

# Los videojuegos desde la perspectiva de género: roles y estereotipos

**Enrique Javier Díez Gutiérrez; Olaia Fontal Merillas; Dayamí Blanco Jorrín**

*Universidad de León. Departamento de Filosofía y Ciencias de la Educación  
Campus de Vegazana. Fac. Ciencias del Trabajo. Despacho 25 B. 28071 León. [dfcofm@unileon.es](mailto:dfcofm@unileon.es)*

**Resumen.** Ofrecemos una revisión de algunas de las investigaciones más relevantes de nuestro país sobre la presencia de roles y estereotipos de género en los videojuegos comerciales. Proponemos, como conclusiones a nuestros análisis e interpretaciones, la definición y ejemplificación de una serie de modelos en los que los personajes femeninos aparecen habitualmente en claves estereotipadas y estereotipantes.

**Abstract.** We offer a review of some of the most relevant researches of our country on the presence of roles and stereotypes of genre in the commercial video-games. We propose, as conclusions to our analyses and interpretations, the definition of some models in whom the feminine prominent figures appear habitually in stereotyped rolls.

## 1. El rol de la mujer en los videojuegos: investigaciones relevantes

Varias investigaciones han intentado clasificar los videojuegos en función del rol sexual en ellos implícito. Una de las primeras fue la de Provenzo (1991), una propuesta paradigmática en la que se trabajaba sobre los 47 videojuegos más populares del sistema Nintendo para consolas. El estudio consistió, fundamentalmente, en el análisis de las cajas de los videojuegos (incluyendo portada y contraportadas) y su relevancia se justificaba a partir de los siguientes argumentos (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) (Provenzo, 1991, 110-111).

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 aparezcan en una posición sumisa o dominante. Incluye también un apartado "otros", para aquellos personajes que no posean un género definido (por ejemplo, monstruos, máquinas, etc.) De las 47 cubiertas analizadas, aparecieron un total de 115 figuras masculinas y 9 femeninas (es decir, 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 definitiva, 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 de este mismo autor 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 (Op. cit, 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, al mismo 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 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. 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, 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 las 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.

Etxeberría Balerdi (1999) concluye igualmente que es evidente la existencia de estereotipos en los videojuegos relacionados con las figuras masculinas y femeninas que van en perjuicio de las mujeres, puesto que aparecen en menor proporción, y cuando lo hacen tienden a ser representadas en actitudes pasivas, dominadas o secundarias, mientras que los varones están más representados, en actitudes más activas y dominadoras.

“Un recorrido por la investigación sobre estos juegos nos muestra que efectivamente la agresión es una de sus características claves y en especial, la presencia de figuras masculinas violentas, muchas más de las que se ven, incluso, en la televisión. En la mayoría de los casos, las mujeres o son invisibles, o se muestran como víctimas o victimarias. Lo mismo ocurre en las tapas de presentación donde abundan figuras masculinas muchas con características agresivas o dominantes. En una realidad marcada semióticamente en términos de diferencia y oposición entre varones y mujeres, ser visible o invisible, dominante o dominado, privilegiado o marginal, poderoso o débil tiene enormes implicaciones en la conformación de la subjetividad y la percepción del lugar que cada uno ocupa en el mundo. De ahí que estos “detalles” de un producto cultural de tanta penetración en la niñez y juventud tengan una gran importancia” (Bonder, 2001, 17).

En este mismo sentido, la FAD (2002, 205) afirma que los videojuegos al “contar con un público de amplia mayoría masculina, potencian los argumentos que, tradicionalmente, se asocian a las preferencias de los hombres (deportes, luchas y estrategias), argumentos que contarán con sus respectivos personajes prototípicos, iconos de ficción del mundo masculino (deportistas de élite, forzudos guerreros, militares de camuflaje...). (...) Tal es la aceptación del planteamiento que incluso los personajes femeninos (pocos, bien es cierto) se interpretan en clave masculina: la heroína de la aventura, respuesta al atlético luchador, es vista como una despampanante mujer diseñada para atraer a los hombres en base a sus encantos físicos, y no como una inteligente, ágil e independiente aventurera con la que se podría identificar una mujer”.

## **2. Estereotipos de rol: definición de modelos representativos**

Tras una revisión de estas y otras investigaciones, podemos bosquejar una serie de modelos en los que los personajes femeninos aparecen habitualmente en claves estereotipadas y estereotipantes, proponiendo algunos ejemplos entre los videojuegos actuales más vendidos:

a) 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.

b) 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*).

c) 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.

Lo cierto es que 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.

### 3. La dificultad de admitir el sexismo

Autores/as como Estalló (1995, 63) afirman que la acusación de sexismo que se lanza sobre los videojuegos no se da en la realidad. “Es cierto que pueden reconocerse actitudes de este tipo en algunos, sin embargo su número resulta restringido y similar al de otros medios de comunicación. También es posible establecer una progresiva y clara tendencia a eliminar cualquier connotación sexista en el diseño de nuevos videojuegos”. Esta afirmación, realizada hace casi una década, parece que se contradice con los hechos. En efecto, este cuestionamiento de las críticas a los videojuegos por parte de algunos autores y autoras basado en que sólo una parte de los videojuegos son sexistas y no todos, se ve acompañado por una minimización de esa crítica al considerar que es un problema generalizado en muchos ámbitos y no sólo en los videojuegos. Parecen afirmar que, dado que el sexismo es un hecho que se da también en la literatura infantil, los juguetes, etc., es “normal” que se de en los videojuegos. Además, desde el ámbito educativo, social, cultural y político se llevan años luchando contra todo tipo de sexismo, implícito o explícito, en los libros de texto, en los cuentos, en los juegos, en todo aquello que tenga que ver con la educación de nuestros hijos e hijas. Por eso, la construcción de los guiones y de la narrativa de los videojuegos está en nuestras manos y depende de la orientación que queramos darles para que ayuden a construir un tipo de visión u otra del mundo y de las relaciones humanas.

### Referencias

- BONDER, G. (2001). Las nuevas tecnologías de la información y las mujeres: reflexiones necesarias. Reunión de Expertos sobre Globalización, Cambio Tecnológico y Equidad de Género. Sao Paulo, Brasil, 5 y 6 de noviembre de 2001. (Consultado el 23 de noviembre de 2003). En [http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/doc/noticias/nue\\_tec.htm](http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/doc/noticias/nue_tec.htm)
- CONOCEDORAS (2003) Una cara bonita no es suficiente.
- 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.
- ESTALLÓ, J.A. (1995). Los videojuegos. Juicios y prejuicios. Barcelona: Planeta.
- ETXEBERRÍA BALERDI, F. (1999) Videojuegos y educación. En Etxeberria, F. (Coord.): La Educación en Telépolis. Donosita: Ibaeta.
- FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción). (2002). Jóvenes y Videojuegos: Espacio, significación y conflictos. Madrid: FAD, Injuve.  
<http://www.mujereschile.cl/conocedoras/articulos.php?articulo=279&area=cultura> (14/10/03)
- LEVIS, D. (1997). Los videojuegos, un fenómeno de masas. Barcelona: Paidós.
- PROVENZO, E. (1991). Video Kids: making sense of Nintendo. Cambridge (Ms.): Harvard University Press.
- URBINA RAMÍREZ, S., RIERA FORTEZA, B., ORTEGO HERNANDO, J.L. y GUBERT 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.