendo en interacción con la realidad y las personas que nos rodean. Y 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” Estalló (1995, 117).

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 nuestros jóvenes? Hemos querido adentrarnos en el modelo de hombre, de mujer y de sociedad que alientan.

La principal 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.

Hemos constatado que los videojuegos están hechos por hombres y para los hombres, reforzando el comportamiento y papel masculino. Por ello consideramos que muchos de los videojuegos más populares entre nuestros adolescentes y jóvenes son una de las claves explicativas de la perpetuación y extensión de una “cultura sexista”.

Esta conclusión refrenda esta misma afirmación, común en la mayoría de investigaciones realizadas en los últimos años: “El mundo de los videojuegos es claramente machista: lo reconocen los creativos, los comerciales, los miembros de la industria, los propios usuarios. Lo 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).

“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. 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.

Ante tal panorama, las mujeres sólo tienen dos opciones. 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. O adaptarse, bien a jugar con videojuegos que los chicos dejan atrás (juegos simples -plataformas, marcianitos...- con los que los hombres jugaban cuando eran más pequeños) o bien a jugar con aquellos diseñados específicamente para mujeres (tipo barbie).

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 (Conocedoras, 2003).

Como manifiesta Tuya (2000) diferentes asociaciones como la AAUW o *Committe 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 los desarrolladores/as de 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.

A continuación se exponen las conclusiones obtenidas en la investigación, en dos partes. La primera referida a aquellos aspectos más externos y explícitos, lo que podemos denominar el sexismo explícito y la segunda la referida al sexismo implícito, es decir, a los elementos que conforman una cultura machista que conforma la cosmovisión sobre la realidad que se ha construido.

## **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 los videojugadores eran chicos. Estalló en 1995 concluía que el 65% de los usuarios 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 las 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 adultos. 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 género específico (hombres o mujeres que se comportaban como hombres y tenían los atributos de un “sex-symbol”), mientras que la mayoría de las chicas no especificaban ni el género 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 los jugadores. Esto habla de lo extendido del comportamiento entre adolescentes, jóvenes: es una pauta cultural tan ligada al género 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 era 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 género? ¿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

sujetos 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.

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 atrayente (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 femenina. 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 simbol virtual, en el que sus generosas y armoniosas medidas quedan suficientemente resaltadas por un vestuario ajustado (trajes de neopreno, shorts, tops, corrajes 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 el jugador/a. Es el caso, por ejemplo, de las aventuras de *Indiana Jones*, donde el jugador/a 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 el usuario/a 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 movimientos. 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 Brag: La mayoría de las figuras femeninas que aparecen en los videojuegos más demandados llevan un “sobrenatural Wonder Brag”. 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 este, por el contrario, asume la cuota de rudeza que dejan entrever nos “completaría” 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 quien las diseña.

## LA IMAGEN DEL HOMBRE PARA EL HOMBRE

De hecho se comprueba que este modelo de mujer es el que está en la cabeza de la mayoría de los que construyen, juegan o comentan los videojuegos. Así nos encontramos en 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 caballerescas. 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 el jugador/a 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

Es sorprendente igualmente que muchas de las imágenes que se utilizan en las 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 construyen 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 “cursi”, 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 (acción 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 segundo 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 resolutive” (Urbina Ramírez y otros, 2002).

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. Al mismo tiempo, identifica a aquellos personajes que aparecen 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 eran identificadas en poses dominantes por ninguna mujer; 3 mujeres estaban en poses claramente sumisas (o sea, una tercera parte), y ningún varón.

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.

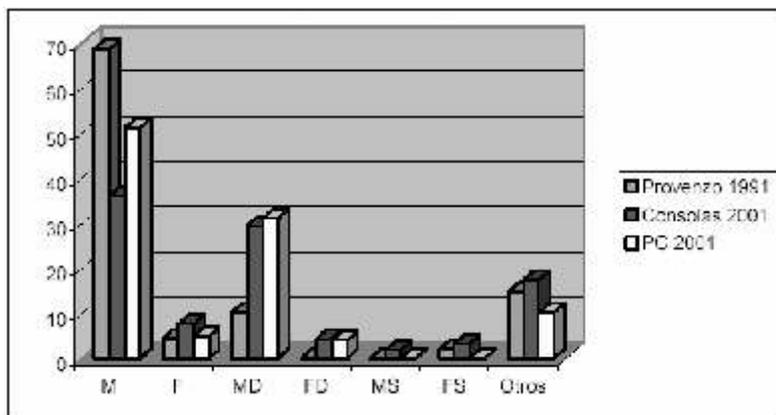
En otro estudio relacionado que hizo pedía a niños y niñas que dibujasen y describiesen a los personajes femeninos y masculinos de algunos videojuegos. Las mujeres eran descritas como los personajes menos interesantes, tanto por los niños como por las niñas. Los videojuegos y su contenido representan 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 valentía, 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 acostumbran 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.

Etxeberria 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 camufla-

je...). (...) 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 participante<sup>1</sup>, podemos ver cómo las mujeres desempeñan 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

---

<sup>1</sup> Los participantes son personajes que siguen las instrucciones de los jugadores/as, pero que generalmente no tienen personalidad propia o carecen de destrezas.

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 Herat*), 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.

## **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.

“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 *Micro-manía 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, como se ve en la esta imagen.

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 lleva 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.

## 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 algo 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*", el videojugador/a 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 inducirlas 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).

## **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*<sup>2</sup>) 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 (falda, 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.

---

<sup>2</sup> 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).

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 ventas<sup>3</sup>. “Los fabricantes de juguetes 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 que 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 más 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 el 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.

## **LA CULTURA SEXISTA**

La cultura sexista no alude únicamente al rol que desempeña la mujer en estos videojuegos, o al lenguaje sexista que se emplea en los

---

<sup>3</sup> 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.

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 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 otros 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, 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”.

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/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. 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 en el análisis de los más de 300 videojuegos más vendidos actualmente, 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. Pero lo hemos podemos constatar igualmente en el análisis documental de los anuncios que hemos hecho de los videojuegos en las revistas del sector: la publicidad de las revistas sigue estableciendo una relación proporcional entre la violencia de un juego y su calidad.

En los 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.

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, el modelo masculino, dentro de esta visión androcéntrica del mundo, se toma como modelo, como norma incuestionable de la conducta humana. Por ello se ve normal que la conducta adecuada de la mujer sea aproximarse cada vez más a la conducta de los hombres.

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 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” el que alienta los medios de comunicación, la publicidad, los comentarios animosos entre los adultos y los jóvenes. Es lo que se espera llegar a ser, el proyecto de futuro de las nuevas generaciones: llegar a ser un triunfador. 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 colabora-

ción. Por eso estos videojuegos les interesan más a los chicos. Ellos se centran en la conquista de un territorio, en acumular puntos, en la autoafirmación 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 al jugador que es inseparable poder y 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 adolescentes, que el mundo está hecho del dominio de unos sobre otros, y que hay que aprender a aplastar a los demás 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).

## **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 predomina la fuerza y las armas. Violencia y muerte te rodean de una forma constante. “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: Torment* (*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, nosotros– y el mal –los malos, ellos, los distintos a nosotros–; 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 filmico, 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 Kombat 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:

La descripción del videojuego titulado *X-Men: Mutant Academy*<sup>4</sup> 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 Boy<sup>5</sup> 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).

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*

---

<sup>4</sup> Es curiosa la colonización cultural y lingüística que supone el que muchos de los títulos de los juegos estén en inglés.

<sup>5</sup> Incluso los aparatos que se utilizan llevan "denominación de origen", por supuesto, también en inglés.

*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 acostumbrando" (*Micromanía*, tercera época, 1995, 1). Se convierte en un instrumento de defensa para los propios jóvenes frente a las críticas que puedan recibir de sus padres y madres o de los adultos o compañeros 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 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.

Y es importante analizar esta variable porque los juegos de ordenador violentos pueden ser 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/a y adopta una actitud pasiva. En el caso de los videojuegos, la persona 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 pueden ser peligrosos en el proceso de identificación de la fantasía con la realidad.

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 videoadictos a una de las asociaciones que se han creado con la finalidad de “desengancharles”<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> 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 jóvenes y adolescentes, si es este el tipo de valores que queremos que transmitan los juegos a 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 adolescentes), etc., etc. Estamos acostumbrándonos progresivamente a una indiferencia, incluso a una cierta mirada morbosa, ante esos espectáculos dantescos. Escudados en el latiguillo de que deben dar al mercado o al pueblo lo que pide –ya lo decían los césares de Roma–, los editores y los distribuidores de videojuegos se desligan de cualquier responsabilidad moral o ética acerca del contenido de los juegos. Además, se preguntan, por qué van a tener ellos más responsabilidad que los directores y productores de películas de cine o de “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 claramente<sup>7</sup>; 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*<sup>8</sup> 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?

## ¿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).

---

<sup>7</sup> “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...”

<sup>8</sup> 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?...

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, pediatras, terapeutas, educadores 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 novel 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 exigente.

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 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 incontestable 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 acostumbran 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 el 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 los jugadores pueden ser héroes 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"**

"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 diferente a mi, 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. 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 aseme a tu vera, este programa te encantará”, terminan en los mismos esquemas que 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 gans- ters, 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 norteamericanos, 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 cuanto 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 del videojugador/a 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/a. Es el que 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 hermano<sup>9</sup>), 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 conseguir 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.

---

<sup>9</sup> ... 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 nuestros adolescentes y jóvenes a realizar análisis complejos de la realidad, que integren diversos puntos de vista, perspectivas contrastadas, aleccionándolos 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 nuestros jóvenes. 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 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 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 noticieros 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 extraterrestre 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 jugadores/as a infiltrarse en las oscuras sombras del ciberterrorismo, agencias secretas y operaciones encubiertas. El 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 estrategas, 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 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 ejercito 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.americarmy.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 al jugador 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 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 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 esos 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 autores (Gros, 1998) consideran que los videojuegos contribuyen a que nuestros jóvenes aprendan 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 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 nuestros 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 inmediata 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 videojugadores/as entrevistados 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 consigo 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 (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 videojugadores aficionados 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”).

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 profundizar 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 nuestros 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 los propios 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 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.

## EL AISLAMIENTO

Muchos investigadores y estudiosos consideran que los videojuegos entrañan un problema serio de aislamiento. Algunos entienden que los videojuegos les sirven para sumergirse en un mundo de ensueño protector y fascinante que, ante la falta de riesgo real y de consecuencias tangibles de sus acciones, pueden llegar a sentirse tan protegidos en ese mundo aparente que renuncien participar en el mundo exterior. Otros aseguran que los videojuegos pueden llevar a aislarse del mundo social que se vive, puesto que el jugador habitual de videojuegos, acostumbrado a controlar el mundo fantástico de la máquina, puede sentirse insatisfecho y descontento ante el incontrolable mundo real.

A través de pulsar teclas y mandos (es lo mismo que se hace cuando se dispara un arma automática) nos convertimos en protagonistas de una acción que gira en torno a nuestras destrezas para controlarla. Vivimos así intensamente una ficción que nos absorbe y nos permite olvidar nuestros problemas cotidianos convirtiéndonos en “héroes” de ficción. Aquí somos el centro de la acción, dejamos de ser anodinos, “como uno más” y nos transfiguramos en los personajes de nuestros sueños, o más bien, del sueño que alguien diseña por nosotros. Es una ficción que es tremendamente atractiva para un número creciente de adolescentes y jóvenes inseguros en las relaciones, con baja capacidad de interacción social, tímidos o aislados. Y es difícil sustraerse a su atractivo cuando pasas a ser el “héroe” de tus fantasías.

Lo cierto es que el aislamiento es otro de los fenómenos relacionales que conllevan muchos videojuegos que se venden comercialmente y que los publicistas exaltan como altamente adictivos. Así, hablando del videojuego de Nintendo denominado “Zelda”, se afirma que tienen “una dinámica de juego que absorbe y ensimisma” (*Game Boy*, 2001, 64, pg. 10); o también anunciando el juego “Alfred's Adventure” se afirma que este juego “tiene una naturaleza adictiva que te hará volver una y otra vez a por más aventuras exasperantes” (*Game Boy*, 2001, 64, pg. 30). Del juego titulado “The Longest Journey” nos dicen que “nos tendrá pegados a la pantalla hasta que descubramos todos sus secretos” (*Juegos & Cía*, 2001, 17, pg. 26). Se exalta la capacidad de seducción, adicción, de absorber al jugador, de aislarle y sumergirle de forma compulsiva en el juego. “Tribes es el más adictivo de los que he jugado” dice G. Masnov en *Game Live PC* (3, pg. 54).

El proceso de identificación con el personaje de la pantalla puede además contribuir a provocar en el jugador una alteración de la percepción del espacio que lo rodea y del paso del tiempo. Este fenómeno podría acentuar este potencial peligro de ensimismamiento que puede ser mayor aún con la progresiva incorporación de sistemas inmersivos de realidad virtual. Esto supone que cada vez más estamos aprendiendo con los videojuegos a jugar junto a otros y no con el otro.

## ALTERNATIVAS

Como podemos ver los videojuegos no son ajenos al fenómeno de la violencia, la compulsividad, el sexismo o el aislamiento de nuestros alumnos y alumnas adolescentes y jóvenes. Por lo tanto tenemos que considerar que la acción preventiva implica no sólo a la escuela sino igualmente a determinados aspectos 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.

Tenemos que ser conscientes y críticos respecto a la clara tendencia homogeneizadora, de la mayoría de los videojuegos que compramos a nuestros 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 los otros,
- La no consideración de las víctimas o la incapacidad de ponerse en el lugar del otro,
- 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.

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 generacionales reconocidos por los organismos internacionales que deben pasar de meras declaraciones de derecho a normas vinculantes de hecho si no queremos que nuestros sucesores 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?

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 estudian-



tes 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 especifican 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:

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.

Licon 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 hombres 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 (cibercafé y ciberjuegos) 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 (Turkle, 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, consecuentemente, 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<sup>er</sup> 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 entreteniendo.
- 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 videojue-

gos” (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 conllevan 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.

## **INTRODUCCIÓN DEL ANÁLISIS DE LOS VIDEOJUEGOS EN EL CURRÍCULUM 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 currículo 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.



Pantalla del cd-rom multimedia elaborado

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.

Tanto el libro, como la guía y el cd-rom se pueden solicitar de forma gratuita al Instituto de la Mujer, a la Directora de programas educativos: Ana Mañeru Méndez. Instituto de la Mujer. Condesa de Venadito 34. 28027 Madrid (España). Tfno: (34) 913637973. Fax: (34) 913638073 E-mail: amanerum@mtas.es

## Bibliografía

- AMINISTÍA 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>
- 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/n\\_oticias/nue\\_tec.htm](http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/doc/n_oticias/nue_tec.htm)
- BRAUN, C. y otros (1986). Adolescents and microcomputers: Sex differences, proxemics, task and stimulus variables. *Journal of Psychology*. Nov 120 (6) 529-542.

- BROWN, D. (2004). *El Código Da Vinci*. Barcelona: Urano.
- 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.
- 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.
- CESARONE, B. (1994). Videogames and children. *Office of Educational Research and Improvement*. Washington
- 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-FELIPE-esteem and gratification of needs in adolescents. *Journal of community and applied social psychology*. 5, 195-206.
- CONOCEDORAS (2003) *Una cara bonita no es suficiente*. <http://www.muiereschile.cl/conocedoras/articulos.php?articulo=279&area=cultura> (14/10/03)
- 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.
- DÍAZ PRIETO, M. (2003). Las dificultades de probar la relación causa-efecto. *La Vanguardia*, 08-junio-2003.
- 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.
- 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.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, E.J., TERRÓN BAÑUELOS, E. y ROJO, J. (2001). Videojuegos: cuando la violencia vende. *Cuadernos de Pedagogía*, 305, 79-83.
- ESNAOLA HORACEK, G.A. (2003). Aprender a leer el mundo del siglo XXI a través de los videojuegos. *Étic@net*, 1, 1-10.
- ESTALLÓ, J.A. (1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta.
- ETXEBERRIA BALERDI, F. (1996). *Videojuegos y educación*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- ETXEBERRIA BALERDI, F. (1999) Videojuegos y educación. En Etxeberria, F. (Coord.): *La Educación en Telépolis*. Donostia: Ibaeta.
- FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción). (2002). *Jóvenes y Videojuegos: Espacio, significación y conflictos*. Madrid: FAD, Injuve.
- FERNÁNDEZ, C. (2003). Videojuegos peligrosos. *Fusión*, marzo 2003 (suplemento de Asturias).
- FERNÁNDEZ-OBANZA, G. (2003). Videojuegos: Juegos para un mundo Peor. En <http://www.ecodesarrollogaia.org/index.htm>
- GERZON, M. (1982). *A Choice of Heroes: The Changing Face of American Manhood*. Boston: Houghton Mifflin Co.

- GÓMEZ CAÑETE, D. (2001). Ideología y videojuegos. Revista *en.red.ando*. En <http://enredando.com> (30-julio-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-abril-2003).
- 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.
- GROS, B. (2002). Videojuegos y alfabetización digital. *En.red.antes*, 318, 7 de mayo. En <http://enredando.com>
- GROS, B. (Coord.) (1998). *Jugando con videojuegos: Educación y entretenimiento*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- 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.
- JONES, G. (2002). *Killing Monsters*. London: Sega.
- JONES, P.K. (1986). The Relative Effectiveness of Computer-Aided Remediation with Male and Female Students, *T.H.E. Journal*, March.
- JUUL, J. (2004). *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*. Tesis Doctoral inédita. Copenhagen: Universidad IT.
- KAFAL, Y.B. (1996). Gender Differences in Children's Construction of Video Games. En P.M. Greenfield y RR. Cocking. (Eds.). *Interacting with Video* (39-66). Norwood (NJ): Ablex Publishing.
- LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós.
- MALES, M. (1999). *Framing Youth*. New York: Basic books.
- MARQUÈS (2000). Videojuegos: Efectos psicológicos *Revista de Psiquiatría Infantil y Juvenil*. 2, 106-116.
- MIEDZIAN, M. (1991). *Chicos son, hombres serán*. Madrid: horas y HORAS.
- MUÑOZ LUQUE, B. (2003). Mujer y poder: una relación transgresora. *Organización y Gestión Educativa*, 3, 8-14.
- NIETO, S. (2003). Juguetes: más sexistas, imposible. *La Crónica-El Mundo*, 424, 30 de noviembre, 12.
- ORENSTEIN, P. (1995). *Schoolgirls: Young Women, Self-ESTEEM, and the Confidence Gap*. New York: Anchor.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1997). Presentación. En LEVIS, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas* (13-15). Barcelona: Paidós.
- PIPHER, M. (1994). *Reviving Ophelia: Saving the Selves of Adolescent Girls*. New York: Putnam.
- PITA, X. (2004). Mujeres virtuales. Las heroínas de videojuegos evolucionan. *Game-Live PC*, 36, 28-31.
- 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.
- RUSHBROOK, S. (1987). "Messages" of Video Games: Social Implications. (Tesis doctoral, University of California, 1986). *Dissertation Abstracts International*, 8621127.
- SANZ, D.; MAESO, G. y BORREGUERO, M. (2004). Los videojuegos. *Gaceta Universitaria de la Universidad de Valladolid*, 474, 8 de marzo, 1-13.
- STRASBURGER, V. y otros (1993). Adolescents and the media. *Adolescents-Medicine: State of the Art Reviews*. 3 (4) oct.
- 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.
- 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.
- WILDER, G., MACKEL, D. y COOPER, J. (1985). Gender and Computer: Two surveys of computer-related attitudes. *Sex Roles*, 13 (3/4), 215-228.

## **TALLER:** **“NOMBRA Y DEFINE”**

---

**Rosa Fernández Fernández y Amparo Díez Valcarce.**

*Consultoras de empresa, expertas en organización, formación y calidad.*

### **PARA QUÉ SIRVE.**

La idea ha sido la de analizar y reflexionar acerca del trato discriminatorio, cuando no vejatorio, de los medios hablados, escritos y mediáticos hacia las mujeres, su condición, sus circunstancias....

La discriminación con minúsculas, la que está en todas partes, esa que se cuela en nuestras vidas y no chirría apenas, sigue avanzando posiciones y nos damos cuenta que la cosificación sigue estando más de moda que nunca, poniendo las bases para llegar a naturalizar así los malos tratos físicos y psicológicos.

### **CÓMO FUNCIONA.**

Se ha entregado a las participantes una documentación que recoge distintas áreas de interés mediático en las que se habla de las mujeres con un discurso cosificador, vejatorio, muchas veces agresivo, y siempre hostil.

Haciendo repaso sobre la misma tratamos de descubrir, ya que a veces este análisis se convierte en toda una labor de investigación, “qué tipo de mujer” se nos muestra: pasiva, sufridora.. cuando no frívola o despectiva.

Se analizó el papel de “las mujeres en las canciones”, con un exhaustivo estudio sobre el fenómeno que nos traen las bandas de delincentes sudamericanas llamado “reggaetton”, en el cual las mujeres son tratadas como meros objetos.

Se ha puesto de manifiesto el contenido agresivo y el trato vejatorio y humillante contra las mujeres en dichas canciones (que paradójicamente muchas mujeres cantan, con letras compuestas por estos individuos), sin dejar de lado hasta qué punto estos famosos y cantantes son un referente para un porcentaje altísimo de juventud.

Se ha analizado también el papel de “las mujeres en la literatura” donde se leyó y analizó el contenido y la moraleja del cuento “La ratita presumida”.

Se ha jugado a LA BARAJA DEL REFRANERO, donde nos hemos percatado que el refranero del siglo XVII, en lo tocante al papel social de la mujer, sigue en plena vigencia en el siglo XXI.

Se hizo un repaso por diversas secciones de la prensa, como la de “anuncios por palabras” o la de “deportes”, donde queda bien patente cuál es el interés social y mediático por las mujeres.

### **A TENER EN CUENTA.**

Después de las reflexiones realizadas en este taller nos fijaremos, a partir de ahora, en qué cantamos, cómo hablamos, y qué programas vemos y oímos. Y estaremos atentas para reconocer si se dirigen a nosotras y cómo se dirigen a nosotras, evitando naturalizar nosotras mismas actitudes de invisibilidad y rechazando enérgicamente contenidos que nos degradan y que ponen la base para otros abusos y malos tratos diferentes de los que se hacen con el lenguaje, PORQUE EL LENGUAJE DEFINE PENSAMIENTO.

### **PARA SABER MÁS...**

Estar pendientes de todas las formas mediáticas y de los mensajes subliminales que contiene cada noticia, cada palabra, cada silencio... cuando se trata de hablar de mujeres.