

¿Game-over sexismo?

Análisis de actitudes misóginas y acoso dentro de la comunidad gamer de México.



Por María Fernanda Duvallon Inclán

La industria de los videojuegos se ha posicionado como uno de los medios de comunicación mas influyentes en la actualidad, millones de jugadores encuentran en los videojuegos una forma de escape de nuestra realidad. Pero no todo dentro de la comunidad ha sido siempre miel sobre hojuelas. En este trabajo propongo analizar las conductas de agresión que se muestra dentro de la comunidad gamer dirigidos al sector de este que se identifican como mujeres, específicamente en México y/o America Latina.

La industria del videojuego en México reporta a 68.7 millones de usuarios registrados para antes de que se terminara 2017, cifra que posiciona al país en un consumidor importante de este medio de comunicación. (Esquivel,2018)

Como medio de comunicación los videojuegos es una de las plataformas más recientes en aparecer, perfeccionados y popularizados en la década de los 80. Fueron de la mano con los recientes avances tecnológicos en computación. Aunque al principio los juegos eran hechos de animaciones básicas y sin representaciones de personas reales todo esto fue evolucionando a animaciones más complejas. El público que jugaba videojuegos en esa época se trataba de la generación más joven, pero actualmente las cifras han cambiado, nos hablan de otro tipo de público, por lo tanto, otro tipo de necesidades y de hábitos de consumo.

Las grandes problemáticas que se tratan de explorar en diversas investigaciones están relacionadas con el contenido dentro de estos juegos, la violencia y el efecto de ellos en los jóvenes. Pero debido a recientes acontecimientos y gracias a las redes sociales, se han volteado los reflectores a analizar como es que dentro de una comunidad aparentemente tranquila y tan contracultural como es la comunidad gamer pueden nacer grupos que atacan y acosan a mujeres simplemente por no estar de acuerdo con ellas

Después del movimiento conocido como #GamerGate que nació en redes sociales, múltiples estudios se han enfocado en reanalizar el rol que juegan ambos sexos dentro de esta comunidad. Los atacantes bajo el hashtag se enfocaron en un grupo de mujeres periodistas, comunicólogas y desarrolladoras de videojuegos para ser acosadas por distintos usuarios en redes sociales o foros de videojuegos. Todo esto se realizó ya que dentro de la industria y la comunidad en recientes años se ha vivido un periodo de diversificación, de inclusión y un cambio parcial con la forma en la que se les representa a estas llamadas “minorías”. (Tomkinson, 2015)

Actualmente, aunque el problema contra el acoso ha disminuido, todavía queda mucho camino por recorrer si se quiere llegar a la completa igualdad, respeto y representación dentro de la comunidad a las mujeres. Más importante aun para este trabajo es ver como afecta a la comunidad gamer de latinoamerica y mexicana,

ya que los estudios que se han realizado sobre este tema y específicamente esta región, son escasos.

Según Esquivel (2018) se puede dividir al mercado mexicano en dos categorías: jugadores casuales o jugadores intensivos. Las cifras indican que 9 de cada 10 gamers en el país son jugadores casuales que su primordial plataforma de juego es vía smartphones y con un tiempo de juego promedio de 1 hora y media. Mientras que 6.7 millones de gamers intensivos prefieren el uso de consolas caseras y sesiones de juego más extendidas. Este tipo de análisis nos da información de cómo es el mercado mexicano pero, ¿Qué hay sobre el análisis profundo a la comunidad?

El motivo de esta investigación es reconocer que problemáticas enfrenta las chicas gamers latinoamericanas dentro de las redes sociales, torneos profesionales y que papel juega la representación femenina en los videojuegos para que el resto de la comunidad se comporte agresiva o que rechacen a las llamadas “minorías”. Es importante darle continuidad a estos temas ya que el estudio de los medios de comunicación es una forma de ver como se desenvuelve la sociedad y los cambios que a nivel cultural que se han visto a través de los años.

Esta comunidad en algún momento significaba predominante por los hombres, pero ideológicamente se ha transformado en un espacio abierto donde cualquier persona puede desarrollar y aprender a formar lazos sociales y explorar su capacidad de aprendizaje con infinitas posibilidades, tomando la identidad que ellos les plazca. Pero este tipo de discriminación se ha vivido durante muchas décadas, todo esto va ligado con la idea o percepto que se tiene sobre el público video jugador, dominado por la figura masculina como el jugador y el principal héroe o personaje de la mayoría de los juegos. Investigaciones recientes tratan de entender en qué lugar está parada hoy en día la industria de los videojuegos, sus jugadores y la función que ejercen a la hora de exigir nuevos títulos para sus dispositivos o consolas.

El objetivo es comprobar si el sexism permea la comunidad gamer en Mexico y latinoamerica, comprender y analizar las causas dentro de la misma

comunidad y la relación que tiene con los tipos de juegos en el mercado . De igual forma, encuentra la relación entre la falta de representación femenina en los videojuegos y la misma industria.

Para esta investigación se buscó en diversos artículos académicos de investigación y otros documentos escritos encontrados en las redes sociales o medios dedicados a los videojuegos. De igual forma se trató de contactar a 3 mujeres youtubers.

2.- ¿Quiénes juegan videojuegos?

Según Penix-Tadsen (2013), las estadísticas han mostrado que los videojuegos no se tratan de una actividad exclusiva para niños o jóvenes, en el 2008 el 68% de los hogares estadounidenses jugaban videojuegos y de estos la edad promedio del consumidor era de 38 años. Esto se puede justificar ya que ese grupo de personas de 38 años “estrenaron” la industria del videojuego y se acostumbraron a consumir este tipo de medios. La cifra de mujeres jugadoras es del 40% de la cual un 30% son mujeres adultas, superando a la población de hombres menores de 17 años con un 23% de todo el mercado.

El mercado estadounidense de ese año nos dice que las mujeres eran una parte grande e importante para el consumo de los videojuegos, por lo tanto, no se podría considerar una minoría dentro del mercado. Lo que el resto del estudio analiza es el mercado de videojuegos en América latina, el problema con este análisis es que no toman datos estadísticos sobre la población latina.

El contenido nos dice que muy pocos de ellos presentan propuestas de juego con contenido diverso que represente a los jugadores que los consumen. Tomando en cuenta las estadísticas ya mencionadas y el prominente mercado que representan las mujeres para los videojuegos, se deberían tomar en cuenta los gustos del público e incluir dentro de los mismos juegos una representación justa de este sector. Aunque este estudio se realizó en 2006, esta problemática de la representación ha cambiado muy poco. En la actualidad, las compañías son

constantemente retroalimentadas y criticadas en muchos casos para obligarlos a tenerlos en cuenta a la hora de desarrollar nuevos juegos y tomar decisiones.

3.- El mercado en América Latina y México

El modelo de sociedad que países como Estados Unidos, Japón y algunos países de europa se distancia bastante de aquel que se vive en un país como México o el resto de latinoamerica. Los estudios que se han realizado sobre los hábitos de consumo de los videojugadores latinoamericanos son contados o la profundidad de análisis que se le ha dado no ha sido la suficiente. A nivel de importancia de mercado internacional, México se destaca por ser un productor y consumidor prominente de medios de comunicación.

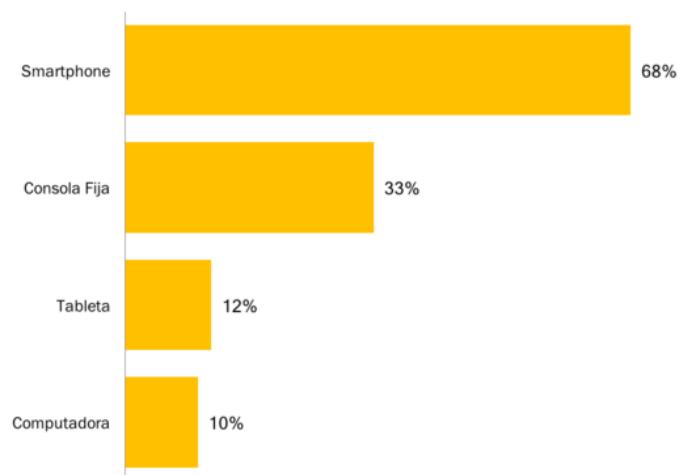
El uso de la tecnología va cambiando como la sociedad lo va transformando y hoy en día es casi se tenga accesibilidad a un dispositivo electrónico y por lo menos algún juego descargado en este dispositivo. Este tipo de estudios nos resultan de gran relevancia, ya que al entender como funciona y como se mueve el mercado mexicano podemos proponer nuevos modelos de negocios y conocer las necesidades que se tienen en el país para poder ofrecer un contenido adecuado a las características culturales de la región.

Además de lo ya mencionado, recordemos que Latinoamérica es característica por su fuerte y predominante cultura machista, así que realizar estudios de género en cualquier medio de comunicación nos muestra el panorama en general respecto a como la cultura afecta al comportamiento de los jugadores en las comunidades dentro y fuera de la red, como se identifican las jugadoras latinoamericanas y si su participación dentro de los torneos que se realicen, foros y reuniones casuales no se ven afectadas de acuerdo a su condición de género.

Según el estudio realizado por Esquivel (2018) el mercado en el país va en aumento conforme los años, ya que en el 2016 se consideraban activos o registrados 59.1 millones de usuarios y durante el 2017 la cifra aumentó a 68.7 millones de usuarios, habla de un crecimiento del 15.1% por año. En cuanto a las características demográficas de los usuarios, también encontró que el 34.1% de los jugadores son personas de más de 50 años, esto en cifras reales lo traducimos a

que más de 5.3 millones de usuarios son personas casi de la tercera edad, un dato clave para entender el tipo de mercado que tiene el país. México representa un ingreso de 22 mil millones de pesos anuales para las distintas compañías internacionales.

Preferencia de Videojugadores por Dispositivo (%)



En cuanto a los dispositivos que se utilizan, el que más tiene uso y popularidad entre las personas son los dispositivos móviles. Mediante aplicaciones de juegos de distintos sistemas operativos o emuladores que recrean la forma de jugar de otras plataformas, los smartphones son el primer vínculo donde se emplea la mayor parte del tiempo de los jugadores, tanto casuales como hardcore. Además de que la cifra de descargas y usuarios aumentó un 19.2% al año anterior.

4.- Valor de Faro dentro del juego.

En esta investigación y en los estudios que se consultaron se encontró que la forma de análisis de este medio de comunicación radica en la identificación de los valores sexistas dentro de los juegos, que ocurre dentro del pensamiento de los jugadores y si promueven o no valores machistas dentro de los juegos mediante la representación de las mujeres y los roles que cumplen en la historia.

En esta categoría podemos analizar el abanico de roles y la imagen asociada a ellos, que tiene la mujer en los videojuegos analizados: un 30% presenta a la mujer como un objeto erótico y sexual dentro de los cánones de la cultura machista (cuerpo escultural, insinuantes, ciberheroínas). Un 10% la presenta a la mujer como agresiva (en el papel de luchadoras, figuras andróginas) asumiendo patrones de comportamiento masculinizados. La mayoría (un 60%) presenta un rol de “mujer pasiva” dependiente del rol masculino, asumiendo papeles de mujeres desvalidas que han de ser cuidadas o rescatadas por las figuras masculinas imágenes adolescentes, inocentes y con necesidad de protección). (Sauquillo, 2008, p 144)

Este estudio se realizó con el propósito de analizar la relación que tienen los videojuegos, su contenido y el legado educativo hacia los niños y jóvenes videojugadores, ya que gracias al tiempo de exposición los videojuegos son una fuente importante de información que a la larga transmiten valores u otro tipo de contenido educativo a quienes lo juegan.

Los jóvenes pueden imitar los patrones y modelos a seguir de los juegos, así como si se tratara de cualquier otro medio de comunicación, por eso es un objeto de estudio los roles de género que se presentan en estos juegos. Los autores de esta investigación consideran que el factor que hace más importante el estudio de estos videojuegos es que es un agente socializador. Los denominados “E Sports” fomentan la participación mediante competencias y torneos, nacionales, internacionales y en línea con competidores de diferentes niveles. Esta modalidad de entretenimiento se ha transformado también en un trabajo para aquellos que son sobresalientes en estos juegos, dándole la oportunidad a estos jóvenes de sacarle hasta la última gota de oportunidad para socializar, aprender y trabajar.

Sauquillo (2008) recalca las ventajas y desventajas de los videojuegos entre los jóvenes, donde las ventajas se encuentran en que los niños y jóvenes pueden interactuar y desarrollar sus habilidades sociales con otras personas mediante los juegos, mientras que las negativas son que al espectador se le ofrece una experiencia bastante limitada de un universo o realidad que les presentan los

juegos. Aislamiento, apatía y rechazo ante cualquier otra actividad social es lo que comúnmente se le asocia a la actitud que toman los jugadores ante estos estímulos continuos delante de una pantalla digital.

El autor recalca que como todo medio de comunicación, los videojuegos son el reflejo de la sociedad, por lo tanto, se pueden analizar el tipo de contenido en estos atacando problemas como la desigualdad de género y los estereotipos que surgen dentro de los videojuegos, ya sea del comportamiento de los personajes o los prototipos que siguen estos. Ya sea replicando los valores de la cultura de los desarrolladores o de la región para la cual está hecha ese juego, pero por los procesos de globalización, es cada vez más complicado lograr desarrollar o sacar a la venta un videojuego centrado a una ideología específica.

De acuerdo con la categoría anterior que analizaba el rol de la mujer, los valores/disvalores femeninos que se transmiten a través de las figuras femeninas en los videojuegos analizados son en su mayoría agresivos (40%) que unido al porcentaje de valores “masculinos” como competición, etc., suman un total del 70% de los valores que se transmiten a través de este tipo de juegos. Otro 30% transmite valores maternales (de ayuda, de cuidado, necesidad de ser rescatadas y protegidas por el héroe masculino, etc..). Entendemos pues que tal como señalaba Díez sigue siendo obvio la total ausencia de estilos asertivos tan necesarios como referentes en nuestra cultura y sociedad actual. (Sauquillo,2008, p 145)

Los autores analizaron los videojuegos más vendidos del 2008 en España, clasificaron según el género del juego, modalidad, protagonistas y la relación que tienen con el resto de los personajes dentro del juego, pero lo más importante del análisis fue los estereotipos de roles de género dentro de los juegos. El enfoque que le dan es que tipo de valores o papeles tomaban en la historia del juego y la relación que tenían con los demás personajes. Es decir, el desarrollo de estos personajes en función con la trama principal y las acciones que llevaban a cabo alrededor de las elecciones que tomaban los jugadores como protagonistas.

Los resultados más relevantes nos indican que este tipo de generalización de las mujeres dependientes de los hombres (el 60% de los casos) donde cumplen el papel de damiselas en peligro o esperando la salvación de algún otro personaje, como otro sector, el 10% se muestra con un comportamiento agresivo ya que se tratan de juegos de pelea. Tal es el caso de juegos como Mortal Kombat, Super Smash Bros, entre otros videojuegos de rol/pelea.

Los valores que se transmiten mediante los videojuegos son aquellos que proyectan los personajes y la relación que tienen con los protagonistas, pensemos en juegos como GTA donde puedes interactuar con prostitutas y después quitarles la vida fácilmente. El estudio menciona que se han realizado previamente análisis entre otros juegos violentos y la relación que tienen con el comportamiento de los niños, jóvenes o adultos hacia otro tipo de grupos sociales, en este caso a las mujeres. Pero en otros juegos donde el rol de las mujeres es más pasivo nos retransmiten las expectativas que se tienen al hablar de las mujeres.

5.- Gamers y sus juegos: desmitificados.

Pero el hacer estudios de género relacionados con los videojuegos no implica automáticamente que toda la cultura gamer es sexista, o que ningún protagonista en los videojuegos ha sido mujer, simplemente que las representaciones que se le han hecho a las mujeres no son suficientes o son ejemplos ambiguos, tal es el caso de personajes como Zelda o Samus Aaran que su identidad como mujer se revela una vez que acabas el juego, cosa que para la época de cuando salió el primer Metroid impactó a la mayoría cuando fue su estreno, por primera vez experimentaron como era manipular un personaje femenino en un juego.

Y así poco a poco nos introducimos a problemáticas internas que se analizan desde campos como la psicología para tratar de analizar los patrones de conducta que se suscitan dentro de los jóvenes y la capacidad de réplica que tienen ante los valores que los videojuegos inculcan. Previamente analizamos como la población y la frecuencia con la que los jugadores determinan el conocimiento, práctica y reconocimiento dentro de la propia comunidad.

Recordemos entonces que se han creado estigmas en cuanto a los valores educativos que pueden presentar los medios de comunicación, perjudiciales o no, siempre se busca dejar un impacto dentro del público. Los prejuicios que se han fermentado durante décadas sobre los videojuegos como una forma de arruinar el crecimiento infantil son hechos bajo fundamentos básicos y sin tomar en cuenta el lado positivo y productivo que implican los retos que se encuentran dentro de ellos.

Al reconocer a los videojuegos como algo negativo para la educación de la juventud se le da un valor de juicio basado en preceptos moralistas que no tienen un fundamento científico. Los videojuegos, como bien dice el nombre, son juegos. Los juegos como todo en esta vida están sujetos a reglas y límites que el jugador se pone personalmente. Tienen la capacidad tanto de aislar a la gente como unirla y crear diferentes tipos de grupos sociales. Así que toda la percepción negativa que se les dan se funda a base de mitos, cosa que para Aragón (2011) va a ser el objetivo central de su estudio.

Primero ataca el mito sobre la violencia que se transmite al jugar videojuegos, que, aunque la industria del videojuego está repleta de juegos de ataque y estrategias, simplemente existen porque es lo que más les interesa a los consumidores, un mero gancho de publicidad, no un reflejo de la comunidad en sí. La violencia que existe dentro de los juegos solo es producto de las tendencias que se promueven dentro de los medios de comunicación y su objetivo es imponer modas, ya sea para apoyar intereses económicos de ciertas compañías o reforzar valores previos en la sociedad donde se quiera vender este producto.

...todos ellos concluyen en una visión estereotípica y distorsionada por su simplificación tanto de las figuras masculinas como femeninas en perjuicio de estas últimas. Mientras a los varones se les asignan roles dominantes y activos (valor, fuerza, inteligencia, competitividad...), las mujeres, además de contar con una presencia menor, se representan pasivas y sumisas, reproduciendo arquetipos viriles o simplemente como consumistas y superficiales, es decir, modelos masoquistas, sádico y barbie respectivamente. (Aragón, 2011, p. 100)

El siguiente mito o precepto que se tiene con los videojuegos es su carácter misógino o no inclusivo para las mujeres, donde se las cataloga en diferentes estereotipos como el de damisela en peligro, interés amoroso o femme fatale. Aquí destaca el valor que se le da a los hombres como personajes que dominan, son los héroes y destacan por su valor, inteligencia y competitividad, contra las mujeres que se les refleja como sumisas. Más adelante en esta investigación explicaremos como se perciben los videojuegos considerados como sexistas ante los ojos de los jugadores, en específico ante el público más joven.

La autora concluye con la reflexión de que el juego no hace el jugador, si no el jugador al juego. Para evitar que mitos y predisposiciones a tacharlos como negativos para la educación se deben de canalizar en los valores correctos que se pueden transmitir con la guía de algún tutor, porque al consumir cualquier tipo de medio de comunicación siempre existen riesgos y beneficios.

6.- “Este juego solo es cosa de niños”.

Los medios de comunicación son un reflejo parcial de lo que la sociedad significa, o del sentido que la sociedad le da a su realidad. Generalmente, la población que suele innovar o generar un cambio entre las generaciones son los jóvenes, de igual forma los medios de comunicación imponen modas y promueven aquello que los jóvenes buscan para satisfacer sus hábitos de consumo. Pero las generaciones recientes se han mostrado inconformes con muchos de los estándares que se intentan establecer, cierto tipo de mediadores o regularizadores que “reflejan” el gusto o la identidad común. En muchos de los estudios ya analizados el principal target de análisis para este tipo de problemáticas son los jóvenes, ya que para explicar la relación que pueda existir entre las conductas misóginas dentro de la comunidad suelen surgir desde los más jóvenes.

Sanford (2016) comienza a explicarnos la importancia que tienen los medios de comunicación entre los niños y adolescentes, buscan alguna forma de escapar de su rutina escolar diaria para recrearse y dejar de lado los complicados esquemas sociales que se tienen dentro de las instituciones. Muchos de estos jóvenes, en este caso nos habla de los hombres, recurren a los videojuegos ya que no necesitan

encajar en grupos sociales predeterminados, están lejos de la autoridad adulta y sobre todo por que se comprometen a una actividad larga, interesante y lúdica por muchas horas continuas.

...the concept of the computer as a male object is reinforced in children very early in their lives. Males, given machine-type toys, including computers, are encouraged to experiment with them; they are more likely to receive training (formal and informal) in using computers. (Sanford, 2016, p.289)

A diferencia de otros medios de comunicación, los videojuegos convierten al espectador en alguien activo y decisivo para el desarrollo de las historias, por lo tanto, el nivel de cercanía que se llega a establecer entre el mundo que se les presenta y el espectador/jugador es bastante estrecho, cosa que se refuerza aún más cuando se trata de una comunidad en línea o un grande grupo de sus amigos de verdad que tienen los mismos intereses.

El autor también dice que este interés por los videojuegos aumenta por que los hombres jóvenes no tienen tanto éxito en las actividades académicas, lo que los lleva a buscar otra alternativa de su interés. Aquí es donde podemos notar los estereotipos de género, la común noción que se tiene respecto al rendimiento académico donde a las mujeres se les entiende como más “aplicadas” y a los hombres el contrario, aunque al buscar este escape en los videojuegos también los hombres demuestran su habilidad de aprendizaje.

El autor también cita una investigación realizada por la *Kaiser Family Foundation study Kids, Media, and the New Millennium*, (2002) donde argumentan que los niños y las niñas tienen diferente enfoque con diferentes medios de comunicación, los niños pasan más tiempo frente a la televisión, computadora y videojuegos que las niñas, ellas por su parte consumen más productos de la industria musical y cosas impresas como revistas o libros. Otra diferencia también está en que, al usar el internet, las niñas consumen más tiempo, pero lo aprovechan más para fines educativos.

Pero, aunque este sea el uso que le dan las mujeres jóvenes a la tecnología, los estereotipos de género también están presentes en la educación infantil, nos pone como ejemplo los tipos de juguetes que están destinados para niños y para niñas en esa época. A los niños se les suele entregar juguetes como coches, robots y pequeñas computadoras, donde los incentivan a aprender indirecta o directamente como funciona la tecnología y los usos que se le da, familiarizándolos con el uso de máquinas desde pequeños para que tiempo después dediquen su tiempo en ellas durante la adolescencia y años más tarde se dediquen a carreras universitarias relacionadas con la tecnología. Por el contrario, a las mujeres se les educa para desarrollar sus habilidades sociales, pero fuera de las máquinas con juguetes como muñecas, objetos de la vida cotidiana, entre otros. Esto se ve reflejado de igual forma en el tipo de carreras donde predominan las mujeres, comprobando que el uso de la tecnología si se focaliza en dividirlos por género, aunque sea desde muy pequeños, causan efecto a la larga en las decisiones de los adultos.

7.- La contracultural Gamer y los héroes del movimiento.

Whether purposefully or unconsciously, youth engage in practices that serve to resist imposition of structures and rules currently prevailing in society. These rules are challenged in both private and social spaces. Even when speaking to us as researchers, the participants seemed more willing to share their expertise once it was clear that we were not negatively judging their videogame play... As they gained skills and confidence in playing games, they felt more able to resist traditional authority, relying on their fellow gamers for support and understanding. (Sanford, 2006, p.293)

Sanford (2006) nos recalca las características que tienen las comunidades de video jugadores, desafiantes, independientes y conscientes de lo que están jugando. Recordemos también, que los estereotipos de género son dañinos para ambos géneros, donde a los hombres se les clasifica como predominantemente fuertes, varoniles e indiferentes a su entorno. Al buscar el escape que necesitan de

la sociedad, consiguen un escape de todas estas normas impuestas por la sociedad respecto a género y formas de socializar.

El explorar un mundo como lo es un videojuego les otorga la libertad de decidir su destino virtual, donde pueden gozar de la seguridad de equivocarse y repetir hasta lograr el objetivo que se propusieron dentro de los confines de este universo ficticio y con sus respectivas responsabilidades y consecuencias.

Entre muchas de las libertades que ofrecen los videojuegos es la capacidad de decidir sobre su aspecto físico, desde escoger el género o incluso si deciden ser un ser humano o animal, al crear este tipo de personalización dentro de los juegos los hace tomar el papel de alguien más y explorar esa personalidad que tienen. Además de que los videojuegos incentivan al jugador a romper los moldes sociales y normativos dentro de los universos en los que se desarrolla la acción para continuar con la historia o el destino del personaje.

El cambio de pensamiento que se ha desarrollado en estos últimos años es otro factor muy importante para el análisis, donde cada día se buscan romper las distintas barreras impuestas por muchos años en cuanto a el rol de género en todos los ámbitos de la vida, tanto en el trabajo, la educación que se le da a los niños y como se aplican en la vida social. Para la juventud es de suma importancia definir quiénes son y buscar algún vínculo que los conecte con personas similares a ellos en diferentes regiones del mundo, aunque se encuentren lejos de ellos, esto es un valor que de igual forma los videojuegos tratan de transmitir.

El mundo de los videojuegos siempre ha representado el papel de agente contracultural, lejos de las preferencias populares, en décadas previas los medios lo alejaban de lo mainstream. A lo largo de los años, este concepto de ser un “nerd” ha ido evolucionando y se ha ganado su lugar dentro de la cultura popular. Con el desarrollo de la tecnología en este último siglo, cada vez los videojuegos y los que los consumen han sofisticado y modernizado las formas de juego y la relación que existe entre ellos.

El nuevo juego llamado “VRchat”, como el ejemplo más reciente para este caso, ha creado una comunidad masiva internacional. Le da la libertad a cada jugador de explorar su personalidad y personajes mediante un sofisticado sistema de realidad virtual, diseño computacional y uso de personajes de la cultura popular. Donde cada jugador puede representar el papel de su preferencia sin importar el género, edad, nacionalidad o creencia religiosa. Esto nos demuestra que los gamers son por naturaleza una comunidad abierta y en muy constante cambio, que se ha resistido a los estigmas sociales. Por ende, el creer que es aceptable la discriminación dentro de este tipo de comunidades es simplemente contradictorio e incoherente para muchos autores.

8.- Experiencia + tiempo – identidad de género = ¿Respeto? Rompiendo el combo.

Para Paaßen, Morgenroth y Stratemeyer (2017) definir a los juegos “hardcore” y sus jugadores se basan en el tiempo que se pasa frente al videojuego, los géneros suelen variar y también la violencia que se incluye en el videojuego. El artículo también toca el tema de las competencias profesionales y el trato que se le da a las mujeres, que en muchas y repetidas ocasiones no se les toma en cuenta a la hora de expresar su opinión sobre las problemáticas que sucedan entre la comunidad. Pero incluso esto no debe de tomarse como una excusa para la falta de inclusión de minorías o en este caso hacia las mujeres. Si evaluamos superficialmente la relación que tienen los hombres y las mujeres dentro de la comunidad solo se pueden destacar la diferencia entre las modalidades de juego, tipos de juegos que prefiere cada uno y la frecuencia con la que lo hacen, pero si nos adentramos a los verdaderos representantes de esta comunidad, los denominados “hardcore gamers” las diferencias en cuanto a género y el trato que se les dan son injustos, ya que las mujeres juegan en su mayoría juegos muy ocasionalmente y de características sencillas y mecánicas más amigables para el jugador.

...suggests three further features which define hard-core games in opposition to casual games: low usability, high difficulty, and a lack of “juiciness,” which

refers to strong visual rewards for players' achievements. All of these features relate to the challenges a game poses to a player. Vermeulen and colleagues (2011) report that female players preferred games with clear and manageable challenges. Casual games that feature such challenges, such as Candy Crush Saga and Farmville, are predominantly played by women. (Paaßen et al, 2017, p.425)

El verdadero problema para Paaßen, Morgenroth y Stratemeyer (2017) recae en la participación de las mujeres en las altas esferas de la comunidad gamer y la responsabilidad que tienen los medios de comunicación al representarlas.

Ya que al impulsar más modelos femeninos a seguir en el mundo de los videojuegos se les invita a muchas más chicas que se identifiquen como gamers. Todo esto sin justificar el trato negativo y hostil que se le da a las ya existentes, que según el estudio que realizaron, los miembros jóvenes de la comunidad gamer estadounidense no respaldan más los estereotipos ya existentes que la comunidad misma o los desarrolladores de juegos refuerzan sobre las mujeres.

10. Anita Sarkeesian, la teoría feminista y como aplicarla en los medios.

Es esencial para que exista una armonía y justa representación entre todas las partes que se tomen medidas para diversificar toda la industria, desde reporteros, diseñadores, jugadores profesionales o simplemente tomar en cuenta las necesidades que el público tiene. Por que esa diversidad da entrada a que personas excluidas se identifiquen con el resto de la comunidad y así se vean reflejados en cada uno de sus juegos.

Parte de esta diversificación en los medios es producto del interés de aficionados y gente que se dedica a la industria por promover acciones a favor de la libertad de expresión en el medio. Pero como todo estudio y análisis de estos fenómenos se debe de contar con teorías que sostengan lo argumentado o que propongan formas diferentes de observar y atacar el problema del sexism dentro de la comunidad.

Anita Sarkeesian es una activista canadiense, bloguera y actualmente es la fundadora y locutora de una serie de programas por internet llamados Feminist Frequency. Además de esto, tiene un título de licenciatura de comunicación por parte de la Universiada estatal de California y una maestría en pensamiento político en la Universidad de York. Desde que se encontraba en la universidad de York, comenzó con su programa.

En mayo de 2012, Sarkeesian lanzó una campaña de Kickstarter para realizar una serie de videos titulados “Tropes vs. Women in Video Games” en donde examinaría la forma en la que la industria de los videojuegos ha representado y asignado determinados papeles a personajes dentro de las sagas de los videojuegos más famosos. La campaña fue bastante exitosa y por ende, en 2014 lanzó 3 videos en YouTube hablando de los personajes que cumplen el rol de damisela en aprietos.

Mientras tanto, ese mismo año, dentro del círculo de la prensa de los videojuegos, comenzó una fuerte crítica y denuncia a la comunidad gamer, que a su vez respondió de diferentes maneras y cierto grupo de “trolls” se dedicaron a mandar amenazas contra varias activistas gamers y periodistas del medio. Este suceso se conocería mas tarde como el #GamerGate.

Anita Sarkeesian recibió múltiples críticas dentro de los comentarios de sus videos, recibió mensajes amenazantes y de acoso en sus diversas redes sociales, el acoso cibernético llegó a tal grado que recibió una amenaza de un ataque a la universidad estatal de Utah, donde ella daría una conferencia, pero debió cancelarla. (Tassi, 2014)

El trabajo que ella ha realizado se basa principalmente en como los medios de comunicación pueden reforzar o destruir todas las normas y estereotipos de género, en su ensayo de titulación para maestría habla de los personajes poderosos de la televisión.

However the underlying premise of Levy's theory is that women replicate masculine behaviour in order to attain power. Strong women on television are

acceptable to networks, advertisers and audience members because they subscribe very closely to traditional power dynamics.

Usually strong female characters can be put into something leather, revealing, or otherwise “girly” which grounds their identity as essentially feminine and thus makes it acceptable for them to exude a masculine attitude without challenging their sexuality (“I’ll Make A Man Out Of You”, p. 13)

La autora argumenta que las distintas mujeres en la televisión tienen como características comunes la fuerza, rudeza, muestran menos sus sentimientos generalmente en la trama se vuelven líderes poderosas pero su apariencia física refuerza su lado “femenino” con trajes reveladores, maquilladas y mostrándose como personajes “sexy”. El problema con este tipo de representaciones es que reafirman o ponen los valores que se le atan a los hombres (fuerza, actitudes agresivas, desafiantes, valientes, líderes poderosos) como si fueran los únicos válidos para mostrar a un personaje femenino poderoso. Un ejemplo que pone es sobre el personaje protagónico de la serie de videojuegos Tomb Rider Lara Croft, la cual resuelve los problemas dentro de su aventura imitando las actitudes masculinas ya mencionadas y las características sentimentales que muestra son de un tacto más difícil o rudo.

Analizando estos casos nos demuestra que para los medios no es aceptable todavía donde los valores asociados con lo femenino no son dignos para usarse como características asociadas con personajes heroicos.

When these four tenets work simultaneously, they reinforce patriarchy and the effects are widespread and reoccurring. This is often observed in news media, where there is a lack of coverage of specifically women’s issues such as reproductive rights or sexual harassment and assault. Even women who do attain positions of power such as politicians are subject to overt sexualization in a way that their male counterparts typically are not. (“I’ll Make A Man Out Of You”, p. 14)

Sarkeesian analiza los estereotipos de género más allá de la representación mediática, si no como este tipo de preferencia hacia los valores masculinos dentro de los sistemas de trabajo. Desde aspectos tan superficiales como la vestimenta de las mujeres que se dedican a mundos laborales dominados por los hombres. Esto es reflejado en como la comunidad gamer tiene dos caras de la moneda: Por una parte, aceptan como a uno más de los chicos a todas las mujeres gamers que se comportan, se ven y llevan un estilo de vida parecido al de ellos, por el contrario, la segunda cara de la moneda es algo ambigua, porque la comunidad puede acosar o reprobar jugadoras que físicamente se comportan según los canones femeninos de comportamiento y de belleza. Esto demuestra que este tipo de pensamientos permean a la sociedad en cada una de sus actividades y niveles.

The male dominated television industry introduced (pseudo) tough female characters because it opened up another profitable market of potential consumers. To maintain ad revenue, they created the “empowered woman” that would appeal to women desiring female characters beyond housewives and maids and also to male viewers by putting the characters in sexy outfits and giving them fancy weapons. Women would be happy to see a butt-kicking badass on TV each week and men could ogle the “hot chick” in skimpy clothes. Página 16-17

Por otro lado, las ventajas comerciales que dan este tipo de representaciones son muchas. Aunque teóricamente es incorrecto dar valor a las características asociadas con un género sobre el otro, al público le agrada. Heroínas como Lara Croft cumplen con las expectativas de ambos sectores del público, mientras que a las mujeres nos empodera ver personajes fuertes e independientes en pantalla, el público masculino puede atraerle las características físicas y el desarrollo de las acciones del personaje.

11. Principales hallazgos:

La búsqueda por internet nos llevó a analizar el caso de 4 distintas gamers. Primero nos encontramos con el canal de “Una Chica Gamer Mas”, cuenta con aproximadamente 86,000 subscriptores y además de jugar en youtube, hacer videos en vivo en la plataforma Twitch, va a pequeñas convenciones estatales alrededor de la República Mexicana. (Fig. 2)

Los comentarios seleccionados no representan la mayoría de la opinión de su base de fans, pero elogian de forma inapropiada sus atributos sexuales, más allá de sus habilidades como videojugadora. Una chica gamer mas usa el apodo de tablita para referirse a ella misma, analizando sus videos podemos darnos cuenta que este apodo inicio como una forma de autocritica a su cuerpo, lo cual es un tanto inquietante, puesto que al ser una videojugadora se debe dar más importancia a sus habilidades y valor como jugadora, no por su físico. Además de subir videos de videojuegos, ocupa su espacio para promocionar marcas de ropa casual y ropa interior, la mayoría de los siguientes comentarios provienen de este tipo de videos.

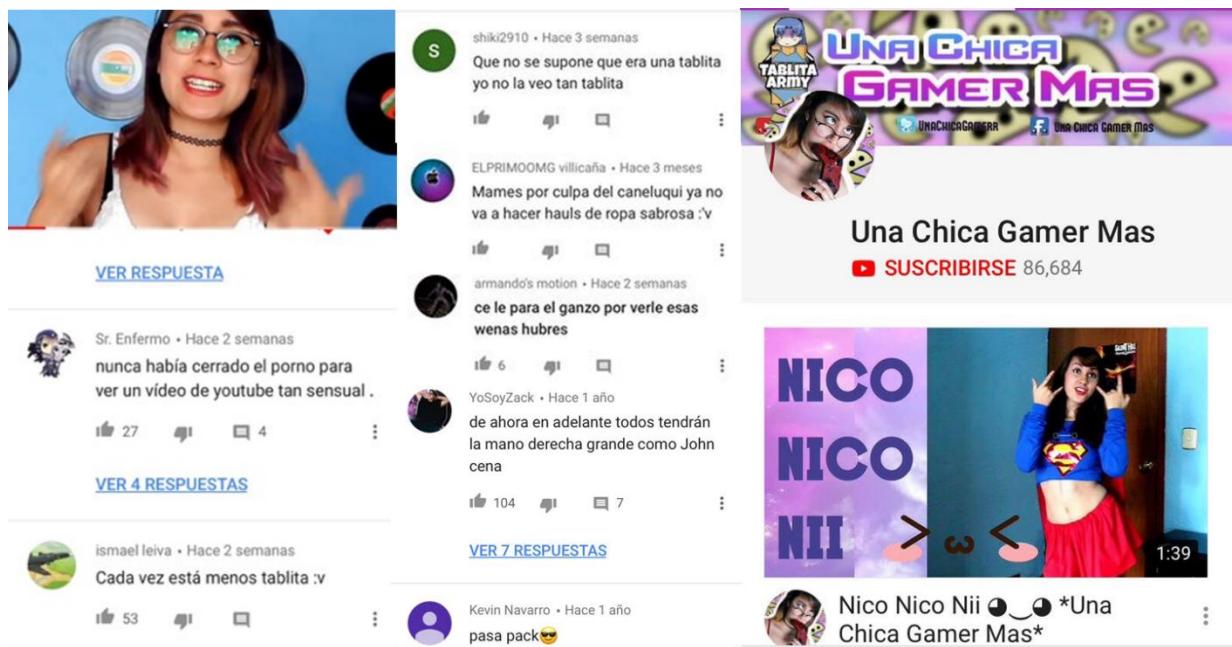


Figura 2

La siguiente gamer analizada cuenta con aproximadamente 624,000 subscriptores. Danyancat realiza transmisiones en vivo por Twitch pero su mayor base de seguidores se encuentra en youtube. Como podemos ver, la cantidad de

comentarios subidos de tono aumentaron. Haciendo una referencia completamente directa al cuerpo de la jugadora, dejando de lado los comentarios sobre los juegos. Un poco más de la mitad de los comentarios dirigidos hacia ella son positivos y una cantidad pequeña pero considerable habla de forma indecorosa o piropos muy vulgares. Ya que más adelante veremos casos donde la violencia está completamente implícita dentro de los comentarios.

El caso específico de un videoblog dedicado a un viaje que realizó a Cancún donde la opción para dejar comentarios fue desactivada, también es curioso notar que este es el segundo video que realizó, sin que aparezca el primer video.

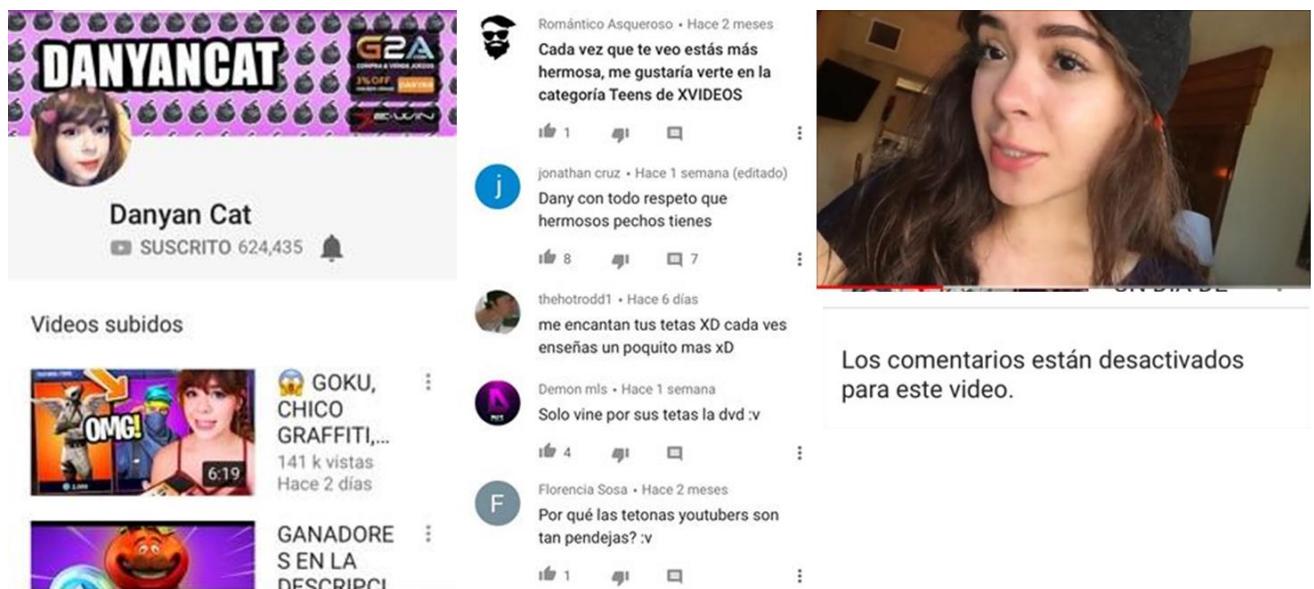


Fig. 3

La tercer youtuber, WindyGirk es la que más subscriptores tiene, aproximadamente 1 millón de subscriptores. Cuenta con una plataforma de Patreon para brindar servicio a sus fans, con posters autografiados, sesiones de juego personalizadas, entre otros servicios. La comunidad gamer suele ser bastante agresiva en los comentarios, ya sea humillando su cuerpo, haciéndole comentarios obscenos, amenazándola o denigrando su trabajo por su físico. La mayoría de los comentarios son de este tipo, podríamos decir que esto es en relación con la cantidad de subscriptores que tiene, entre mas personas la vean mas exposición tiene y mas críticas recibe. (Fig 4)

Este tipo de comentarios solo hacen referencia a las actitudes que ella toma al hacer sus videos en vivo, usar ropa entallada y escotada y hacer muchas referencias a su físico y a su famoso “pack”. (Fig. 5)

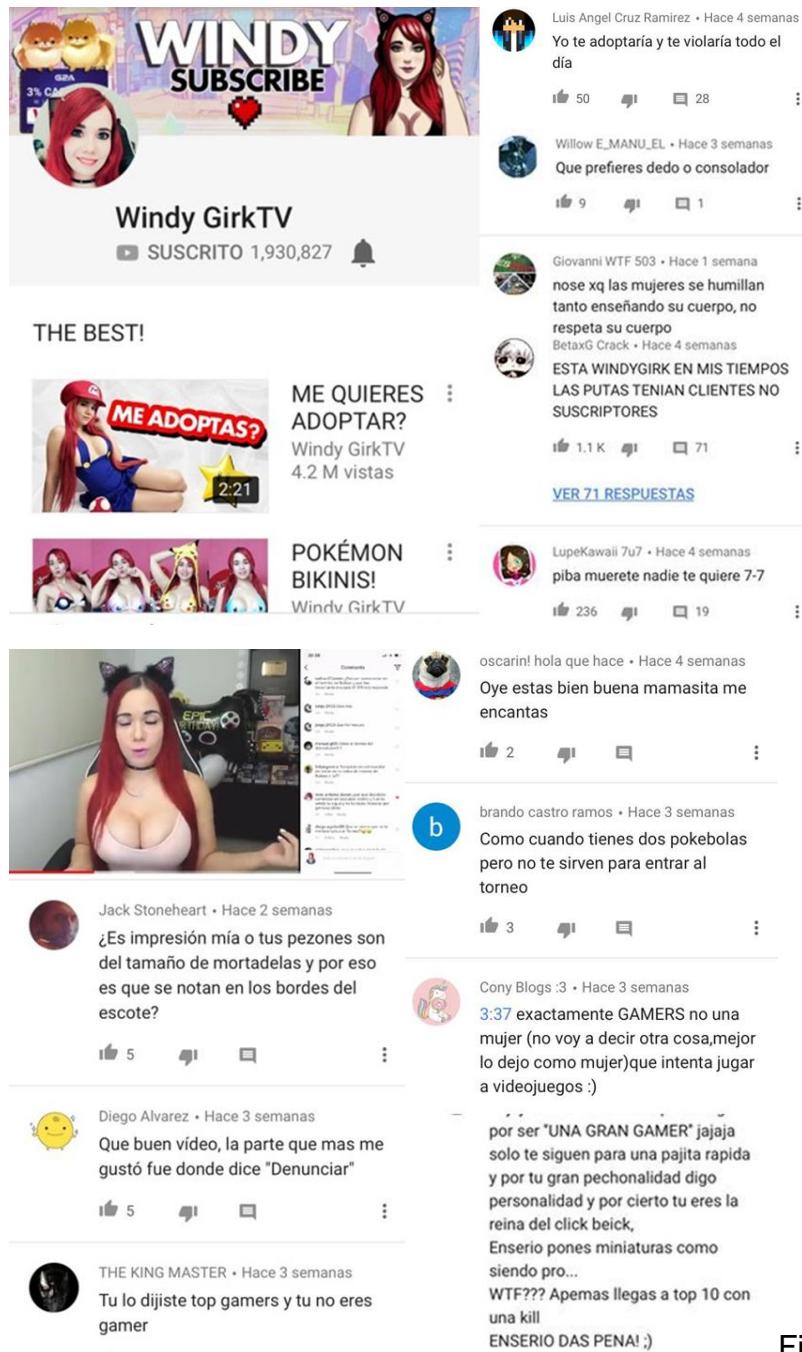


Fig. 4

Fig. 5

La ultima gamer que se analizo se trata de la jugadora mexicana Sibrel, ella además de ser gamer trabaja en la sección de Twitch en México. Aparentemente el principal medio de difusión que utiliza es mediante videos en vivo en Twitch,

donde tiene una considerable base de fans y monetiza sus videos. Los comentarios recibidos en sus videos son por lo general positivos. Algunos como el que podemos ver en la figura 6 son de odios focalizados en sus habilidades como jugadora, su físico y criticando su popularidad. A comparación de las demás jugadoras, Sibrel no incluye videos personales, de ella probándose ropa y con vestimenta mucho más casual que el resto de las chicas.



Alan Daniel Berk • Hace 7 meses

Maldita Gorda Friki Sin Vida Social,
Cuanto FUE LO QUE LE PAGASTE A
FOTO TV para que promocionara
como la mejor GAMER? pobre
estancada me Apena que uses ese
meto a ver cuanto es Lo poco que te
ayudara tu mrd de Promoción c:



5



Fig 6.

Como podemos notar, los comentarios escriben a las gamers latinoamericanas son juzgadas principalmente por su vestimenta, su físico y las actividades que realizan fuera del mundo gamer, pero así como son juzgadas, ellas buscan maneras de ganar dinero vendiendo parte de esa imagen que han creado en la red.

12. Conclusiones y propuestas

Los ejemplos que aquí mostramos y la investigación que se realizó pretenden entender las actitudes agresivas y sexistas dentro de la comunidad. Los distintos trabajos revisados aquí explican desde distintas perspectivas como la industria de los videojuegos no segmentan a los jugadores por su género, si no por el tiempo dedicado a las diferentes plataformas y juegos. La mayoría de las estadísticas revisadas nos indican que las mujeres usualmente son jugadoras casuales, dedican un menos de tiempo de juego por sesión y en promedio la cantidad de dinero invertido es menor. Esto no quiere decir que, por pasar menos tiempo en cada sesión, este sector de la comunidad no cuenta con representantes fuertes. Sin embargo, aquellas personas que se destacan en este rubro, tienden a repetir los valores predispuestos por la visión machista y sexista de la sociedad. Por un lado al crear su contenido, los casos que revisamos de las chicas gamers usan su imagen personal como instrumento para atraer la atención. Y por el otro lado, también al crear su contenido repiten los valores estéticos y de actitud que se le asocia a la masculinidad.

Llegamos a la conclusión que las mujeres gamers mexicanas y latinoamericanas se ven fuertemente criticadas en redes sociales, muchos usuarios, aunque no la mayoría, son los que replican las actitudes sexistas pre-existentes dentro de la burbuja cultural donde crecieron. En si, las causas directas de por qué se toma este tipo de comportamientos hacia las mujeres no tiene nada que ver con las preferencias de juego, preferencia sexual, tendencia ideológica, entre otros. Lamentablemente, este factor puede causar al resto de la comunidad femenina además de rechazo, miedo por querer compartir las experiencias que tienen dentro del mundo de los videojuegos, al no ver una figura femenina que las represente de una manera adecuada. Ya sea por la falta de contenido original y no sexista dentro de los juegos, hasta figuras públicas de la vida real que transmitan valores adecuados y no tipificados por los mitos del sexism.

Como propuesta para arreglar este problema queremos decir que es necesario crear espacios donde libremente se puedan expresar distintos grupos sociales, como convenciones locales donde la comunidad gamer pueda desarrollar

este sentido de hermandad y que traspase más allá de una conexión en línea. Así las personas se acostumbrarán a la inclusión y mas tarde las compañías de videojuegos puedan reflejar este deseo del consumidor. Por último, promover entre las mujeres la participación en estudios relacionados con la programación de videojuegos y otras ingenierías. Realizar mas estudios de este tipo son necesarios para la creciente oportunidad comercial que representa México y America Latina.

Bibliografía:

- Aragón, Y. (2011) Desarmando el poder antisocial de los videojuegos. Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, vol. 14, núm. 2, 2011, pp. 97-103 pagina 100
- Esquivel, F. (2018). Perfil de Videojugadores: Casuales e Intensivos. The CIU. Retrieved 26 April 2018, from <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2018/4/24/perfil-de-videojugadores-casuales-e-intensivos>
- Esquivel, F. (2018). Usos y Actitudes de los Videojugadores en 2017. The CIU. Retrieved 22 March 2018, from <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2018/1/22/usos-y-actitudes-de-los-videojugadores-en-2017>
- Paaßen, B., Morgenroth, T., & Stratemeyer, M. (2017). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles*, 76(7/8), 421-435. Pagina 425
- Penix-Tadsen, P. (2013). LATIN AMERICAN LUDOLOGY: Why We Should Take Video Games Seriously (and When We Shouldn't). *Latin American Research Review*, 48(1), 174-190. Pagina 180
- Sanford, K., & Madill, L. (2006). Resistance through Video Game Play: It's a Boy Thing. *Canadian Journal of Education / Revue Canadienne De L'éducation*, 29(1), 287-306. Pagina 289,293
- Sarkeesian A. (2010) "I'll Make A Man Out Of You": Strong Women In Sciencefiction And Fantasy Television" York University, pp.13,14,16,17
- Sauquillo, P., Ros, C., Bellver, M. El Rol De Género En Los Videojuegos Teoría de la Educación. *Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 9, núm. 3,n noviembre, 2008, pp. 130-149 página 144
- Tassi, P. (2014). Anita Sarkeesian Cancels Speech After School Shooting Threat At Utah State. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/10/14/anita-sarkeesian-cancels-speech-after-school-shooting-threat-at-utah-state/#16f95773238b>
- Tomkinson, S., & Harper, T. (2015). The position of women in video game culture: Perez and Day's Twitter Incident. *Continuum*, 29(4), pagina 617.