



**Trinidad Nónes Domínguez**

Profesora de la Universidad de Sevilla. Grupo de Investigación en Medios, imágenes y relatos audiovisuales para el cambio social.



**E**l 21 de abril de 1989 nació en Japón la Gameboy, una videoconsola portátil producida por la marca Nintendo y preparada para ejecutar juegos electrónicos. En su primer año se vendieron dos millones de consolas pero llegó a alcanzar, con los posteriores modelos, los doscientos millones. En el año 2000 se dejaron de fabricar. Cierto es que la Gameboy no fue la “primera”; la Odyssey había nacido en 1972, aunque no era portátil. De todas formas, lo subrayable de lo que hemos descrito es ese boy unido a la palabra juego porque se dejaba claro que aquella tecnología era, por lo visto y escrito, cosa de chicos.

Ahora podemos decir que los videojuegos no son sólo cosa de varones. En los Estados Unidos, el

porcentaje de mujeres jugando con ellos fue del 45%. Son datos de 2013. En Reino Unido, el porcentaje de mujeres consumidoras de videojuegos suponía el 52% del total en el año 2014. En España los datos son semejantes y parece que los dispositivos móviles han ayudado bastante a la incorporación de las mujeres.

Bien es cierto que se convierte en interesante reflexionar sobre qué tipo de juegos suelen consumir las mujeres. Hay productos que prácticamente se han creado para “nosotras” (¡qué le vamos a hacer!). Un ejemplo es el Candy Crush Saga, pero existen otros muchos ejemplos. También se convierte en interesante la crítica que se ha venido argumentando a la falta de presencia femenina en los propios productos.



Ha habido críticas fundadas sobre las pocas heroínas (o personajes principales) en los videojuegos. Su papel de habituales secundarias, de personajes pasivos o la extrema importancia dada a sus cuerpos, “imposibles” por extremadamente delgados e irreales, es más que chocante. En diciembre de 2004, Amnistía Internacional presentaba en Madrid un informe sobre videojuegos donde subrayaba el fomento que estos hacían de roles y estereotipos discriminatorios hacia las mujeres.

Lo que venimos diciendo se ha de complementar con aquellos estudios que analizan no solo la representación de las mujeres en los videojuegos, sino que reflexionan sobre las mujeres como consumidoras. Dichos es-





tudios apuntan que las mujeres, mayoritariamente, somos jugadoras casuales. Ello significa mostrar un interés finito, medido y optar por juegos relativamente simples, con diversión instantánea y sin que pongan metas exigentes. Los varones, fundamentalmente, son hardcore games; o sea, jugadores que necesitan retos difíciles y juegos complejos y que están dispuestos a invertir muchas horas seguidas en la actividad. Claro que este desfase tiene como una de sus explicaciones las diferentes maneras de acercarse a la tecnología con la que hemos contado mujeres y hombres. A los varones se le ha fomentado su uso y, además, la propia sociedad ha tolerado mejor a un varón “colgado” de los videojuegos que a una mujer. Todavía recuerdo el estupor que me causaba el personaje de Abby (una médica forense) en la serie NCIS (Navy, investigación criminal)<sup>1</sup>. El personaje es presentado como una tecnochica con estética cercana a lo gótico, con apariencia y gustos casi infantiles (bebe refrescos de cola en el trabajo y tiene peinados ridículos) y siempre está con su ordenador “jugando” a dar respuestas certeras al equipo con el que trabaja (lo cual le resta profesionalidad, de entrada). Sí es verdad que su equipo la aprecia porque que es una científica capaz y competente. No obstante, el doble mensaje socializador está presente: una mujer en permanente contacto con la tecnología es rara, siéndolo mucho más que un hombre que haga lo mismo. Difícil convertirse en modelo a seguir para las adolescentes que ven la serie.

En estos momentos, la diferencia entre casual games y hardcore games ya no tiene un sesgo de género tan nítido (por fortuna). Es más, ahora el quid de la cuestión no está tanto en el tipo de consumo que se hace sino en el acceso a la industria. El punto de inflexión se encuentra en pasar de consumidoras (más o menos comprometidas y activas) a agentes de creación, desarrollo y producción.

En México, por ejemplo, solo el 8% de las personas que trabajan en el sector son mujeres y es un dato que se repite en otros paí-

ses. En España, y como reconoce el informe de Clara Fernández Vara<sup>2</sup>, el 16% de los programadores son mujeres. Un dato que la propia autora cataloga de optimista y en el que intenta profundizar siguiendo una línea de análisis muy interesante. En concreto, valora la baja tasa de ingreso de mujeres en carreras técnicas en general y en Informática en particular. Señala el poco compromiso político por fomentar la adscripción a estos estudios y por la inserción laboral. A la vez, recuerda que el nacimiento de los programadores en España está vinculado a jóvenes (varones) autodidactas que en los años ochenta tuvieron acceso a ordenadores. Dice Fernández Vara, creo que cargada de ironía: Las únicas mujeres que aparecen en la historia suelen ser las madres de los desarrolladores; la primera vez que se menciona a una de ellas es por la habilidad que tenía con el punto de cruz (actividad asociada con la labor femenina), que se describe como una de las contribuciones al desarrollo porque les facilitaba el hacer gráficos basados en puntos para la pantalla. En general, en esta historia del software, las mujeres son espectadoras o animadoras de los desarrolladores, pero no creadoras.

Como consideramos que hacer visible a las “pocas” mujeres que pertenecen al sector de los videojuegos es importante porque supone mostrar que existen modelos de referencia, vamos a nombrar a algunas representativas:

- Jade Raymond (Canadá, 1975): Productora del primer Assassin's Creed.
- Rhianna Pratchett (Inglaterra, 1976): Guionista de Heavenly Sword, el nuevo Tomb Raider, Bioshock Infinite, Overlord o Mirror's Edge.
- Yoko Shimura (Japón, 1967): Pone la música a Sora, Roxas, Donald y Goofy en Kingdom Hearts.
- Corrinne yu (nacida Hong Kong y con nacionalidad norteamericana): Técnica gráfica de 343 Industries para Halo 4 o del Unreal Engine.
- Amy Henning (Estados Unidos, 1964): Directora y guionista de proyectos como

Uncharted, Jak and Daxter o Legacy of Kain: Soul Reaver.

- Michure Yamane (Japón): Pone la música e ilustra Castlevania o la saga como Bloodlines (MegaDrive) o Symphony of the Night (PlayStation).
- Kellee Santiago (Venezuela, 1979): Diseñadora de videojuegos. Co-fundadora de Thatgamecompany uno de los estudios pequeños más respetados.
- Kim Swift (Estados Unidos, 1983): Diseñadora-jefe de Quatum Conundrum y Portal.
- Brianna Wu (Estados Unidos): Programadora de videojuegos. Cofundadora del estudio creativo Giant Spacekat.
- Diana Afanador (España): Programadora de videojuegos. Cofundadora de Corsegames.

Como el potencial educativo, cultural y económico<sup>3</sup> de los videojuegos es claro, debería repensarse la trascendencia de contar con la diversidad y con todo el talento de las personas para una industria tan potente. La incorporación de talento femenino y masculino de manera proporcionada es un elemento clave, igual que lo es incorporar a personas de diferente edad, con diferente formación especializada, etc. A la vez, pongo en mayúscula que el compromiso político es esencial en todo ello.

<sup>1</sup>La serie nace en 2003 y gira en torno a un equipo de investigadores de élite que trabajan sobre posibles ataques terrorista donde las Fuerzas Armadas estén presentes. En 2011 fue elegida como la serie favorita en Estados Unidos. Un capítulo de 2009 llegó a tener más de 22,5 millones de telespectadores.

<sup>2</sup>Clara Fernández Vara publica en 2014 el informe (nº 6) titulado: “La problemática representación de la mujer en los videojuegos y su relación con la industria”: <http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/47/publicaciones/6%20La%20problema%20de%20la%20representaci%C3%B3n%20de%20la%20mujer%20en%20los%20videojuegos.pdf>

<sup>3</sup>Genera, actualmente, más beneficios que la industria cinematográfica.