

Género y coeducación en la asignatura “Industria y tendencias del videojuego” del grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga

Belmonte Jiménez, Ana María

** I Plan Propio Integral de Docencia. Universidad de Málaga*

Introducción

La asignatura optativa “Industria y tendencias del videojuego” (del grado de Comunicación Audiovisual de la Uma) pretende ser una introducción al sector del videojuego en España y en el contexto internacional desde diferentes perspectivas: el videojuego como producto audiovisual, su historia y evolución, géneros, formatos y clasificaciones, industria y mercado y por último, management del videojuego.

A lo largo de la historia, la presencia femenina en diversos ámbitos de la sociedad ha tenido una escasa relevancia social. Las causas son muchas y muy complejas, empezando por los estereotipos de género asociados a lo femenino, siguiendo por el tardío acceso de las mujeres a la educación superior, y concluyendo con el prestigio social de todo lo masculino en detrimento de lo femenino. Concretamente, en la industria de los videojuegos, Méndez (2017) afirma:

La creación de los videojuegos es un sector fuertemente masculinizado que, sin pretenderlo, deja atrás el talento de muchas mujeres. Esta exclusión genera problemáticas sociales y económicas que es necesario tener en cuenta. En primer lugar nos encontramos con la igualdad. Mediante una serie de mecanismos sociales que entroncan con todo el desarrollo emocional y profesional de infantes y adultos, se expulsa sistemáticamente a las mujeres de este sector. Parece construirse un muro simbólico que impide a las mujeres dar el salto del juego de los videojuegos a su creación, suponiendo un importante lastre para el desarrollo de la igualdad en nuestra sociedad. Asimismo, la ausencia de fuentes femeninas en el proceso de la creación, elimina estas perspectivas de los videojuegos, dando lugar a un contenido más masculinizado y previsiblemente menos llamativo para las jugadoras. En segundo lugar se halla inevitablemente el tema económico y productivo. Las mujeres, como trabajadoras, producirían un capital creativo que daría lugar no solo a juegos más completos sino a mayor cantidad de ellos en el mercado. (p. 548).

Los estereotipos de género se estudian en diversas disciplinas tales como en publicidad, en periodismo, o en el cine. La industria de los videojuegos no ha sido ajena a dichos estudios, y por ello, la perspectiva de género también se está aplicando a dicho ámbito.

Tradicionalmente, los estereotipos de género han atribuido diferentes características de personalidad a los hombres y mujeres. Según Suárez Villegas, J.C (2007) a los hombres por estereotipo, se les representa como eficaces, valientes, activos, razonables, juiciosos, inteligentes, tenaces y seguros. La mujer, sin embargo, es representada como afectiva, tierna, débil, solícita, intuitiva, temerosas, sumisa, coqueta. La industria de los videojuegos no ha sido ajena a dichos estereotipos desde sus inicios en los años ochenta, tal y como argumentan Rubio y Cabañes (2011):

Por otro lado, los intentos de la industria por captar al mercado femenino, no van mucho más allá de la introducción en el mercado de consolas rosas y de videojuegos cuya temática reproduce los mismos estereotipos sexistas y contribuyen a reproducir la exclusión y la lógica androcéntrica. Estos videojuegos se basan en la concepción mitológica de la mujer como un ser cuya esencia es la de ser cuidadora, madre u objeto sexual para los hombres, de modo que podemos encontrar en el mercado videojuegos con temáticas de un cariz extremadamente sexista como: “Imagina ser mamá”, “Imagina ser animadora”, etc. En estos juegos, las niñas, en sus videoconsolas rosas, aprenden a cuidar de la familia, a elegir y diseñar la ropa y el maquillaje que les haga parecer más atractivas o a realizar tareas relacionadas con el ámbito doméstico (como barrer, fregar, cocinar, etc.). (p.1795)

Por ello, para dar la visibilidad que merecen las mujeres en la industria de los videojuegos, en la asignatura “Industria y tendencias del videojuego” se han tratado estas cuestiones de diferentes maneras: por un lado, estableciendo debates sobre los estereotipos de género en los videojuegos, mediante un videoforum sobre el documental “Damsel in distress” de Anita Sarkeesian. Por otro lado, mediante exposiciones de mujeres relevantes en la industria de los videojuegos.

Objetivos

En la asignatura “Industria y tendencias del videojuego” (asignatura optativa del grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga), se trabaja el género y la coeducación con el alumno para que éste no sólo sea capaz de analizar un videojuego en función de su temática o plataforma, sino que también sea capaz de analizarlo con una perspectiva de género (estereotipos, roles, papel de la mujer en la industria).

Beneficiarios

Los beneficiarios son los alumnos de la asignatura optativa del grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Málaga y los beneficios de la experiencia son que los alumnos sepan identificar los estereotipos de género en los videojuegos, si un videojuego es sexista o no y por qué, así como el que conozcan a relevantes programadoras de videojuegos que no han sido visibilizadas en la industria.

Experiencia

Empezaremos definiendo que significa la coeducación en el ámbito académico. Tal y como expone Brotóns (1987):

La coeducación es la formación que reconoce y parte del dimorfismo sexual y la diferencia de género pero encamina a las personas hacia un desarrollo libre, pleno y una convivencia no enfrentada. Es un proceso intencionado que pretende alcanzar la igualdad real usando la escuela como agente socializador de primera magnitud. Es la propuesta que permite la superación del sexismo. Simplemente, ya no queremos proyectos vitales mutilados por viejos e inútiles prejuicios y estereotipos. Deseamos eliminar la dominación simbólica y efectiva de los varones sobre las mujeres, el machismo; así como la injusticia y el dolor que provoca. Al tiempo, equiparar a todas las personas en dignidad, derechos, deberes, oportunidades y trato; sin importar si han nacido, o se sienten, varón o mujer.

Para darle una perspectiva de género y coeducación a la asignatura, los alumnos han visualizado el documental de Anita Sarkeesian titulado “Damsel in distress” (damisela en apuros).

Anita Sarkeesian, es una feminista canadiense, creadora de “Frecuencia feminista”, un sitio web que se dedica a la crítica de videojuegos desde una perspectiva de género; era un humilde proyecto para la facultad, pero terminó generando un escándalo en EE.UU, uno de los mercados más grandes de la industria. Sarkeesian critica las narrativas de los videojuegos en los cuáles se representa a las mujeres como seres frágiles y subordinados (siguiendo el estereotipo de género tradicional femenino), y cuyo rol pasivo es el de ser el premio y objeto del videojuego. "Frecuencia Feminista" se ha convertido en material de consulta en escuelas, universidades y posgrados especializados en videojuegos. A raíz de todo ello, Sarkeesian firmó un convenio con Intel, el mayor fabricante de procesadores del mundo, para ayudarlos a mejorar sus políticas internas de promoción de igualdad de género .

"Frecuencia Feminista" se lanzó en 2009, pero la primera serie de videos críticos se estrenó en 2013; dichos videos configuran el documental “Damsel in distress” (damisela en apuros) donde Sarkeesian realiza la crítica sobre el papel de la mujer en la industria de los videojuegos desde sus inicios hasta la actualidad. Para lograr el financiamiento, Anita Sarkeesian creó un proyecto de crowdfunding (financiamiento público) pero parte de la comunidad de gamers contrarios al estilo feminista de Anita, intentaron impedirlo. La atacaron pública y virtualmente, boicotearon sus presentaciones e incluso, la amenazaron de muerte.

A su vez, Sarkeesian establece los orígenes del estereotipo tradicional femenino desde los albores de la historia (ya reflejado en la antigua mitología griega y en la edad Media) donde los caballeros salvaban a las mujeres de cualquier desgracia. A principios del siglo XX, la industria del cine también reflejaba a la mujer mediante estereotipos tradicionales en cuanto a su rol y a su físico, como por ejemplo, que presenta el documental son el de la película de Tarzán donde Jane debe ser salvada, que serviría de inspiración narrativa a videojuegos tales como Donkey Kong (1981) , y en cuanto al físico y al rol de seductora, la “femme fatale” del cine negro es uno de los más repetidos en la industria de Hollywood en los años 40. Todo ello tiene aplicación en la industria de los videojuegos y en la manera en que la mujer queda representada.

La mujer ha desempeñado un papel pasivo en la mayoría de videojuegos creados desde los años ochenta hasta la actualidad: Sherrif (1979), Star Fox adventures (2002), Super Mario. La mujer no es fuerte, no es la salvadora; al contrario, es débil y debe de ser salvada por un hombre. Tal y como apunta Sarkeesian en el documental, la mujer normalmente es secuestrada, pero también puede ser petrificada o poseída por un demonio. El interés amoroso es lo que mueve al héroe para rescatarla: puede ser una princesa, su esposa o su novia.

Los estereotipos de género en los videojuegos han sido estudiados ampliamente en el mundo académico, con infinidad de clasificaciones. La clasificación de Díez Gutiérrez, Enrique Javier, et al. (2004) es una de las más completa en cuanto a los videojuegos y género. Son tres los estereotipos de género mas vistos en los videojuegos según dicha clasificación:

Modelo masoquista: Mujeres pasivas y sumisas, que son víctimas (Jill Valentinede Resident Evil), que han de ser rescatadas (princesa Peach de Super MarioBros), 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 Heart), 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 (LaraCroft, 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 tradicionales sobre las mujeres y son los denominados videojuegos rosa que surgieron para atraer a las chicas al mercado de los videojuegos. (p.352)

En cuanto a su físico, la mujer es un objeto sexual, y siempre se refuerzan sus atributos sexuales, mediante grandes pechos y cintura pequeña, quedando así enfatizado el carácter sexista de estos videojuegos.

En la industria de los videojuegos, a nivel popular, no son conocidas las mujeres ni los productos que han desarrollado para dicha industria, a pesar de que, en muchos casos, dichos productos se hayan dirigido a los hombres (como por ejemplo, el videojuego de Playboy).

En el debate que se generó después de la visualización del documental, hubo dos posturas enfrentadas entre los alumnos: por un lado, las alumnas que estaban de acuerdo con la argumentación de la autora del mismo (es decir, de los estereotipos y roles tradicionales de género que se desarrollan en los mismos) y por otro lado, los alumnos (hombres) que argumentaban que la posición feminista de la autora era bastante “exagerada” y que la mujer ha desempeñado roles de importancia en los mismos.

Es de gran importancia el que el alumnado conozca a grandes referentes femeninos en una industria que por antonomasia es masculina.

En el temario de la asignatura, se ha añadido el tema “Mujeres relevantes en la industria de los videojuegos”, para visualizar a las desarrolladoras de videojuegos y a los grandes trabajos que han desarrollado en la industria.

Empezamos con Shaw, cuyo primer videojuego publicado fue 3-D Tic-tac-toe, en 1979. Previamente, en 1978, había desarrollado el juego *Polo* para promocionar la colonia del Ralph Lauren; sin embargo, al final no se llevó a cabo la campaña y el videojuego se publicó años después, como parte del CD Stella Gets a New Brain.

Roberta Williams trabajó en la que se considera la primera aventura gráfica de la historia, *Mystery House*, y en otros más de 30 juegos, entre ellos *King's Quest* y *Phantasmagoria*. Junto a su marido, Ken Williams, creó la empresa On-Line Systems, que más adelante se convirtió en la famosa empresa de videojuegos Sierra.

Dona Bailey junto a Ed Logg creó para la empresa Atari el clásico arcade *Centipede* y después desapareció de la industria. Durante 26 años no se supo más de ella hasta que reapareció para la 2007 Women in Games Conference, donde reconoció que dejó el desarrollo de videojuegos por la presión de sus compañeros hombres.

Brenda Romero realizó la serie *Wizardry*, realizando las bases de los juegos de rol. Su currículum consta de 47 juegos, entre ellos los famosos *Dungeons & Dragons: Heroes* y *Playboy: The Mansion*. Romero recibió un premio Bafta en reconocimiento a su contribución a la industria. Actualmente es directora del programa MSC en Diseño de Juegos y Desarrollo de la Universidad de Limerick, en Irlanda. Brenda Romero, dimitió de su puesto en IGDA (International Game Developers Association) porque en la fiesta de clausura de la conferencia hubo bailarinas semi desnudas y no le pareció nada apropiado.

Amy Henning ha sido guionista y diseñadora de juegos tales como *Kings Quest VI* o de la serie *Gabriel Knight*. Tomó el relevo de Williams en las aventuras gráficas y definió algunas de las bases del género. Jensen no ha dejado de trabajar en todo este tiempo y su último juego publicado es *Moebius: Empire Rising*, de 2014. Empezó como artista para el *ElectroCop* de Atari 7800, donde pasó como animadora a Electronic Arts y después a directora de videojuegos. A finales de los 90 pasó a Crystal Dynamics y dirigió y escribió *Soul Reaver 2* y *Legacy of Kain: Defiance*. Su siguiente destino fue Naughty Dog, como directora creativa de *Jak and Daxter* y directora del primer *Uncharted*. En *Uncharted 2: El Reino de los Ladrones* y *Uncharted 3: La traición de Drake* fue directora de juego y guionista. Ha sido directora creativa de un juego de *Star Wars* desarrollado por Visceral Games.

Jade Raymond es conocida por haber dirigido Ubisoft Toronto y por ser la productora de los primeros capítulos de *Assassin's Creed*. Desde 2015 es la directora general de Motive Studios, los responsables de la campaña para un jugador de *Star Wars: Battlefront II*, que se lanzará este año.

Rhianna Pratchett empezó como periodista y después ha sido guionista de *Beyond Divinity*, *Heavenly Sword*, *Tomb Raider* y *Mirror Edge's*, entre otros. Yoko Shimomura compuso la música de *Street Fighter II*, *Parasite Eve*, *Legend of Mana* o *Kingdom Hearts II*. Laura Shighihara se encargó de poner la música a *To The moon* y *Plant vs. Zombies*. Kellee Santiago es cofundadora de Thatgamecompany, donde produjo *Flower* y *Flow*. Durante el desarrollo de *Journey* pasó a ser presidenta del estudio, luego pasó a Ouya y actualmente trabaja en Google Play Games.

Conclusiones

En el debate que se generó después de la visualización del documental “Damsel in distress” (a pesar de que se muestran ejemplos totalmente reales y objetivos sobre videojuegos y estereotipos de género) fueron, sobre todo los chicos, los que mayoritariamente discernieron sobre los estereotipos de género que se visualizaban en los videojuegos, llegando muchos, incluso, a negar dicha estereotipación. Por otro lado, cuando se impartió el tema “Mujeres relevantes en la industria de los videojuegos”, ningún estudiante fue capaz de citar previamente un nombre femenino de dicha industria. Queda patente que para los alumnos, las mujeres en la industria de los videojuegos son unas grandes desconocidas, y gracias a la impartición de dicho tema, conocieron las principales hazañas en el mundo de la programación de los videojuegos, realizadas por mujeres de dicha industria.

Referencias

Borondo, S. (2017). El papel de la mujer en los videojuegos. Vandal.elespanol.com [en línea] [Fecha de consulta: 01/05/19].

Brotóns, P. (1987). Elementos para una educación no sexista: Guía didáctica de la coeducación.

Díez Gutiérrez, E. J., Terrón Bañuelos, E., García Gordón, M., Rojo Fernández, J., Cano González, R., Blanco Jorrín, D., & Bandiera, B. (2004). La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos.

Martínez, A. M. (2017). Las mujeres y la creación en la industria de los videojuegos en España: oportunidades y dificultades en espacios masculinizados. *Investigaciones feministas: papeles de estudios de mujeres, feministas y de género*, 8(2), 545-560.

Rubio Méndez, M., & Cabañes Martínez, E. (2011). Videojuegos y género en la práctica docente. In *Investigación y género, logros y retos: III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género, [libro de actas]*.(pp. 1785-1082). Unidad para la Igualdad, Universidad de Sevilla.

Sarkeesian, A. (2013) “Damsel in distress” <https://bit.ly/2FKghUz> [Fecha de consulta: 01/05/2019]

Suárez Villegas, J. C. (2007). Estereotipos de la mujer en la comunicación. *Mujeres en Red. Periódico feminista*.