

# GÉNERO Y VIDEOJUEGOS

González Ramos, Francisco Alberto

Tutora: Aguilera Ávila, Laura

Grado de Trabajo Social

Universidad de La Laguna

Junio

2015-2016

## **RESUMEN**

Este informe muestra la opinión de los hombres y las mujeres ante la existencia de conductas y actitudes sexistas y de violencia de género que puedan presentarse en los videojuegos. En la investigación han participado 543 personas, 379 hombres, 158 mujeres, y 6 que no han contestado sobre su sexo, con estudios comprendidos entre la formación básica y los estudios universitarios.

Los resultados de los cuestionarios realizados muestran que hay una opinión mayoritaria en afirmar que existe sexismo y se dan actitudes machistas en determinados videojuegos; y que es necesaria una visión feminista en el desarrollo de los mismos. Asimismo, aunque en líneas generales, tanto la mayoría de hombres como la mayoría de mujeres encuestadas es partidaria de dicha afirmación, son más las mujeres que los hombres quienes se posicionan con mayor firmeza ante esto.

## **ABSTRACT**

This report outlines the opinion of men and women regarding the existence of sexist and violence attitudes and behaviour that can be found in video games. 543 people took part in this investigation, 379 men, 158 women and 6 of unknown sex, with no age limit and with varying education from basic to university level.

The results of the questionnaires that were given, show that the vast majority believe that sexism does exist with male chauvinistic attitudes in certain video games and it is necessary to show a feminist point of view in the development of these games. Likewise, albeit in general terms, inasmuch as most men as well as most women questioned are in favour of this statement, it is mostly women rather than men who support more strongly this.

**Palabras Clave:** Sexo, Género, Sexismo, Estereotipo, Videojuego.

**Key Words:** Sex, Gender, Sexism, Stereotype, Videogame.

## ÍNDICE

	<b>PÁG.</b>
INTRODUCCIÓN .....	4
1.- ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO .....	7
1.1.- Género, Feminismo y Sexismo .....	7
1.2.- Historia del Videojuego .....	12
1.3.- Género y Sexismo en los videojuegos .....	16
2.- OBJETIVOS .....	23
3.- HIPÓTESIS .....	24
4.- MÉTODO .....	25
4.1.- Muestra .....	25
4.2.- Diseño .....	25
4.3.- Instrumento .....	26
4.4.- Procedimiento .....	27
4.4.1.- Técnicas de recogida de datos .....	27
4.4.2.- Técnicas de análisis de datos .....	27
5.- RESULTADOS .....	28
6.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN .....	54
7.- CONCLUSIÓN .....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	66
ANEXO 1: “Cuestionario: Género y Videojuegos” .....	69

## INTRODUCCIÓN

En este documento se presenta el Trabajo de Fin de Grado perteneciente al segundo cuatrimestre del 4º curso e Grado en Trabajo Social. Se trata de una investigación, de carácter cuantitativo, para conocer y estudiar el tratamiento y la visión que tiene la figura femenina dentro de los videojuegos.

Esta investigación nace a raíz del estudio de diferentes publicaciones en las que se muestra que la figura de la mujer y el género continúan siendo uno de los problemas a los que se enfrenta el mundo del videojuego, debido a las múltiples quejas y denuncias por discriminación y violencia de género que se producen, tanto en el desarrollo de los videojuegos, como dentro de la comunidad de jugadores y jugadoras.

Se debe tener en cuenta que los videojuegos no son un simple pasatiempo o una mera actividad de ocio, y es que esta industria, desde el año 2009, está reconocida como industria cultural, beneficiándose así del Plan de Fomento de las Industrias Culturales y Creativas impulsado por el Ministerio de Cultura.

Asimismo, según la Asociación Española de Videojuegos (2015) (AEVI, en adelante) este mercado supuso, en el año 2014 y a nivel europeo, un 22% de los ingresos totales del sector a nivel mundial, siendo España uno de los cinco países con más ingresos aportados. Más concretamente, en nuestro país, esta industria se ha colocado como la primera de ocio audiovisual e interactivo, alcanzando la cifra de 996 millones de euros.

Esto se traduce, según la Federación Europea de Software Interactivo (ISFE, en adelante), en que en España la cifra de usuarios y usuarias de videojuegos alcanza un total de 13 millones, un 36% del total de la población en 2014, colocándose así entre los cuatro países europeos con más jugadores y jugadoras de Europa, cuya dedicación equivale a un 5,9% de horas semanales (AEVI, 2015).

Destaca, dentro de este porcentaje de población consumidora de videojuegos, con edades comprendidas entre los 11 y los 64 años, que casi la mitad de público equivale a mujeres, con un total del 45% de jugadoras y/o consumidoras de videojuegos (AEVI, 2015).

Asimismo, en lo referente al empleo femenino, las mujeres alcanzaron, durante el mismo año, un 18% de los puestos de trabajo dentro de esta industria (dos puntos más que en 2013), porcentaje que queda empequeñecido si tenemos en cuenta que cada vez hay más mujeres con cualificación técnica y con mayor interés tanto por las carreras de ingeniería relacionadas con este sector, como con la propia industria de los videojuegos a otros niveles (Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento, 2015) (DEV, en adelante).

Como se ve en los datos expuestos, las edades en las que se empiezan a utilizar los videojuegos son cada vez más tempranas (11 años según AEVI), por lo que, si tenemos en cuenta que, como defiende Díez (2004), es en estas primeras etapas del desarrollo en las que se produce el aprendizaje de los roles de género, esta industria, y más en concreto sus productos, los videojuegos, son una importante herramienta que influye en la visión que se pueda generar de los roles femeninos y masculinos.

Asimismo, como se ha podido ver en los datos, y como defienden muchos estudios e investigaciones, los videojuegos están creados, en su amplia mayoría, por hombres y para un target principalmente masculino, por lo que no es de extrañar que en los videojuegos se muestre una representación social basada en los deseos, afinidades y aficiones de los varones (Díez, 2007).

Así, como defienden Gil, Feliu y Vitores (2010), estudiar las relaciones de género debe llevar consigo, en la actualidad, el estudio de las innovaciones tecnológicas, y por ende, el estudio de esta industria de los videojuegos.

El trabajo está desarrollado en un total de 7 apartados, a través de los cuales se explica y argumenta desde la elección de la investigación hasta los resultados obtenidos en ella.

El primer bloque se configura con la presentación del marco conceptual y teórico sobre el que se asienta esta investigación, los objetivos que guían esta investigación y el método llevado a cabo en la misma.

En primer lugar, abriendo este primer bloque de la investigación, se encuadra el marco teórico de ésta, a través del cual se presentan las bases teóricas o conceptuales que dan un sentido coherente e integrado al tema tratado, incorporando los

conocimientos y teorías necesarias sobre el Género, el Feminismo y el Sexismo, así como sobre los videojuegos, y la relación que existe entre éstos.

Asimismo, se presentan los objetivos que marcan este proyecto, a través de un objetivo general y sus correspondientes objetivos específicos, así como las hipótesis que se pretenden demostrar con la realización del mismo.

Seguidamente, se describe el método llevado a cabo durante la investigación, las variables con las que se ha trabajado, y la población elegida para el estudio, así como las técnicas utilizadas durante la investigación.

En el siguiente bloque se desarrolla la investigación realizada. En primer lugar, se detallan los resultados obtenidos y, seguidamente, se presenta el análisis y la discusión de los mismos. Análisis obtenido de la investigación cuantitativa y los resultados conseguidos a raíz de ésta.

Asimismo, una vez presentado el análisis de resultados se detallan las conclusiones obtenidas del mismo, así como la afirmación o negación, tanto de los objetivos propuestos como de las hipótesis marcadas en la investigación.

Por último, para terminar este segundo bloque, se exponen las posibles propuestas para el futuro que nacen durante el desarrollo de esta investigación. Propuestas tanto para la realización de futuras investigaciones, como a diferentes campos de trabajo relacionados con la igualdad de género.

Asimismo, se añade, cerrando este trabajo de fin de grado, las referencias bibliográficas trabajadas y citadas durante la elaboración de este proyecto.

## 1.- ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico que se presenta a continuación, está estructurado en tres partes. En primer lugar, se recogen los aspectos teóricos en relación al género, el feminismo y el sexismo, seguidamente, se reúnen los conocimientos que hacen referencia a los videojuegos, y, por último, una tercera parte en la que se relacionan los contenidos expuestos de ambos bloques, Género y Sexismo en los videojuegos.

### 1.1- GÉNERO, FEMINISMO Y SEXISMO.

El género, como término, fue explicado en 1955 por el endocrinólogo infantil John Money, como “rol de género” refiriéndose al papel que la biografía social y las conductas de los progenitores y el medio social desarrollan ante el sexo del niño o niña recién nacida (Castaños, Meneses, Palop, Rodríguez, y Tubert, 2007).

También, en 1968, Robert J. Stoller, utilizó el concepto género para diferenciar aquellos aspectos esenciales de la conducta que no dependían de factores biológicos, tratando de confirmar que no existía dependencia biunívoca e ineluctable entre sexo y género. Así, en su estudio, defendió que “así como cabe hablar del sexo masculino o femenino, también se puede aludir a la masculinidad y la feminidad sin hacer referencia alguna a la anatomía o a la fisiología” (Stoller, 1968, s.r.f. Varela, 2005, p. 181).

Además de en medicina, la categoría de género ha sido utilizada en diferentes campos como la antropología, el lenguaje académico o en política, entre otros muchos, pero con mayor fuerza, y a partir de los años setenta, con el nacimiento del movimiento feminista, en la lucha contra la discriminación de la mujer.

La categoría género aparece en el campo académico-político por parte de las feministas universitarias inglesas, haciendo referencia a la distinción entre lo sexual y los comportamientos socioculturales construidos a partir de las diferencias corporales. Posteriormente, el concepto aparece en español, en la década de los 80, traducido, con ciertas dificultades, a partir de estos primeros textos de habla inglesa (De Barbieri, 1997).

Siguiendo a De Barbieri, (1997), dicha categoría aparece como resultado de la búsqueda de un término que ordenara los conocimientos existentes (y los que quedarían

por aparecer) sobre la condición social de las mujeres que se alejara de la categoría patriarcado, ya empobrecida.

Esa categoría patriarcado, se puede entender como un “sistema u organización social de dominación masculina sobre las mujeres que ha ido adoptando distintas formas a lo largo de su historia” (Mujeres en Red, 2007).

La principal característica de este sistema sería la jerarquización de una sociedad patriarcal, que vendría a mostrar, según De Miguel Álvarez (1996), la jerarquización de géneros, afirmando incluso, que es el propio patriarcado quien crea los géneros.

La jerarquización de géneros dentro del patriarcado vendría a ser un equivalente a la jerarquización de clases, donde las clases altas están por encima de las clases más bajas, con la diferencia, como apunta Cobo Bedia, (1995), de que el patriarcado, apoyándose en la “naturaleza”, goza de una mayor longevidad y universalidad.

En definitiva, “el concepto patriarcado remite a una situación de conflicto por la distinta posición de poder que ocupan mujeres y varones en este sistema de estratificación o dominación [...]” (De Miguel Álvarez, 1996, p. 138).

Pero para poder definir lo que es el género hay que empezar por entender qué es el feminismo, y hacia dónde van sus dos principales corrientes, el feminismo de la igualdad, y, el feminismo de la diferencia.

Si nos centramos en la definición del Diccionario de la Real Academia Española (2014) (DRAE, en adelante), encontramos que, por un lado, se entiende el feminismo como “doctrina social favorable a la mujer, a quien concede capacidad y derechos reservados antes a los hombres”, y, por otro, “movimiento que exige para las mujeres iguales derechos que para los hombres”.

Estas dos definiciones chocan directamente con el pensamiento de autores y autoras como Varela (2005), quien critica al DRAE, que la esencia del feminismo es la de establecer a la propia mujer como autora de su vida, no siendo el hombre el modelo al que equipararse ni, mucho menos, el neutro por el que poder usar varón como sinónimo de persona.

Ante esto, Varela (2005), defiende que el feminismo se articula, por un lado, como filosofía política, y, por otro, como movimiento social, cuyo discurso, reflexión y práctica feminista trae consigo una ética y una forma de estar en el mundo.

Por otro lado, para Sau (2000, p. 121), “El feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación, y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquélla requiera”.

Según Puleo (1996, pp. 75), estaría, por un lado, el llamado “feminismo de la igualdad”, y por otro, el “feminismo de la diferencia”, como dos grandes corrientes feministas contrapuestas, que hasta la actualidad no han terminado el debate ni la supremacía de ninguna de ellas.

Siguiendo a esta autora, el feminismo de la igualdad, trata de enfatizar lo común entre mujeres y hombres, defendiendo que ambos sexos, dejando a un lado las diferencias biológicas, cuentan con las mismas capacidades y características. Así, se reivindica la igualdad de oportunidades para ambos sexos y un acceso equitativo a los recursos.

Por su parte, el feminismo de la diferencia “plantea la igualdad entre mujeres y hombres, pero nunca la igualdad con los hombres porque eso implicaría aceptar el modelo masculino” (Varela, 2005, p. 120). Según Varela (2005), esta corriente, reivindica el concepto de diferencia para centrarse en la diferencia sexual, estableciendo una liberación de la mujer hacia su auténtica identidad, dejando a un lado la referencia de los varones. Destaca, como idea clave, que diferencia y desigualdad no son sinónimos, sino que lo contrario a igualdad es la desigualdad, y no la diferencia. Tilda al feminismo de la igualdad de reformista, de asimilar las mujeres a los varones y de no salir de la dominación masculina. Entre sus propuestas resalta la importancia de lo simbólico, valorando las cosas por su significado y no por lo que son.

Con esto, y entendido de dónde y por qué nace el concepto de género, analicemos qué es.

Según la Organización Mundial de la Salud (2014) (OMS, en adelante), el género “se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres”.

Para Scott (1986), el género es el elemento que constituye las relaciones sociales entre hombres y mujeres basadas en las diferencias que distinguen los sexos, “una forma primaria de relaciones significantes de poder” (Scott, 1986 s.r.f. De Barbieri, 1997, p. 14).

Como dice Aparisi (2011), con la expresión género se intenta explicar que la realidad del ser humano supera a la biología, ya que en el desarrollo de la identidad sexual cobra mucha importancia la educación, la cultura y la libertad. Esto influye en el desarrollo del rol sexual que cada persona asume en su desenvolvimiento social, manifestándose en actitudes, comportamientos y atributos de su personalidad. Además, la autora, defiende que tanto el sexo como el género confluyen en la identidad sexual de la persona, siendo ambas perspectivas complementarias y no antagónicas.

Aun así, se ve una diferenciación entre lo biológico, el sexo, y lo sociocultural, el género. El sexo describe la diferencia puramente biológica entre macho y hembra (hombre y mujer), sin hacer referencia a los comportamientos de ambos sexos. Por el contrario, el género, como describe Puleo en *Mujeres en Red* (2007), sería la construcción cultural del carácter a partir de lo que cada sociedad entiende por masculino o femenino, es decir, es el conjunto de actividades, atributos o funciones que la sociedad asigna a cada persona en función de su sexo, macho = hombre = masculino; hembra = mujer = femenino.

Según las Naciones Unidas (1995), la diferencia entre el sexo y el género es que este último expresa el rol y la condición de hombres y mujeres basándose en una construcción social sujeta a cambios (Naciones Unidas, 1995, s.r.f. De Barbieri, 1997, p.15).

Por último, y como se expresaba anteriormente, los géneros se encuentran jerarquizados. Según Varela (2005), dentro de esta jerarquía el género masculino domina al género femenino, siendo el primero el que debe diferenciarse del segundo para que se mantengan las relaciones de poder.

Esta jerarquización y relaciones de poder choca directamente con la igualdad de género, que se define como la “ausencia de discriminación basada en el sexo de la persona en materia de oportunidades, asignación de recursos y beneficios o acceso a los servicios” (OMS, 2002, p. 5).

También chocan con la equidad de género, refiriéndose ésta a “la imparcialidad y la justicia en la distribución de beneficios y responsabilidades entre hombres y mujeres. El concepto reconoce que el hombre y la mujer tienen distintas necesidades y gozan de distinto poder, y que esas diferencias deben determinarse y abordarse con miras a corregir el desequilibrio entre los sexos” (OMS, 2002, p. 5).

Asimismo, esta diferenciación de género en base al sexo así como la jerarquización consecuente se manifiesta en conductas y pensamientos sexistas.

Al hablar de sexismo, según Amorós (Mujeres en Red, 2007), se hace referencia a la inferioridad del sexo femenino a colación de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres. Así, como resultado de esta inferioridad, nacen una serie de conductas y comportamientos estereotipados que llevan a la subordinación de un sexo con respecto al otro, la subordinación de la mujer en favor del dominio del hombre.

En las ciencias sociales, como refleja Subirats, el sexismo designa “actitudes que introducen la desigualdad y la jerarquización en el trato que reciben los individuos, sobre la base de la diferenciación de sexos” (Subirats, 1994, p. 61).

Asimismo, según de la Peña, Ramos, Luzón, y Recio (2011), en la actualidad han surgido nuevas formas de interiorizar y expresar el sexismo que dan como resultado la aparición de un sexismo ambivalente como combinación de un sexismo tradicional y hostil con un sexismo nuevo más benévolo y sutil.

Así, según estas autoras y autores, como sexismo hostil se entienden actitudes o conductas de prejuicio y/o discriminatorias basadas en la inferioridad de la mujer justificando creencias tales como la figura dominante del hombre sobre la mujer, la imposibilidad de que la mujer se responsabilice de asuntos económicos y/o sociales importantes, y el poder sexual que tiene la mujer para manipular a los hombres. Por su parte, el sexismo benévolo se definiría como un sexismo más sutil y encubierto caracterizado por creencias que, aunque seguirían viendo a la mujer como débil e

inferior, darían al hombre un papel de protector y cuidador, afirmarían componentes positivos de la mujer que se complementarían a los del hombre, y verían la figura masculina como incompleta sin la mujer.

De la Peña, Ramos, Luzón, y Recio (2011), ante la perpetuidad y la transmisión de este constructo de roles y rasgos estereotipados y la autoridad del hombre sobre la mujer hablan del sexismo interiorizado, definiendo tres bloques conceptuales para su mejor percepción:

Tabla 1: Conceptos del constructo “Sexismo interiorizado”.

**CONCEPTOS DEL CONSTRUCTO “SEXISMO INTERIORIZADO”  
(De la Peña, Ramos, Luzón, y Recio 2011)**

Sexismo interiorizado referido a los roles	Se refiere al conjunto de tareas, funciones, actividades, responsabilidades y pautas de comportamiento atribuidas tradicionalmente a lo femenino y a lo masculino, como si tales cuestiones estuvieran previamente determinadas por la naturaleza o sexo biológico de las personas.
Sexismo interiorizado referido a rasgos	Engloban aquellas características o atributos de carácter psicológico que, de manera sexista, se han considerado propios de lo masculino o de lo femenino.
Sexismo interiorizado referido a la adjudicación y legitimación de la autoridad al varón en el contexto de pareja	Que tiene especial relación con el ejercicio de la violencia sexista, por ser éste el objetivo principal de los varones que la ejercen: el dominio, el control y la consideración de la mujer como algo de su propiedad.

FUENTE: Elaboración propia a partir de De la Peña, Ramos, Luzón, y Recio (2011).

## 1.2.- VIDEOJUEGOS

En la actualidad, los videojuegos cobran un papel privilegiado dentro del ocio de los y las jóvenes, aumentado cada año sus cifras de ventas y colocando a España a la cabeza de los mercados europeos en consumo.

Los videojuegos, como argumenta María (2015), han experimentado una evolución tan grande, a pesar de su corta historia, que ha hecho que esta industria se coloque muy por encima del resto de artes audiovisuales en lo relativo a los beneficios de facturación, llegando a ser reconocidos como un bien cultural institucionalmente

Aunque el nacimiento de los actuales videojuegos debe colocarse durante la década de los 40, gracias al primer simulador de vuelo, es en los años 80 cuando se lanza, de la mano de Nintendo, el primer sistema de videojuegos en los que se basan los

videojuegos actuales, y no es hasta principios de los 90 que se expanden de manera masiva en España (Etxeberria, 2009).

Así, con esta expansión del videojuego, y como explica Díez (2004b) éstos se han convertido en una poderosa herramienta de influencia y conformación de opinión y visión sobre la realidad. Asimismo, Estalló (1995, p. 117), afirma que 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”.

Y es que los videojuegos se expanden por campos que van más allá de lo artístico o experimental, como la ciencia y la investigación, la psicología, la medicina la filosofía o el mundo empresarial y comercial, presentándose, además, como simuladores sociales, deportivos o incluso militares, y como herramienta educativa y de concienciación. Ejemplo de esta expansión es como incluso la capacidad inmersiva de los videojuegos en primera persona ha captado la atención del ejército que los utiliza para la captación, entrenamiento, e incluso como forma terapéutica, de los reclutas (María, 2015).

Para comprender todo el entramado de los videojuegos hay que empezar por saber cuáles son los principales soportes de desarrollo y jugabilidad, así como los tipos de juegos existentes.

Así, los principales soportes para videojuegos serían (Levis, 1997; Marqués, 2003, s.r.f. Díez, 2004b):

- **Máquinas recreativas:** Primer soporte para el que se crearon los juegos informáticos, en las cuales dominan los juegos de tipo Arcade. Este soporte va desde las antiguas máquinas de Pinball hasta las actuales máquinas de realidad virtual.
- **Red telemática:** Se trata de juegos en red a través de Internet, intranet, etc., aprovechando el gran alcance de conexiones que permiten las redes informáticas.
- **Microordenador:** juegos en soporte CD-ROM, DVD, disco para ordenadores personales. Se trata de una de las plataformas más populares y

potentes de videojuegos [en la actualidad el CD-ROM ha quedado desfasado dando lugar a los DVD, o contenido digital a través de plataformas como Steam, Origin o UPlay].

- **Videoconsola:** consolas como PlayStation, XBOX, Nintendo 64, o Master System, entre muchas otras, que necesitan conexión a un televisor y la utilización de cartuchos (para consolas más antiguas) y discos compactos.
- **Máquinas de bolsillo:** consolas portátiles como GameBoy, PSP, o N-Gage que no necesitan de pantalla externa permitiendo así su uso en cualquier lugar sin depender de ningún tipo de conexión.
- **Teléfono móvil.**

En cuanto a la tipología de los videojuegos, todo depende de quién los catalogue, consiguiendo un amplio espectro en función de si son catalogados por profesionales de la informática, revistas expertas en videojuegos, profesionales de la educación o empresas de software (Díez, 2004b).

Según Estalló (1995), la clasificación de los videojuegos se dividiría en cinco grandes bloques según las características comunes de los mismos. Estos grandes grupos serían juegos Arcade, simuladores, juegos de estrategia, juegos de mesa y otros juegos.

Tabla 2: Clasificación de los videojuegos.

TIPO DE JUEGO	CARACTERÍSTICAS	MODALIDADES
ARCADE	Se caracterizan por ser juegos con ritmo rápido y con un margen de reacción mínimo, donde la atención se focaliza y el componente estratégico es secundario.	- Plataformas - Laberintos - Deportivos - Dispara y olvida
SIMULADORES	Son juegos con una baja influencia en el tiempo de reacción, con estrategias complejas y cambiantes que requieren de conocimientos específicos.	- Instrumentales - Situacionales - Deportivos
ESTRATEGIA	En este tipo de juegos se adquiere una identidad específica para cada jugador o jugadora, solo se conoce el objetivo final del juego y el desarrollo	- Aventuras gráficas - Juegos de rol - Juegos de guerra

---

del mismo se basa en órdenes y objetos

JUEGOS DE MESA      Se trata de juegos tales como las cartas, el tenis - Trivial Pursuit de mesa, ajedrez, etc

## OTROS JUEGOS

---

FUENTE: Elaboración propia a partir de Estalló (1995, s.r.f. Etxeberria, 2009)

Por su parte, Diez (2004b), desarrolla otra lista tipológica sobre los videojuegos en base no solo al contenido de los mismos, sino también a los valores que promulgan. Así, esta selección quedaría dividida en “juegos Arcade” (juegos de plataformas y laberintos), “deportes y simuladores deportivos”, “juegos de acción y de rol”, “simuladores y constructores”, “juegos de estrategia”, “juegos de mesa”, y, “juegos de combate” (también conocidos como shooters).

Por último, con respecto a la tipología de los videojuegos, destacar que, la mayoría de las investigaciones coinciden en que el tipo de videojuego más utilizado serían los de tipo arcade, mientras, que por el contrario, los menos utilizados serían los juegos de mesa.

Conociendo así, cuales son los soportes y la tipología de los juegos hay que conocer, además, los rasgos característicos que los definen. Así, Aragón (2011), partiendo de otras autoras y autores, identifica como tal los siguientes:

- Los videojuegos son actividades para evadirse de la vida ordinaria.
- Provocan un efecto absorbente en los y las jugadoras debido a que no se centran en aspectos cognitivos sino emocionales.
- Los y las jugadores no se mueven por factores o intereses económicos y deben atenerse a unas reglas de juego.
- Cada videojuego tiene la capacidad de aislar al jugador o jugadora, así como de crear grupos sociales.
- Pueden crear tanto acción como reacción de los jugadores.
- Provocan identificación positiva con el protagonista, existencia de desafíos o retos a superar y capacidad de provocar retroalimentación constante.
- Plantean respuestas a sueños de heroísmos, acción y aventura.

- Los videojuegos tienen un poder de transferir aprendizajes.

Asimismo, cabe destacar que según varios autores y autoras coinciden en que los videojuegos son fuente de aprendizaje. Etxeberria (2009), defiende que al comparar los videojuegos con la Teoría del Aprendizaje Social, se comprueba que éstos comparten muchas características que exige una organización eficaz del aprendizaje, destacando, por ejemplo, que la repetición y el jugar durante muchas horas estaría directamente relacionado con la constante repetición necesaria para afianzar comportamientos y dominios de una actividad. Por su parte, Díez (2004b), afirma que la mayoría de los videojuegos pueden ser fuente de aprendizaje para los y las jugadoras, aunque destaca, también, que eso no quiere decir que sea algo positivo o adecuado.

Con esto, el autor (Díez, 2004b), defiende que no pone en duda las habilidades y conocimientos que los videojuegos pueden lograr, sino que hace referencia a los valores que se muestran en muchos de estos juegos. Valores tales como el racismo, el sexismo o la violencia que puedan formar una concepción de la realidad.

### 1.3.- GÉNERO Y SEXISMO EN LOS VIDEOJUEGOS

Los videojuegos, en comparación con otros medios de comunicación audiovisuales, permiten la identificación de los jugadores y jugadoras a través de la interacción de éstos y éstas con el avatar o personaje, por lo tanto, se genera en estas situaciones, una experimentación con identidades de género dispares a la propia (Gaymer, 2016).

Partiendo de que los videojuegos son fuentes de aprendizajes de diferentes habilidades y valores, al igual que pasa con otros juegos y juguetes, éstos también pueden identificarse, como defienden algunas investigaciones, como una fuente transmisora de los estereotipos de género que vivimos en la realidad.

Pero, como afirma Díez (2007), los videojuegos están ideados para el mundo masculino, es decir, están hechos por y para hombres, reforzando, en ellos, una serie de papeles típicamente masculinos, llegando incluso, en ocasiones, a mostrar tintes sexistas. De ahí, que sean los varones los principales consumidores de éstos, mientras que las mujeres manifiestan un interés menor, así como un desconocimiento de los

mismos, e incluso, el tiempo empleado en el juego es menor y durante plazos de tiempo más cortos que en el caso de los hombres (Gil, Feliu y Vitores, 2010).

Diferentes autores y autoras defienden que el tiempo empleado por las mujeres en el juego es mucho menor que en el caso de los hombres. A esto, hay que sumarle que, como afirman Gil, Feliu y Vitores (2010), las jugadoras normalmente son introducidas en el mundo del videojuego de la mano de un hombre (pareja, hermano), por eso se entiende que los videojuegos son cosa de hombres, al que ellas son invitadas.

Asimismo, el acceso al juego por parte de las mujeres se vería caracterizado por un acceso parcial, quedando limitado tanto al tiempo de ocio disponible, como al tiempo de uso del resto de jugadores masculinos que vivan en el hogar, ya sea porque el juego se lleva a cabo cuando ellos no lo hacen, o porque son ellos los que controlan o supervisan el uso de los mismos (Jenson y de Castell, 2008).

Igualmente, basándose en diferentes investigaciones cualitativas, Escofet y Rubio (2007), señalan que las mujeres denotan diferentes actitudes en cuanto al lenguaje que utilizan a la hora de jugar, con respecto al usado por los hombres. Así, las mujeres suelen utilizar un lenguaje no específico, muy expresivo y con percepción de sorpresa, inseguridad, impotencia, mientras que los hombres, por su parte, suelen tener una actitud imperativa caracterizada por un dominio del lenguaje tecnológico.

Dentro del mundo de los videojuegos, existiría un sexismo explícito, a la vista de todos y todas, y un sexismo mucho más implícito, al que denomina “cultura macho”, caracterizado por un mundo virtual basado en una idea distorsionada de la masculinidad, elevada a categoría universal, donde resaltan valores tales como poder, fuerza, valentía, venganza, desprecio y orgullo, entre otros, mientras que la parte femenina en este mundo virtual estaría ligada a la debilidad, cobardía, conformismo y sumisión (Díez, 2007). De esta forma quedan así clasificadas en tres categorías dependientes del rol a desarrollar, mujeres protagonistas, mujeres villanas y damiselas en apuros, siendo mayoría estas últimas y, sirviendo así, como motivación, como trofeo (Rodríguez, 2016).

Por otro lado, como dicen, Escofet y Rubio (2007), los diseños de los juegos “para chicos” se basan en la coordinación ojo-mano, aumento de los reflejos y la acción, mientras que los juegos desarrollados “para las chicas” se caracterizan por el uso de

herramientas más productivas que faciliten la realización de tareas más prácticas y artísticas. Además, basándose en otros estudios, señalan que en cuanto a la aceptación de esta división en el diseño y desarrollo de los videojuegos, los chicos se inclinan poco a jugar con juegos “para chicas”, mientras que algunas chicas pueden llegar a incluir entre sus videojuegos más utilizados los diseñados “para chicos”, por lo cual, señalan, esto podría ser otro motivo para que la industria de los videojuegos se haya inclinado en la producción de juegos típicamente masculinos.

Cabe señalar, además, que los videojuegos enfocados hacia las chicas, suelen presentarse en cajas de colores como el rosa o el lila y etiquetados, muchas veces, como “para niñas”.

Así, como señalan Gil, Feliu y Vitores (2010), se podrían ver valores esenciales que hacen que las mujeres se alejen del consumo de videojuegos, o no se vean influenciadas por ellos y su publicidad como en el caso de los hombres. Y es que el mecanismo de diversión de los juegos estaría caracterizado, en gran medida, por la presencia de la violencia, la construcción de los personajes (con ausencia de protagonistas femeninas y/o personajes femeninos estereotipados) y la competitividad.

Hay que añadir, además, que los roles estereotipados se darían en ambos sexos. Esto se puede ver en la investigación realizada por Escofet y Rubio (2007), en la que señalan que durante los primeros años del 2000 los personajes estereotipados han crecido en el caso de los hombres, doblando al de las mujeres. Estereotipos, recuerdo, basados en la dominación y la acción, con protagonistas, muchas veces caracterizados como hombre blanco heterosexual con virtudes atléticas y bélicas. Asimismo, las autoras señalan que, aunque los estereotipos han dado un pequeño cambio, se observa una tendencia, sobre todo en los medios de comunicación, a utilizar un sexismo más implícito, el cual, destacan, puede llegar a ser más peligroso.

En esta misma línea, y en lo que a los estereotipos se refiere, Rodríguez (2016), muestra que, aunque el público femenino ha ido creciendo y cada vez hay más jugadoras y más personajes femeninos, el marketing sigue estando dirigido a un target masculino y heterosexual, evidenciado a través de las portadas de los videojuegos en los que, en la mayoría de las veces, cuando sale una mujer lo hace de forma hipersexualizada.

Como el propio autor defiende, este proceso de hipersexualización que sufren muchos de los personajes lleva, en muchas ocasiones, a una cosificación sexual de los mismos. Es decir, esto ocurre cuando, “separamos los atributos sexuales y el aspecto físico del resto de la personalidad o características que componen la identidad de esa persona” (Rodríguez, 2016, p. 42).

Además, se trata de un fenómeno que también se da tanto en el caso de los personajes masculinos como en los femeninos, pero son las mujeres y las niñas quienes más lo sufren (Zurbriggen et al, 2007).

Rodríguez (2016) señala que, aunque los personajes son creados para agradar a través de su físico, llegando incluso a la ausencia de defectos físicos, cuando se compara el cuerpo de un avatar masculino con el de una avatar femenino se diferencian mucho, y es que mientras que cuando el hombre empuña un arma su cuerpo expresa fuerza, cuando un personaje femenino realiza la misma acción, su cuerpo muestra sex appeal, o simplemente, se muestra su cuerpo. Y es que, como dice el autor, la mujer que se abre paso en un videojuego cumple con los cánones establecidos para ser visualmente atractiva y mostrar parte de su cuerpo.

En cuanto a la ruptura de los estereotipos, autores como González (2016), señala personajes femeninos como Lara Croft (Tomb Raider) o Samus Aran (Metroid), como ejemplos estudiados, sobre todo en el caso de la primera, desde un prisma feminista y de género. Y es que Lara Croft sería una de las primeras mujeres caracterizadas dentro de los estereotipos de independencia, intrepidez, agresividad y valentía que estaban reservados exclusivamente para personajes masculinos, llegando incluso a ser vista como un caso de empoderamiento feminista. Pero, como él mismo señala, este ejercicio de igualdad entre personajes femeninos y masculinos, era tan solo una visión de la feminidad vista desde el punto de vista masculino, diseñado, además, por un hombre. Es decir, era un personaje estereotípicamente masculino con cuerpo de mujer, que, por otro lado, fue diseñado en un primer momento para ser un protagonista masculino, sustituido para evitar parecidos con otros juegos de la misma temática. Precisamente esto, lo arquetípicamente masculino del personaje, facilitaría la identificación de los jugadores varones con ella, haciéndose un poco más reacia en el caso de las jugadoras.

Así, como señala Kennedy (2002) con la llegada del Tom Raider se produjo un gran cambio en lo que significaba escoger un personaje femenino por parte de un jugador masculino.

En esta misma línea sobre los personajes femeninos que se alejaban de los estereotipos, González (2016), analiza el caso de la protagonista del videojuego *Metroid*, Samus Aran, que, como bien dice, se acerca a las características de Lara Croft, tales como fuerza y valentía, pero sin una exhibición en demasía de su cuerpo.

Aun así, esta nueva protagonista también se vio sumergida en diferentes disputas sobre el género, y es que, para empezar, tanto el cuerpo como la identidad del personaje fueron tomados como reclamo publicitario, ya que durante el juego no se conocía el sexo del avatar que se manejaba. El descubrimiento de la identidad del personaje al terminar el juego hace que se convierta en una especie de recompensa a las habilidades demostradas durante el mismo para alcanzar el final de la historia. Para mayor inri, una vez terminado el juego, y a través de una secuencia de comandos y contraseñas, el jugador obtenía como recompensa máxima el poder jugar con la protagonista semidesnuda.

En ambos casos, las protagonistas, con el paso del tiempo y el crecimiento de sus respectivas sagas, han experimentado una evolución de sus identidades alejadas de las de sus inicios. Mientras que en las últimas entregas de *Tomb Raider*, se ha diseñado una Lara Croft más profunda y humana a través de la representación de sentimientos como el miedo, el aprendizaje o la venganza (Ugarte y García, 2015), en el caso de Samus Aran, la feminización del personaje involucionó hacia los parámetros típicamente femeninos, basados en su sexualidad, sentimientos de debilidad, vulnerabilidad y maternidad (González, 2016).

Estos dos ejemplos, unidos a otras figuras femeninas dentro de los videojuegos, son un claro ejemplo de cómo incluso siendo mujeres empoderadas acaban siendo cosificadas (Rodríguez, 2016).

Como contrapunto, Rodríguez (2016), defiende el personaje hipersexualizado de *Bayonetta*, un personaje muy sexual que entre batallas y poses sugerentes, puede aparecer realizando ataques totalmente desnuda. Este caso es positivo, defiende el autor, porque se trata de una actitud ligada a la personalidad y la independencia del personaje,

es decir, en este caso el personaje sí está hipersexualizado pero no ha sufrido cosificación, y es que “si tenemos en cuenta que Bayonetta es un personaje creado por una mujer y que abraza su identidad sin estar supeditada a otros hombres, podemos hablar de un personaje empoderado y activo sexualmente” (Rodríguez, 2016, p. 46-48).

Pero el sexismo en el mundo de los videojuegos no afecta solo al diseño de sus personajes o al papel y peso de éstos y éstas dentro de la historia. Tanto el sexismo como la violencia de género han llegado, en ocasiones, a traspasar la pequeña pantalla.

Aunque en diferentes investigaciones ha quedado claro que el número de mujeres que juegan a videojuegos ha crecido con el paso de los años, incluso en algunas las mujeres llegan a casi igualar el número de jugadores, al igual que el número de mujeres que trabajan en la industria, si bien siguen siendo muy inferiores al de hombres, el resultado final en el diseño y marketing de los videojuegos no ha variado en demasía.

Es aquí donde el sexismo y la violencia de género traspasan el monitor y se convierten en armas de ataque contra algunas desarrolladoras y jugadoras de videojuegos.

En los últimos años, más concretamente a mediados de 2014, surge en el mundo de los videojuegos el “GamerGate”<sup>1</sup>, que aunque en sus inicios nace como respuesta, sobretodo de los jugadores y jugadoras, a la falta de ética en algunos sectores de la industria, pronto se ve manchado por una sucesión de ataques en contra, tanto de mujeres jugadoras, como de mujeres desarrolladoras y otras profesionales involucradas en el sector de los videojuegos, surgiendo así dos corrientes dentro de este fenómeno.

Así, como defiende Toscano (2016), comienzan a aparecer casos de violencia hacia las mujeres. Diferentes desarrolladoras y especialistas comienzan a recibir, como queja ante la visión feminista del mundo de los videojuegos y la denuncia del sexismo existente en el mismo, insultos y amenazas a través de diferentes redes sociales, llegando a influir tanto el ámbito privado como en el desarrollo del trabajo de las víctimas.

Pero, como señala la autora, los casos surgidos a raíz del nacimiento de esta doble corriente del GamerGate no son los únicos actos de discriminación, ya que los jugadores machistas utilizan con bastante recurrencia insultos referidos al género

<sup>1</sup>GamerGate: Movimiento que nace en twitter con el hashtag “#GamerGate”, utilizado por aficionados de videojuegos (gamers) con una doble corriente. Por un lado, es utilizado para denunciar la falta de integridad y ética periodística, y, por otro, como ataques, con comentarios amenazantes, misóginos y sexistas (Sanghani, 2014), contra quienes apodan “social justice warriors”, y que defienden “temas políticos” como la igualdad de género en esta industria, alegando que los videojuegos son entretenimiento y no una agenda política, y como defensa ante lo que consideran un ataque contra los videojuegos y jugadores tradicionales (Kaplan, 2014).

femenino cuando una mujer que juega en modo online se equivoca o simplemente muestra su partida en páginas de internet. Asimismo, en contrapartida a los insultos ante una mala jugada, si las jugadoras triunfan en el objetivo del juego o “no fallan” pueden llegar a recibir halagos y comentarios o proposiciones, muchas veces de carácter sexual.

Además, también habría que señalar el evidente techo de cristal existente en la industria. Y es que “si hay una chica en una clase de trescientas personas, es difícil que luego lleguen muchas a programar videojuegos, y esto no es desde luego porque a las mujeres no les guste la ingeniería, es un condicionamiento social que viene desde muy antiguo” (Toscano, 2016, p.59).

Esto lleva directamente a una reflexión general, que al igual que Toscano, se hacen otros y otras muchas autoras, y es que para poder cambiar el machismo existente en estos aspectos particulares, como podría ser la industria de los videojuegos, hay que empezar por conseguir cambiar el machismo que aún hoy sigue impregnando a una parte de la sociedad.

Por último señalar como autoras como Aragón (2011), defienden precisamente que se trata de un mundo virtual. No se niega la existencia de factores violentos, racistas o sexistas, pero afirma que todo dependerá del control y supervisión del tiempo empleado y del contenido del videojuego. Es decir, que esos estereotipos de género o arquetipos masculinos y femeninos traspasen la pantalla y conformen la identidad social del jugador y/o la jugadora dependerá tanto del tiempo que se emplee en la actividad, como del control, por parte de los padres y madres y de los y las educadoras, del contenido de los videojuegos.

## **2.- OBJETIVOS**

A continuación se presentan los objetivos a conseguir y que marcan las líneas de actuación de esta investigación.

### **2.1- OBJETIVO GENERAL**

- Conocer el punto de vista de los jugadores y jugadoras sobre las conductas y actitudes sexistas y de violencia de género que pueden presentarse en los videojuegos.

### **2.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer si los jugadores y jugadoras creen que los videojuegos presentan actitudes machistas y situaciones sexistas.
- Averiguar si los jugadores y jugadoras de videojuegos consideran que los videojuegos son para hombres.
- Conocer la opinión de los jugadores y jugadoras con respecto a la imagen que se muestra, tanto de la mujer como del hombre, en los videojuegos.
- Averiguar si los jugadores y jugadoras de videojuegos se ven identificados con protagonistas presentados en los videojuegos, así como con los valores que éstos y/o éstas representan.
- Conocer si los jugadores y jugadoras creen que existen diferencias, en base al sexo, a la hora de involucrarse en un videojuego.
- Averiguar la opinión de los jugadores y jugadoras sobre la influencia que la imagen de la mujer representada en los videojuegos pueda ejercer en la sociedad.
- Conocer si los jugadores y jugadoras están a favor o no de la introducción de una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.

### 3.- HIPÓTESIS

Las hipótesis que se presentan están directamente relacionadas con los objetivos, tanto los de carácter general, como los específicos, que se han presentado anteriormente.

**Hipótesis 1:** los hombres se identifican más con los personajes o protagonistas de los videojuegos que las mujeres.

**Hipótesis 2:** la mayoría de las jugadoras creen que no existen diferencias entre sexos a la hora de jugar a un videojuego.

**Hipótesis 3:** la mayoría de jugadores y jugadoras creen que el aspecto físico de los avatares cambiaría si fueran diseñados por mujeres.

**Hipótesis 4:** las mujeres son más conscientes del sexismo expuesto en los videojuegos que los hombres.

**Hipótesis 5:** los hombres son más reticentes a sentirse identificados con personajes femeninos que las mujeres en el caso de personajes masculinos.

**Hipótesis 6:** una parte importante de jugadores y jugadoras sigue pensando que los videojuegos son para hombres.

**Hipótesis 7:** los jugadores y jugadoras de videojuegos no creen que sea necesaria una visión feminista en el desarrollo de videojuegos.

## 4.- MÉTODO

Para alcanzar los objetivos que marcan esta investigación se ha optado por aplicar un método cuantitativo. Así, se ha llevado a cabo una recopilación y análisis de datos, numéricos y estadísticos, resultantes de los cuestionarios realizados, para ser presentados de forma organizada y sistematizada.

### 4.1.- MUESTRA

Esta investigación cuenta con una muestra comprendida por un total de 543 personas, 379 hombres, 158 mujeres y 6 que no han informado de su sexo, sino que lo han calificado como “otro”. Es decir, se ha estudiado la visión sobre el sexismo en los videojuegos con un 69.8% de hombres, un 29.1% de mujeres y, por último, un 1.1% con otro sexo.

Asimismo, el estudio se ha centrado en la opinión de la muestra al completo en aquellos aspectos estudiados de forma general, mientras que en los datos obtenidos en base a la diferenciación del sexo se ha tenido en cuenta el total de hombres y de mujeres por separado.

Con respecto a la edad de la muestra, ha habido una amplia mayoría en el rango de edad entre los 20 y los 25 años, con un total de 236 participantes (43.5% de la muestra), seguido por el rango de edad entre los 25 y 30 años con un 19.5% del total y 106 participantes. Asimismo, el rango de edad de entre 16 y 20 años representa el 15.8% (86 participantes) de la muestra, entre 30 y 35 años el 13.4% (73 participantes), y el rango de edad de más de 35 años con un 7.2% y 39 participantes. Por último, el rango de edad con menor relevancia dentro de esta investigación ha sido el de menores de 16 años, con solo 3 participantes y siendo el 0.6% de la muestra.

En la muestra de esta investigación destaca, con un 51.9%, los y las participantes con estudios universitarios con un total de 282 participantes. Asimismo, un 23.2% (126 participantes) tienen formación profesional, un 16.6% (90 participantes) han realizado Bachiller, un 7.4% (40 participantes) solo han tenido formación en ESO y, por último, un 0.9% de la muestra (5 participantes) cuentan con otros estudios diferentes a los anteriores.

En cuanto a lo que los y las participantes de la investigación consideran videojuego, el 81% de la muestra considera como tal los juegos que se juegan a través de una consola u ordenador. Asimismo, el 46% de los y las participantes consideran que también son videojuegos aquellos juegos que se pueden usar a través de los smartphones y/o tablets. Un 35.7% de la muestra total coinciden en que los videojuegos también son los juegos de ordenador tipo “Buscaminas” o “Solitario”, y un 0.4% de la misma considera como videojuegos los juegos de mesa. Por último, un 18.2% de los y las participantes cree que todos estos ejemplos pueden considerarse como videojuegos.

Por último, la gran mayoría de la muestra, 99.3%, ha jugado a algún videojuego, frente a un 0.7% de participantes que no lo han hecho. Asimismo, al 99.4% de los y las encuestadas les gustan los videojuegos frente a un 6.6% de participantes para los cuales éstos no son de su agrado.

#### 4.2- DISEÑO

Esta investigación cuenta con un de diseño cuasiexperimental, por un lado, con un método selectivo ya que el estudio se ha realizado con mujeres y hombres que, como mínimo, conocen o han jugado alguna vez con videojuegos. Por otro lado, el estudio se ha realizado en base a un diseño de encuestas, ya que para la obtención de datos se ha utilizado un cuestionario con el que, a posteriori, se han analizado y plasmado los datos obtenidos.

#### 4.3.- INSTRUMENTO

El instrumento seleccionado para obtener los datos necesarios para alcanzar los objetivos de esta investigación, así como para verifica o refutar las hipótesis planteadas, ha sido el cuestionario.

Este cuestionario se ha adaptado de la guía didáctica para el análisis de los videojuegos realizada por Díez (2004a), centrándolo en el terreno que ocupa esta investigación, de sus objetivos e hipótesis, y dándole un carácter más neutro, puesto que el rango de edad de la muestra encuestada no se limita solo a los y las adolescentes y jóvenes, sino que se abre el rango de edad para todos aquellas y aquellos que quisieron participar en la investigación.

Éste, tiene como objetivo conocer la opinión de los y las participantes sobre la existencia de conductas sexistas y de violencia de género que puedan presentarse en los videojuegos. Consta de un total de 42 preguntas, de las cuales se han sacado tanto los datos demográficos de la muestra, como los resultados de este estudio. Asimismo, el cuestionario se encuentra anexo en esta investigación como “Anexo 1”.

#### 4.4.- PROCEDIMIENTO

##### 4.4.1.- Técnicas de recogida de datos.

Para la recogida de datos en esta investigación, y antes de configurar el cuestionario, se ha llevado a cabo un rastreo y estudio de diferentes fuentes bibliográficas que han supuesto las bases teóricas del estudio.

Posteriormente, se ha adaptado el cuestionario y, después de probarlo con un número reducido de personas, se llevó a cabo su distribución y difusión vía Internet, a través, principalmente, de las Redes Sociales Twitter, Facebook, Whatsapp y foros relacionados con la industria de los videojuegos.

El cuestionario, creado a través de Google.Forms, se mantuvo abierto entre el 16 de abril de 2016 y el 4 de mayo de 2016, y una vez cerrado, se realizó su correspondiente vaciado y análisis posterior.

##### 4.4.2.- Técnicas de análisis de datos.

El análisis de los datos obtenidos en esta investigación ha sido llevado a cabo a través de técnicas de corte cuantitativo. Así, se ha realizado un análisis descriptivo de los datos obtenidos a través de las respuestas de los y las participantes, es decir, de los datos, tanto numéricos como estadísticos, obtenidos de los cuestionarios realizados. Por otro lado, se ha llevado a cabo un análisis ligado a las hipótesis a través del cual se han verificado o refutado en base a los datos obtenidos.

Para un mejor trabajo se han eliminado algunas preguntas del cuestionario, puesto que se habían realizado para introducir a los y las participantes en el tema y, otras, porque no eran relevantes para la verificación o refutación de las hipótesis planteadas, aunque pueden ser útiles para una posible revisión y extensión de esta investigación.

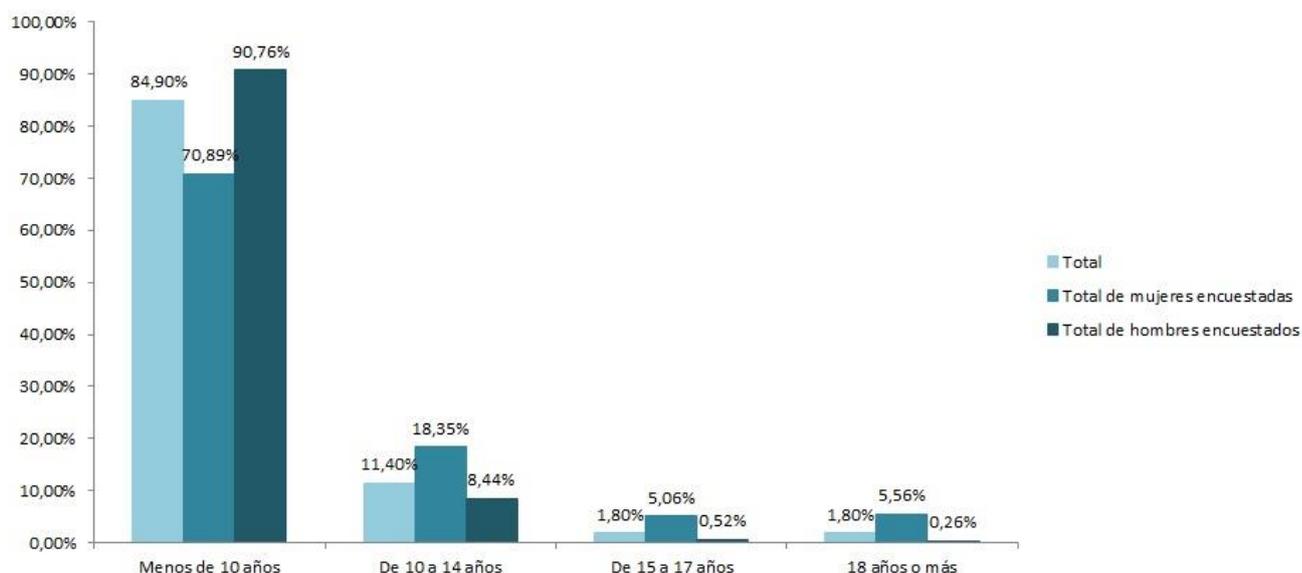
## 5.- RESULTADOS

### 5.1.- Edad de inicio con los videojuegos.

Tabla 3: Edad de inicio con los videojuegos.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Menos de 10 años.</b>	460	84.9%	112	70.89%	344	90.76%
<b>De 10 a 14 años.</b>	62	11.4%	29	18.35%	32	8.44%
<b>De 15 a 17 años.</b>	10	1.8%	8	5.06%	2	0.52%
<b>18 años o más</b>	10	1.8%	9	5.56%	1	0.26%

Gráfico 1: Edad de inicio con los videojuegos.



Como podemos ver en la tabla 3 y el gráfico 1, la mayoría de la muestra (84.90%) tuvo su primer acercamiento a los videojuegos con menos de 10 años, mientras que por el contrario, el rango de edad con menos iniciación por parte de la misma sería a partir de los 15 años (1.8% de 15 a 17 años, y 1.8% a los 18 años o más).

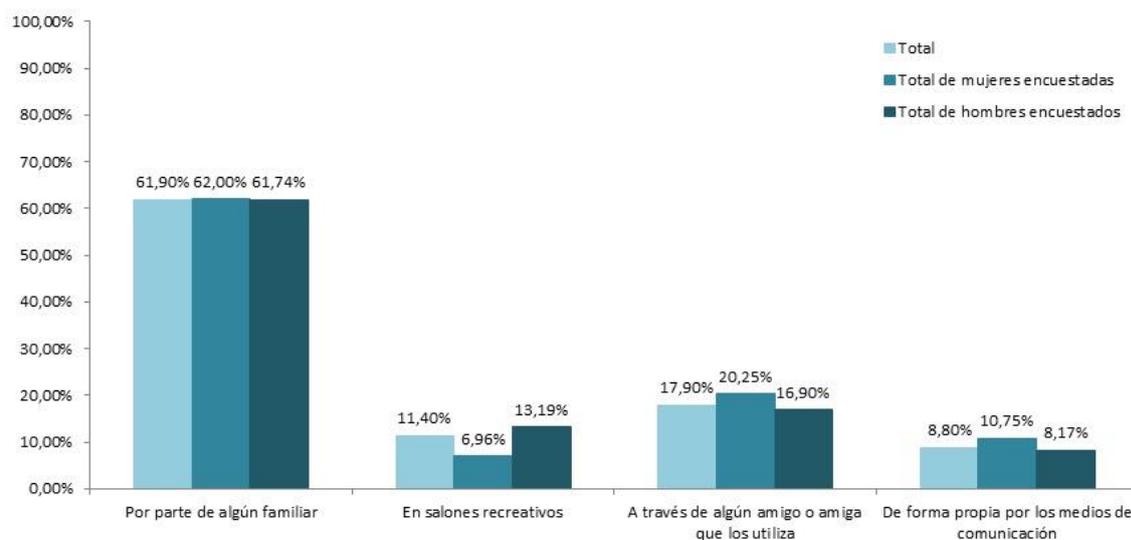
Aunque, tanto la mayoría de mujeres (70.89%), como la mayoría de hombres (90.76%) tuvieron su primer acercamiento antes de los diez años, destaca que hay más mujeres que hombres que experimentaron su acercamiento a los mismos con posterioridad, un 18.35% de 10 a 14 años, un 5.06% de 15 a 17 años, y un 5.56% con 18 años o más.

## 5.2.- Acercamiento a los videojuegos.

Tabla 4: Acercamiento a los videojuegos.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Por parte de algún familiar.</b>	336	61.9%	98	62%	234	61.74%
<b>En salones de juegos recreativos.</b>	62	11.4%	11	6.96%	50	13.19%
<b>A través de algún amigo o amiga que los utiliza.</b>	97	17.9%	32	20.25%	64	16.9%
<b>De forma propia por los medios de comunicación.</b>	48	8.8%	17	10.75%	31	8.17%

Gráfico 2: Acercamiento a los videojuegos.



El acercamiento al mundo de los videojuegos, cuyos resultados podemos ver en la tabla 4 y el gráfico 2, ha sido mayoritariamente por parte de algún familiar que los utiliza, con un total de 61.9% de la muestra, mientras que, por el contrario, solo un 8.8% lo hizo de forma propia por los medios de comunicación.

Destaca, asimismo, que hay más hombres que mujeres (13.19% del total de hombres) que tuvieron un acercamiento a los videojuegos a través de salones recreativos, mientras que hay más mujeres que hombres que lo hicieron por parte de un familiar (62% del total de mujeres), a través de algún amigo o amiga que los utiliza

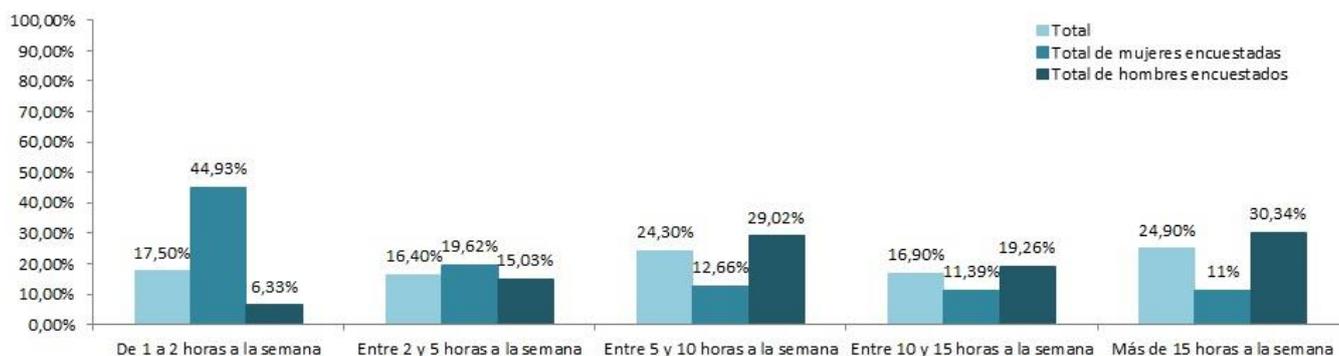
(20.25% del total de mujeres), y de forma propia a partir de los medios de comunicación (10.75% del total de mujeres).

### 5.3.- Frecuencia de juego.

Tabla 5: Frecuencia de juego.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>De 1 a 2 horas a la semana.</b>	95	17.5%	71	44.93%	24	6.33%
<b>Entre 2 y 5 horas a la semana.</b>	89	16.4%	31	19.62%	57	15.03%
<b>Entre 5 y 10 horas a la semana.</b>	132	24.3%	20	12.66%	110	29.02%
<b>Entre 10 y 15 horas a la semana.</b>	92	16.9%	18	11.39%	73	19.26%
<b>Más de 15 horas a la semana.</b>	135	24.9%	18	11.39%	115	30.34%

Gráfico 3: Frecuencia de juego.



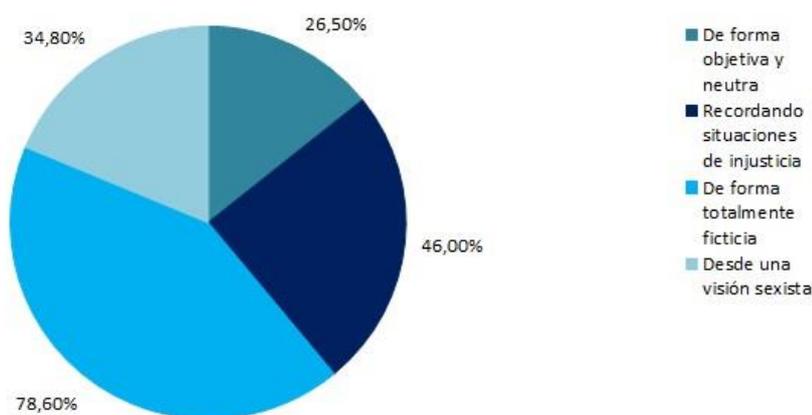
La mayoría de la muestra, con un 24.9%, tiene una frecuencia de juego de más de 15 horas a la semana, mientras que solo un 16.4% le dedica a los videojuegos entre 2 y 5 horas a la semana. Por su parte, la mayoría de las mujeres encuestadas, con un 44.93% del total de mujeres, dedica a los videojuegos de 1 a 2 horas a la semana, mientras que la mayoría de los hombres, con un 30.34% del total de hombres, ocupa una media de más de 15 horas a la semana en jugar a videojuegos. Vemos estos datos en la tabla 5 y el gráfico 3.

#### 5.4.- Información que dan los videojuegos sobre el mundo.

Tabla 6: Información que dan los videojuegos sobre el mundo.

<b>Información</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>De forma objetiva y neutra.</b>	144	26.5%
<b>Recordando situaciones de injusticia.</b>	250	46%
<b>De forma totalmente ficticia.</b>	427	78.6%
<b>Desde una visión sexista.</b>	189	34.8%

Gráfico 4: Información que dan los videojuegos sobre el mundo.



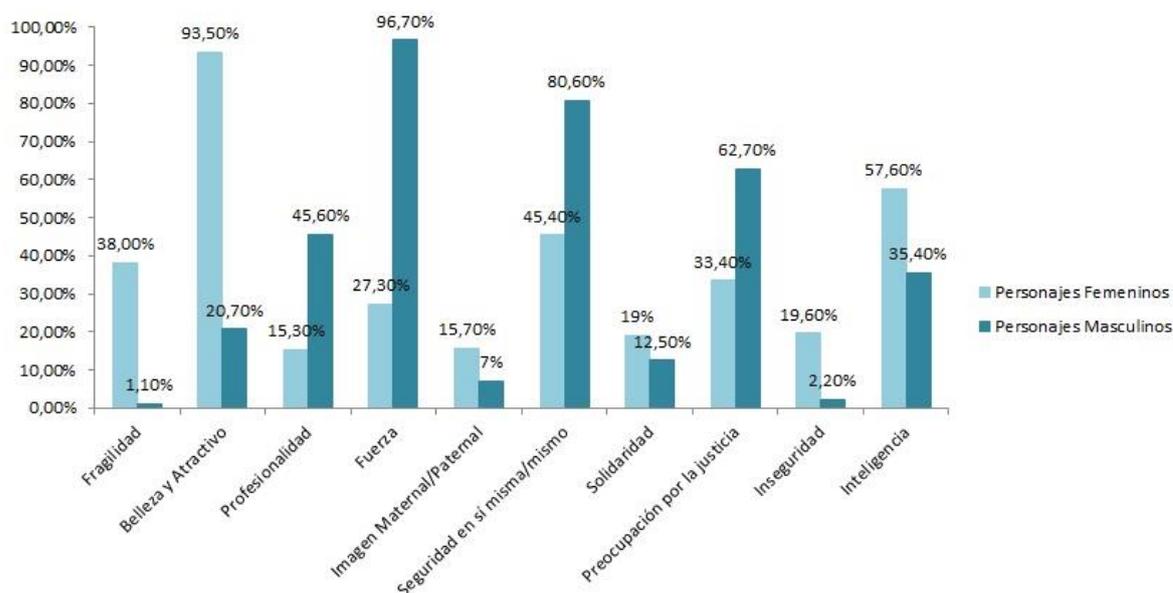
En la tabla 6 y el gráfico 4 vemos que el 78.6% de la muestra considera que los videojuegos informan de una forma totalmente ficticia sobre el mundo frente a un 26.5% que lo hacen de forma objetiva y neutra. Destacar que el 34.8% de la muestra opina que los videojuegos dan información del mundo desde una visión sexista.

#### 5.5.- Características que más resaltan en los personajes.

Tabla 7: Características que más resaltan en los personajes.

<b>Características</b>	<b>Personajes Femeninos</b>	<b>%</b>	<b>Personajes Masculinos</b>	<b>%</b>
<b>Fragilidad</b>	206	38%	6	1.1%
<b>Belleza y Atractivo</b>	507	93.5%	112	20.7%
<b>Profesionalidad</b>	83	15.3%	247	45.6%
<b>Fuerza</b>	148	27.3%	524	96.7%
<b>Imagen Maternal/Paternal</b>	85	15.7%	38	7%
<b>Seguridad en sí misma/mismo</b>	246	45.4%	437	80.6%
<b>Solidaridad</b>	103	19%	68	12.5%
<b>Preocupación por la justicia</b>	181	33.4%	340	62.7%
<b>Inseguridad</b>	106	19.6%	12	2.2%
<b>Inteligencia</b>	312	57.6%	192	35.4%

Gráfico 5: Características que más resaltan en los personajes.



En cuanto a las características de los personajes de los videojuegos, tal como se ve en la tabla 7 y el gráfico 5, predominan para los y las participantes la belleza y el atractivo (93.5%) y la inteligencia (57.60%) en el caso de los personajes femeninos, y la fuerza, (96.7%) y la seguridad en sí mismos (80.60%) en el caso de los personajes masculinos.

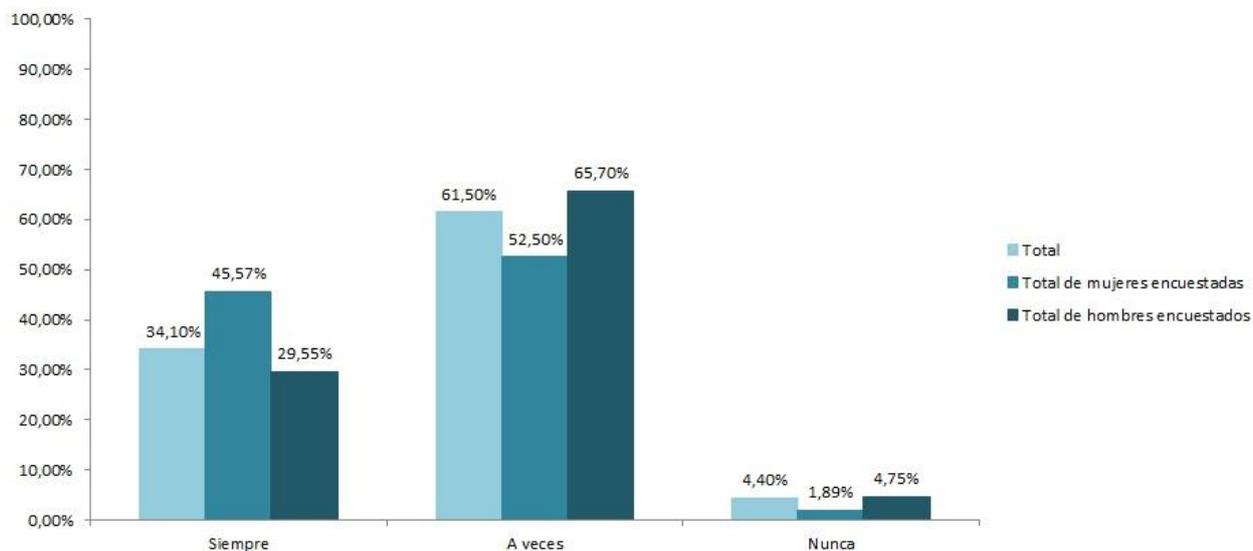
Por el contrario, las características menos destacadas por la muestra serían la imagen maternal (15.7%) y la profesionalidad (15.3%) en el caso de los personajes femeninos, y la inseguridad (2.2%) y la fragilidad (1.1%) en cuanto a los personajes masculinos.

5.6.- Hay diferencias en las características que más resaltan entre los personajes masculinos y los personajes femeninos.

Tabla 8: Hay diferencias en las características que más resaltan entre los personajes masculinos y los personajes femeninos.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Siempre.</b>	185	34.1%	72	45.57%	112	29.55%
<b>A veces.</b>	334	61.5%	83	52.50%	249	65.70%
<b>Nunca.</b>	24	4.4%	3	1.89%	18	4.75%

Gráfico 6: Hay diferencias en las características que más resaltan entre los personajes masculinos y los personajes femeninos.



En cuanto a los rasgos o características que más resaltan en los y las protagonistas de los videojuegos, tal como vemos en la tabla 8 y el gráfico 6, un 61.5% opina que solo a veces los rasgos que más resaltan en las protagonistas femeninas son diferentes a los que se resaltan en el caso de los masculinos. Un 34.1% total cree que estos rasgos más característicos sí se diferencian entre las protagonistas o personajes femeninos y los masculinos, y solo un 4.4% del total opina que nunca hay diferencia en los rasgos que más resaltan entre los personajes y protagonistas femeninos y masculinos.

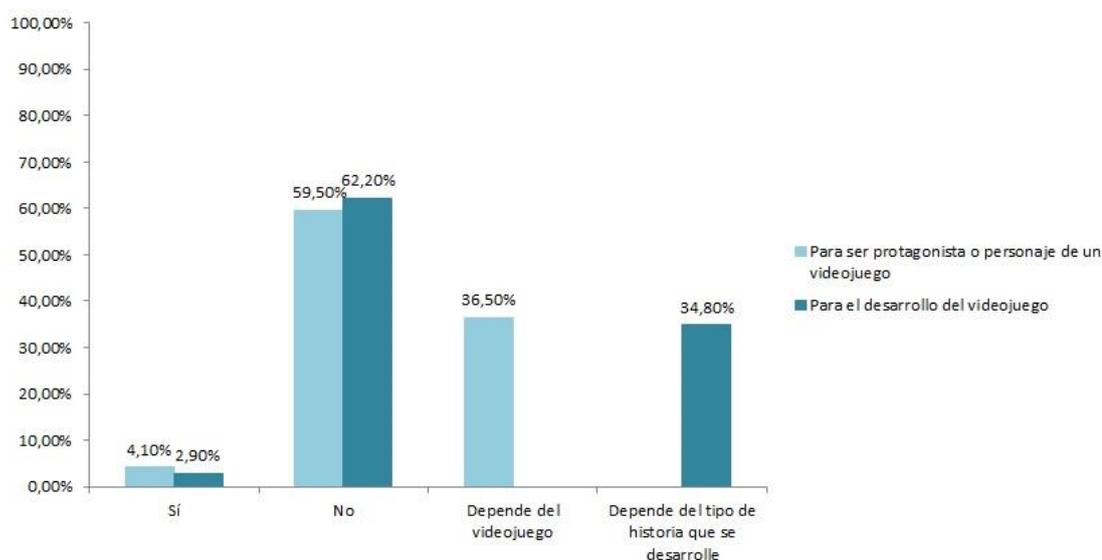
Estos mismos datos, divididos en base al sexo de la muestra muestran como tanto el mayor porcentaje de hombres (65.70%), como el de mujeres (52.50%), creen que las diferentes características entre el sexo de los personajes solo se daría a veces. Destaca, asimismo, que entre quienes niegan dichas diferencias el mayor porcentaje (4.75%) se encuentra entre el sexo masculino.

5.7.- Influencia del atractivo físico para ser un personaje de videojuego y para el desarrollo del juego.

Tabla 9: Influencia del atractivo físico para ser un personaje de videojuego y para el desarrollo del juego.

	<b>Para ser protagonista o personaje de un videojuego</b>	<b>%</b>	<b>Para el desarrollo del videojuego</b>	<b>%</b>
<b>Sí</b>	22	4.1%	16	2.9%
<b>No</b>	323	59.5%	338	62.2%
<b>Depende del videojuego</b>	198	36.5%		
<b>Depende del tipo de historia que se desarrolle</b>			189	34.8%

Gráfico 7: Influencia del atractivo físico para ser un personaje de videojuego y para el desarrollo del juego.



Con respecto a la necesidad de destacar el atractivo físico para ser protagonistas o personajes de los videojuegos, un 59.5% de la muestra cree que no es necesario. Por su parte, el 4.1% de los y las encuestadas cree que sí es necesario el atractivo físico para protagonizar o ser personaje en un videojuego.

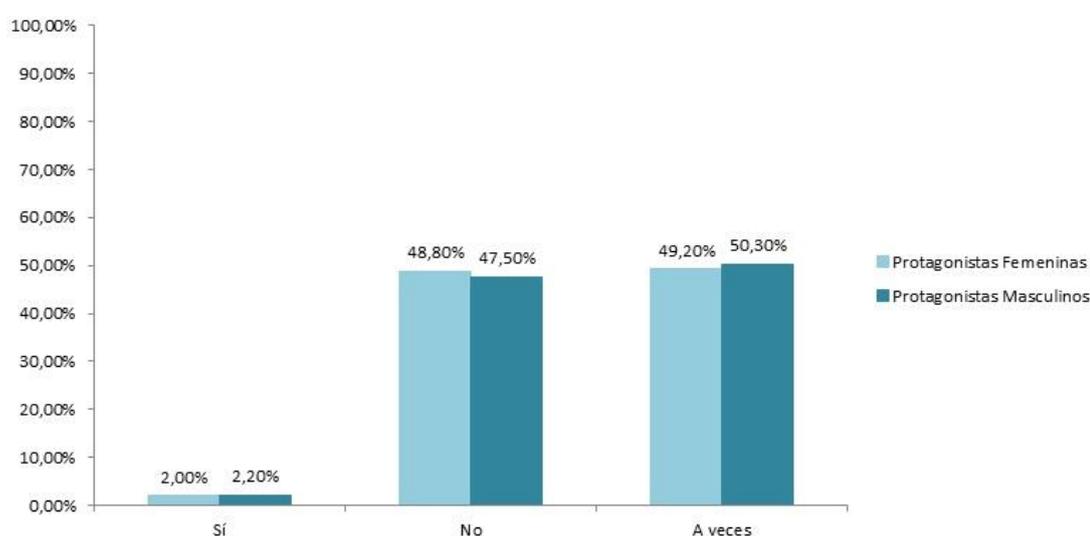
Asimismo, en cuanto al desarrollo del juego, un 62% de la muestra piensa que no es necesario el atractivo físico de sus personajes, mientras que el 2.9% del total opinan que sí es necesario destacar ese atractivo físico para el desarrollo del juego. Podemos ver estos datos en la tabla 9 y el gráfico 7.

5.8.- Identificación del aspecto físico de las protagonistas femeninas y los protagonistas masculinos con la realidad.

Tabla 10: Identificación del aspecto físico de las protagonistas femeninas y los protagonistas masculinos con la realidad.

	<b>Protagonistas femeninas</b>	<b>%</b>	<b>Protagonistas masculinos</b>	<b>%</b>
<b>Sí</b>	11	2%	12	2.2%
<b>No</b>	265	48.8%	258	47.5%
<b>A veces</b>	267	49.2%	273	50.3%

Gráfico 8: Identificación del aspecto físico de las protagonistas femeninas y los protagonistas masculinos con la realidad.



Como se muestra en la tabla 10 y en el gráfico 8, el 49.2% cree que a veces este atractivo que se presenta en el caso de las protagonistas femeninas se identifica con la realidad, frente a un 48.8% que cree que no es así. Tan solo un 2% del total piensa que el aspecto físico de las protagonistas femeninas si se ve identificado en la realidad.

En el caso de los protagonistas masculinos, el 50.3% del total cree que solo a veces el aspecto físico de los protagonistas se identifica con la realidad frente a un 47.5% que opina que no lo hace, y un 2.2% que piensa que si hay identificación entre el aspecto físico de los protagonistas masculinos de los videojuegos y la realidad.

5.9.- Influencia de las características de los y las protagonistas de los videojuegos en la vida diaria de las personas.

Tabla 11: Influencia de las características de los y las protagonistas de los videojuegos en la vida diaria de las personas.

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Sí</b>	141	26%
<b>No</b>	97	17.9%
<b>Depende del jugador o jugadora que los utilice</b>	305	56.2%

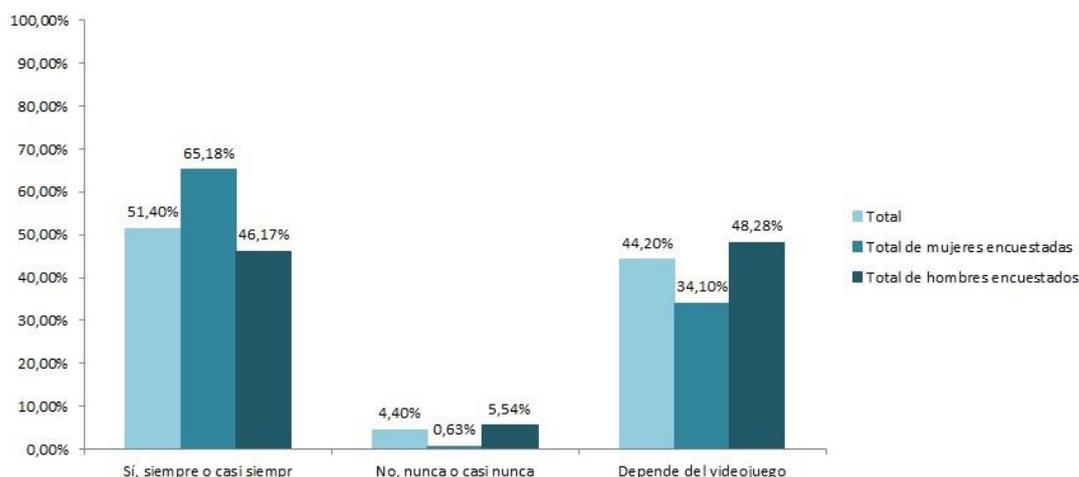
Por otro lado, tal y como se ve en la tabla 11, y en cuanto a la influencia que puedan tener las características de los y las protagonistas de los videojuegos en la vida diaria de las personas, destaca que más de la mitad de la muestra, con un 56.2% del total, cree que la influencia dependería del jugador o jugadora que utilice el juego frente a un y un 17.9% piensan que las características de los y las protagonistas no pueden influir en la vida diaria de las personas.

5.10.- Los videojuegos presentan una imagen estereotipada de la mujer.

Tabla 12: Los videojuegos presentan una imagen estereotipada de la mujer.

	<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>Total de mujeres encuestadas</b>	<b>%</b>	<b>Total de hombres encuestados</b>	<b>%</b>
<b>Sí, siempre o casi siempre.</b>	279	51.4%	103	65.18%	175	46.17%
<b>No, nunca o casi nunca.</b>	24	4.4%	1	0.63%	21	5.54%
<b>Depende del videojuego</b>	240	44.2%	54	34.1%	183	48.28%

Gráfico 9: Los videojuegos presentan una imagen estereotipada de la mujer.



Como vemos en la tabla 12 y en el gráfico 9, el 51.4% de la muestra cree que sí, siempre o casi siempre existe una visión estereotipada de la mujer frente a un 4.4% que opina que no es así, que nunca o casi nunca se da esta circunstancia.

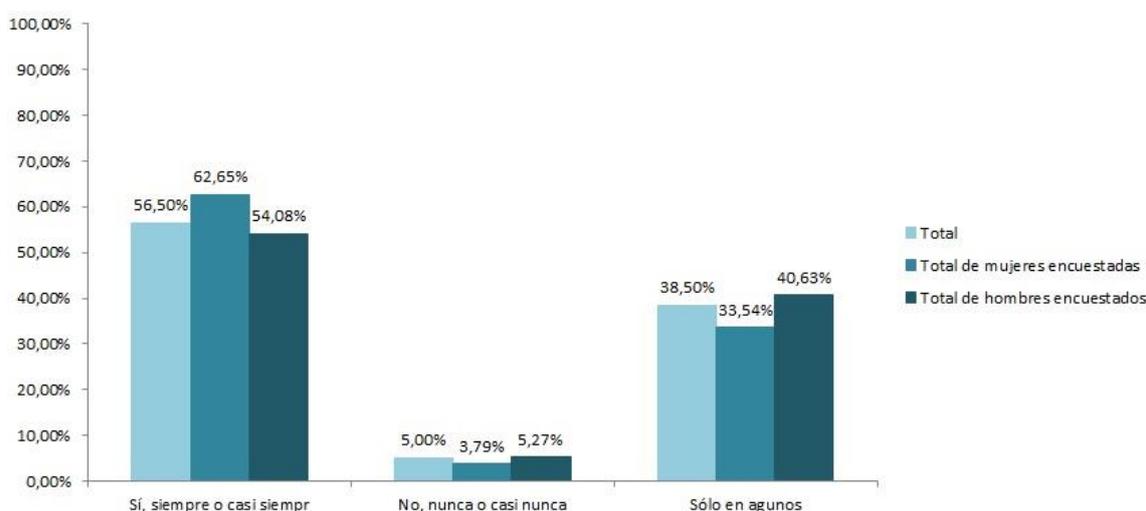
Asimismo, si analizamos estos datos en base al sexo de la muestra vemos como el 65.18% del total de mujeres de la muestra cree que sí, que siempre o casi siempre existe una visión estereotipada de la mujer, mientras que la mayoría de hombres, 48.28% del total de hombres, opina que dicha visión estereotipada dependería del videojuego.

#### 5.11.- Los videojuegos presentan una imagen estereotipada del hombre.

Tabla 13: Los videojuegos presentan una imagen estereotipada del hombre.

	<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>Total de mujeres encuestadas</b>	<b>%</b>	<b>Total de hombres encuestados</b>	<b>%</b>
<b>Sí, siempre o casi siempre.</b>	307	56.5%	99	62.65%	205	54.08%
<b>No, nunca o casi nunca.</b>	27	5%	6	3.79%	20	5.27%
<b>Solo en algunos.</b>	209	38.5%	53	33.54%	154	40.63%

Gráfico 10: Los videojuegos presentan una imagen estereotipada del hombre.



Por su parte, en cuanto a la visión estereotipada del hombre, y como se muestra en la tabla 13 y en el gráfico 10, un 56.5% del total piensa que sí, que siempre o casi siempre se muestra una visión estereotipada del hombre. Por su parte, un 5% del

total cree que no, que nunca o casi nunca se refleja una visión estereotipada del hombre en los videojuegos.

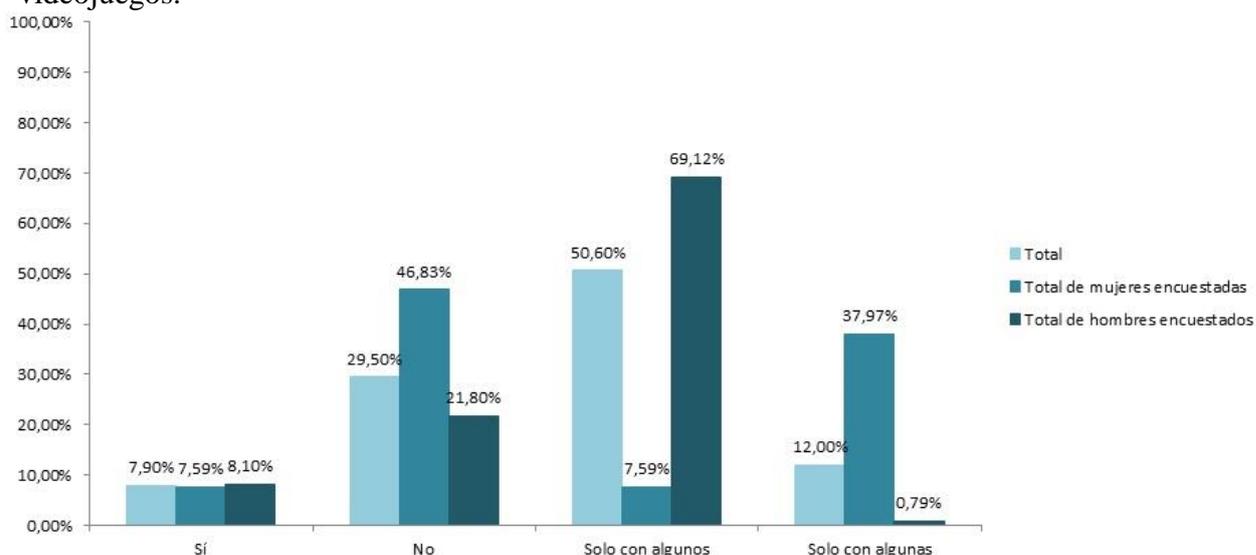
Esta misma cuestión diferenciada en base al sexo de los encuestados y encuestadas encontramos que el mayor porcentaje, tanto en el caso de los hombres (54.08%) como en el caso de las mujeres (62.65%). Por su parte, solo un 3.79% del total de mujeres y un 5.27% del total de hombres opinan que no, nunca o casi nunca los videojuegos presentarían una visión estereotipada del hombre.

#### 5.12.- Identificación con los y las protagonistas o personajes de los videojuegos.

Tabla 14: Identificación con los y las protagonistas o personajes de los videojuegos.

	<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>Total de mujeres encuestadas</b>	<b>%</b>	<b>Total de hombres encuestados</b>	<b>%</b>
<b>Sí.</b>	43	7.9%	12	7.59%	31	8.1%
<b>No.</b>	160	29.5%	74	46.83%	83	21.8%
<b>Solo con algunos.</b>	275	50.6%	12	7.59%	262	69.12%
<b>Solo con algunas.</b>	65	12%	30	37.97%	3	0.79%

Gráfico 11: Identificación con los y las protagonistas o personajes de los videojuegos.



Con respecto a la identificación con los y las protagonistas o personajes de los videojuegos, en la tabla 14 y en el gráfico 11, destaca que más de la mitad de la

muestra, 50.6%, siente identificación con algunos personajes (masculinos) mientras que solo el 12% de la muestra lo hace con algunos personajes femeninos.

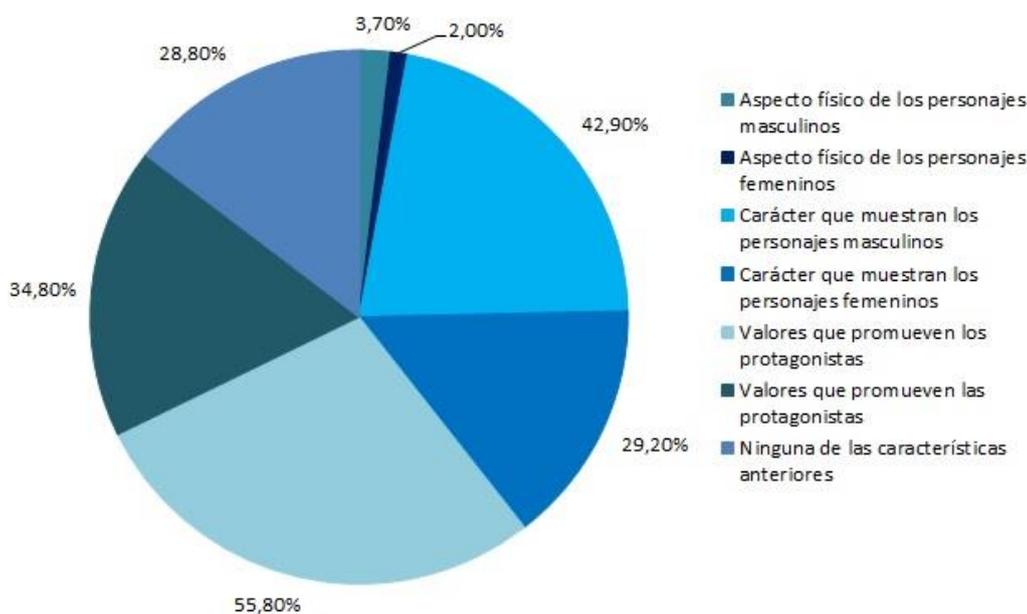
Analizado en base al sexo de la muestra, destaca que el mayor porcentaje de mujeres no se ven identificadas con ningún personaje (48.83%), mientras que el mayor porcentaje del total de hombres sí ve una identificación, aunque solo con algunos personajes masculinos (69.12%).

### 5.13.- Características con las que más se identifican.

Tabla 15: Características con las que más se identifican.

	<b>Total</b>	<b>%</b>
<b>Con el aspecto físico de los personajes masculinos</b>	20	3.7%
<b>Con el aspecto físico de los personajes femeninos</b>	11	2%
<b>Con el carácter que muestran los personajes masculinos</b>	232	42.9%
<b>Con el carácter que muestran los personajes femeninos</b>	158	29.2%
<b>Con los valores que promueven los protagonistas masculinos</b>	302	55.8%
<b>Con los valores que promueven las protagonistas femeninas</b>	237	34.8%
<b>Con ninguna de las características anteriores</b>	156	28.8%

Gráfico 12: Características con las que más se identifican.



En cuanto a las características con las que más se identifica la muestra destaca, como se puede ver en la tabla 15 y en el gráfico 12, que la mayoría de ésta lo hace con los valores que promueven los protagonistas masculinos, con un 55.80%, y con el

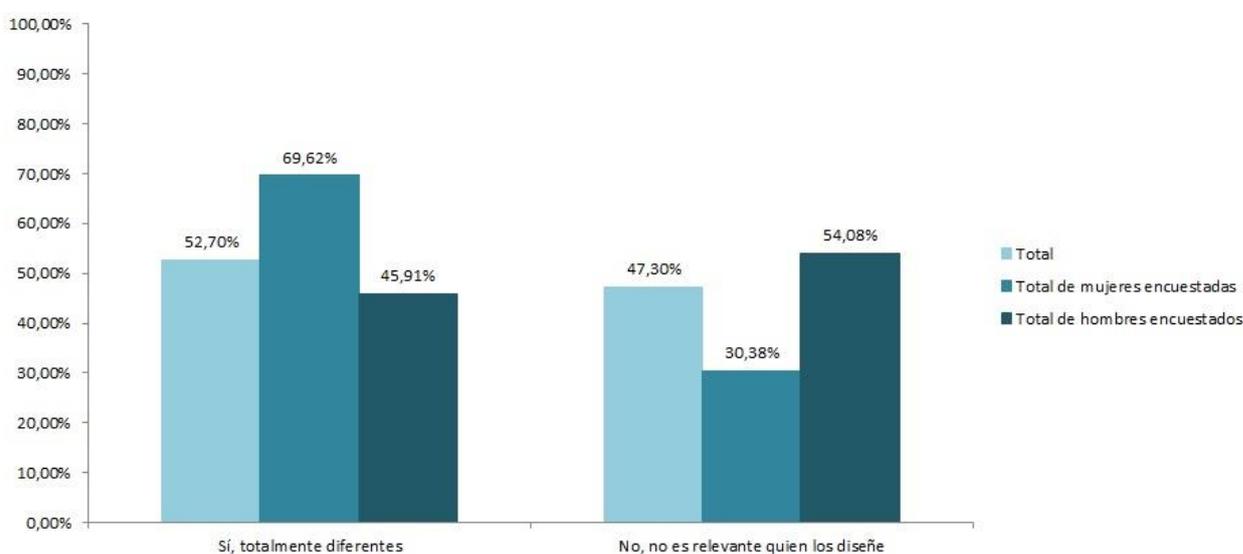
carácter que muestran los personajes masculinos, con el 42.9%, mientras que solo un 34.80% lo hace con los valores de los personajes femeninos y un 29.2% con el carácter de los personajes femeninos. Asimismo, destaca también que las características menos identificativas serían el aspecto físico tanto de los personajes masculinos (3.7%) como de los personajes femeninos (2%).

#### 5.14.- Diferencias en el diseño de los avatares si los diseñaran mujeres.

Tabla 16: Diferencias en el diseño de los avatares si los diseñaran mujeres.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Sí, totalmente diferentes.</b>	286	52.7%	110	69.62%	174	45.91%
<b>No, no es relevante quien los diseñe.</b>	257	47.3%	48	30.38%	205	54.08%

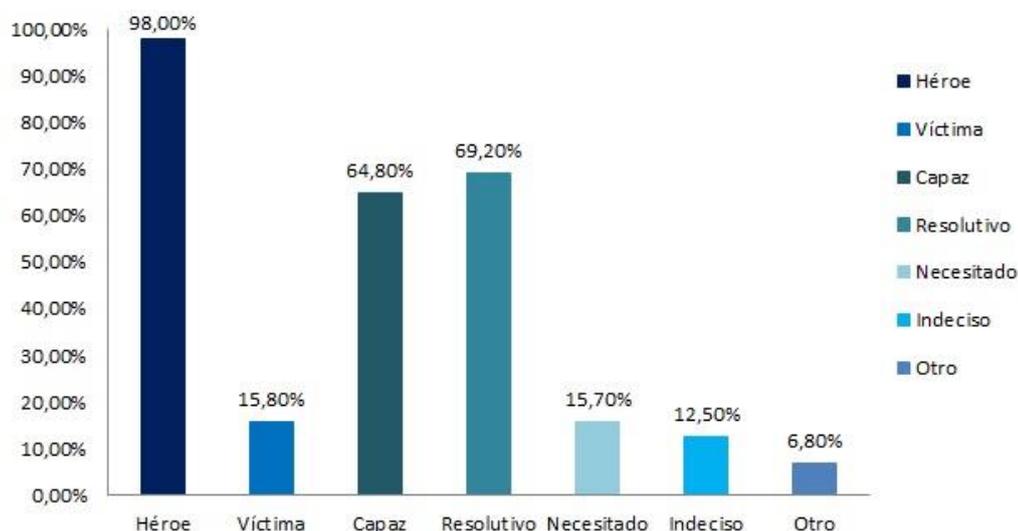
Gráfico 13: Diferencias en el diseño de los avatares si los diseñaran mujeres.



En cuanto al diseño de los avatares, como vemos en la tabla 16 y en el gráfico 13, el 52.7% del total cree que serían totalmente diferentes si fueran diseñados por mujeres. Asimismo, encontramos que un 69.62% de las mujeres encuestadas opinan que sí serían totalmente diferentes si fueran diseñados por mujeres, mientras que la mayoría de hombres, con un 54.08%, opina que no, que no es relevante quien los diseñe.

5.15.- Rol o función que desempeñan mayoritariamente los personajes masculinos.

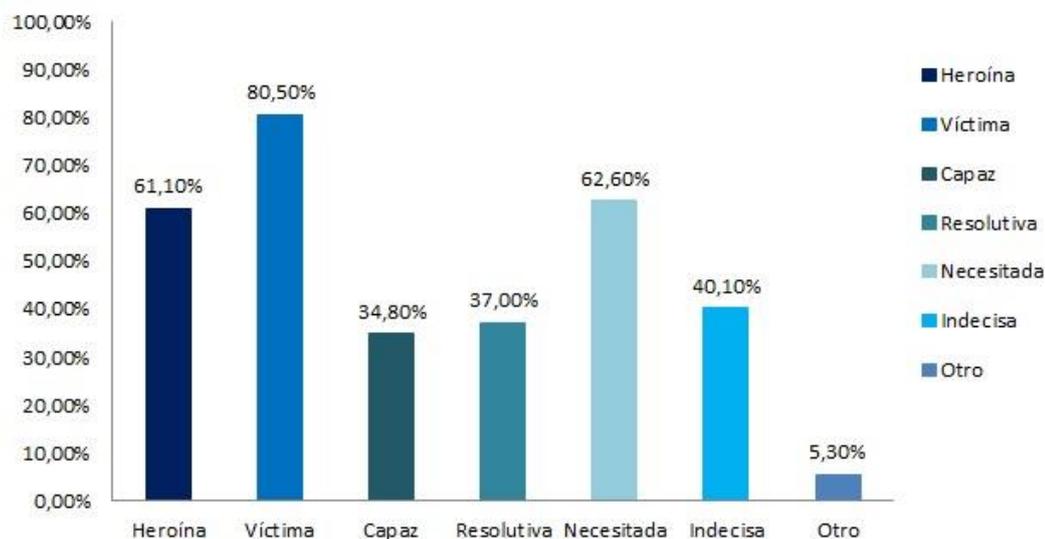
Gráfico 14: Rol o función que desempeñan mayoritariamente los personajes masculinos.



En el gráfico 14 destaca como rol o función más típica de los personajes masculinos la de héroe, con un 98%, mientras que la función menos significativa sería, con un 12%, la indecisión del personaje. Asimismo, solo el 15.8% de la muestra cree que el rol de víctima sería característico de los personajes masculinos.

5.16.- Rol o función que desempeñan mayoritariamente los personajes femeninos.

Gráfico 15: Rol o función que desempeñan mayoritariamente los personajes femeninos.



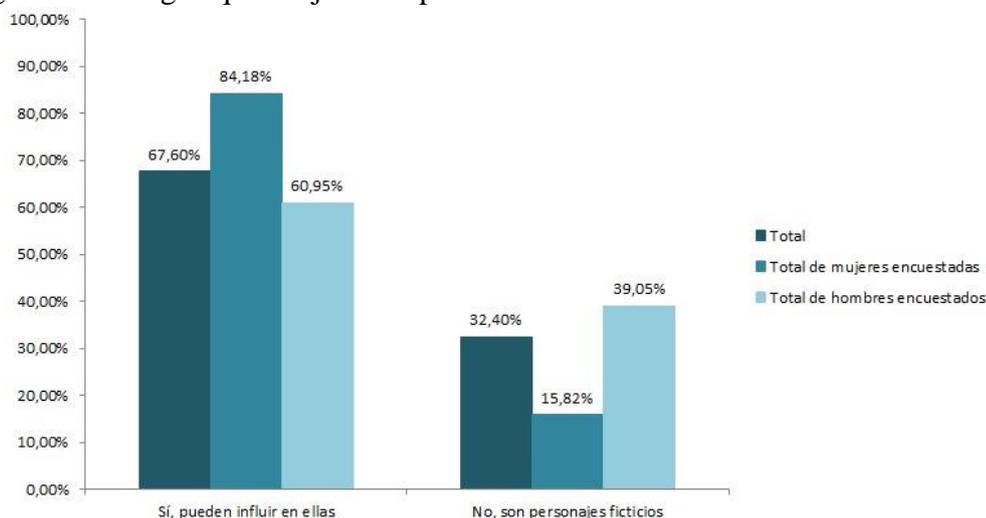
Por su parte, de entre los roles o funciones que desempeñan mayoritariamente los personajes femeninos destacaría el “ser víctima”, con un 80.5%, mientras que las menos características sería la capacidad del personaje, con un 34.8%. Asimismo, el 61.10% de la muestra cree significativo el rol de heroína en los personajes femeninos. Estos datos podemos verlos en el gráfico 15.

5.17.- Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que las jóvenes puedan tener de sí mismas.

Tabla 17: Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que las jóvenes puedan tener de sí mismas.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Sí, pueden influir en ellas.</b>	367	67.6%	133	84.18%	231	60.95%
<b>No, son personajes ficticios.</b>	176	32.4%	25	15.82%	148	39.05%

Gráfico 16: Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que las jóvenes puedan tener de sí mismas.



En cuanto a si los modelos de mujer que se representan en los videojuegos pueden influir en la imagen que las jóvenes tienen de sí mismas, y como vemos en la tabla 17 y el gráfico 16, la mayoría de la muestra, con un 67.6% opina que sí, que pueden influir en ellas, siendo el 84.18% mujeres. Asimismo, de entre quienes creen

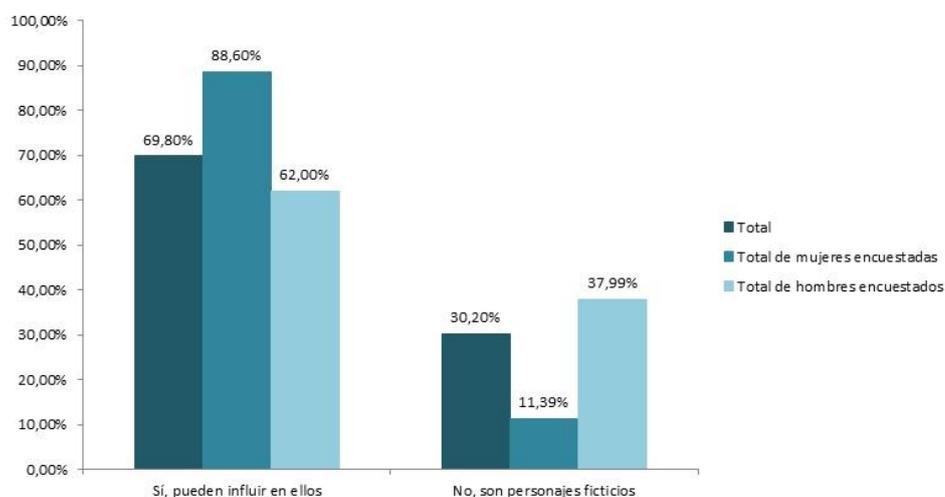
que dicha imagen no influiría en las jóvenes al tratarse de personajes ficticios, destaca una mayoría de hombres, con un 39.05%.

5.18.- Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que los hombres puedan tener las mujeres.

Tabla 18: Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que los hombres puedan tener las mujeres.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Sí, pueden influir en ellos.</b>	379	69.8%	140	88.60%	235	62%
<b>No, son personajes ficticios.</b>	164	30.2%	18	11.39%	144	37.99%

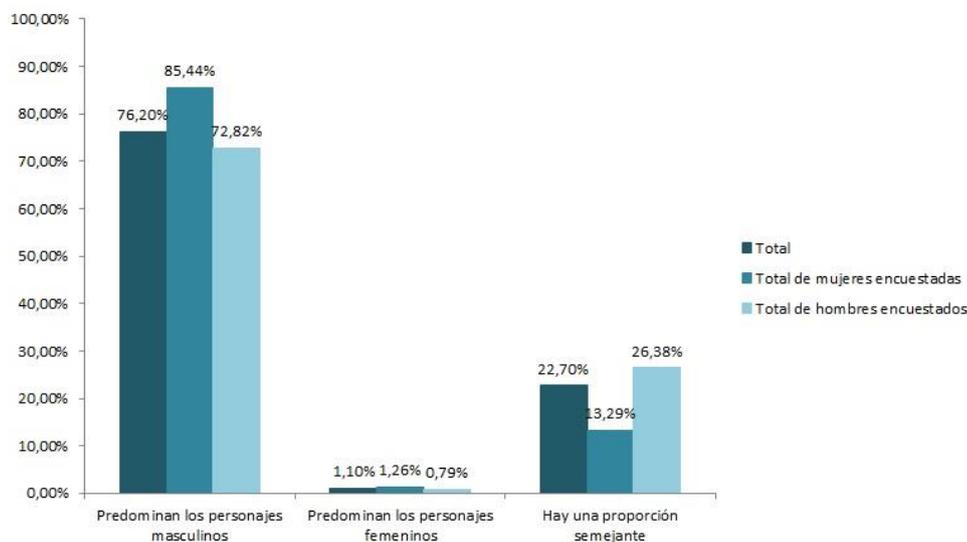
Gráfico 17: Influencia de los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos en la imagen que los hombres puedan tener las mujeres.



En referencia a si los modelos de mujer pueden llegar a influir en la imagen que puedan tener los hombres de las mujeres, un 69.8% del total cree que sí pueden influir en ellos, siendo el 88.6% mujeres. Por su parte, de entre quienes creen que dicha imagen no influiría en la imagen que puedan tener los hombres de las mujeres, al tratarse de personajes ficticios, destaca una mayoría de hombres, con un 37.99%. estos datos se pueden observar en la tabla 18 y en el gráfico 17.

### 5.19.- Proporción de personajes masculinos y femeninos en los videojuegos.

Gráfico 18: Proporción de personajes masculinos y femeninos en los videojuegos.

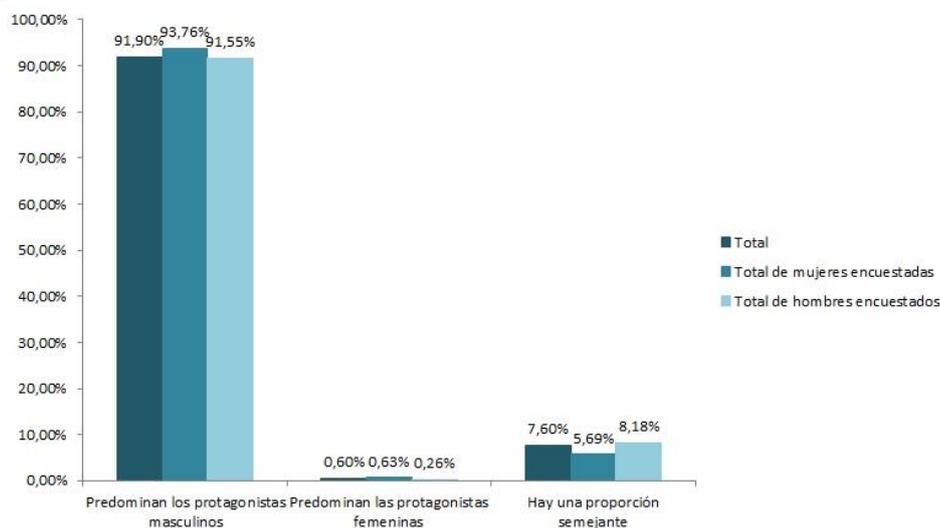


Como se muestra en el gráfico 18, y con respecto a la proporción de personajes femeninos y masculinos en los videojuegos, el 76.2% opina que predominan los personajes masculinos, mientras que un 22.7% que cree que hay una proporción semejante.

En base al sexo de la muestra, hay más mujeres que hombres, con un 84.44% que opinan que predominan los personajes masculinos, frente a un mayor número de hombres que de mujeres, con un 26.38% que creen que la proporción es semejante.

### 5.20.- Proporción de protagonistas masculinos y femeninos en los videojuegos.

Gráfico 19: Proporción de protagonistas masculinos y femeninos en los videojuegos.

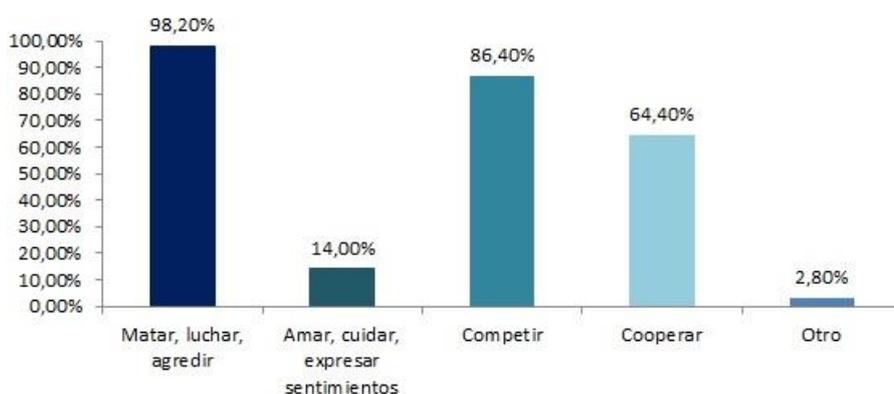


Con respecto a la proporción de protagonistas femeninos y masculinos en los videojuegos, tal y como se muestra en el gráfico 19, el 91.9% opina que predominan los protagonistas masculinos, mientras que un 7.60% cree que hay una proporción semejante.

En base al sexo de la muestra, hay más mujeres que hombres, con un 93.76%, que opinan que predominan los protagonistas masculinos, frente a un mayor número de hombres que de mujeres, con un 8.18% que creen que la proporción es semejante.

### 5.21.- Funciones que desempeñan los personajes masculinos.

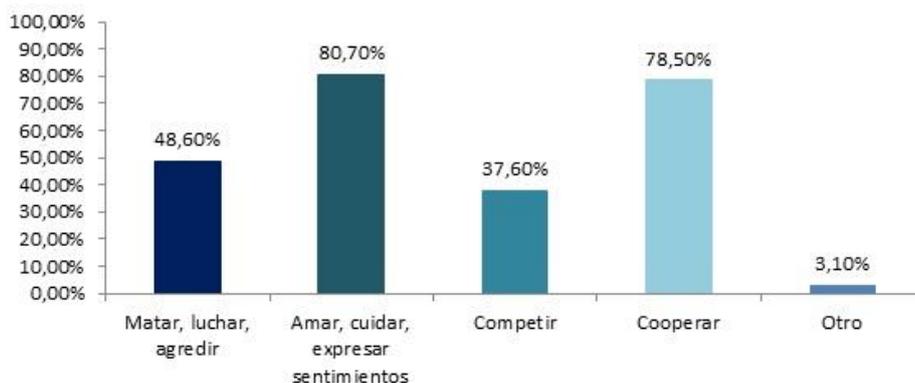
Gráfico 20: Funciones que desempeñan los personajes masculinos.



En cuanto a la función más desempeñada por los personajes masculinos, como observamos en el gráfico 20, destaca la de “matar, luchar, agredir”, con un 98.2%, frente a la función de “amar, cuidar y expresar sentimientos”, con el 14%.

### 5.22.- Funciones que desempeñan los personajes femeninos.

Gráfico 21: Funciones que desempeñan los personajes femeninos.



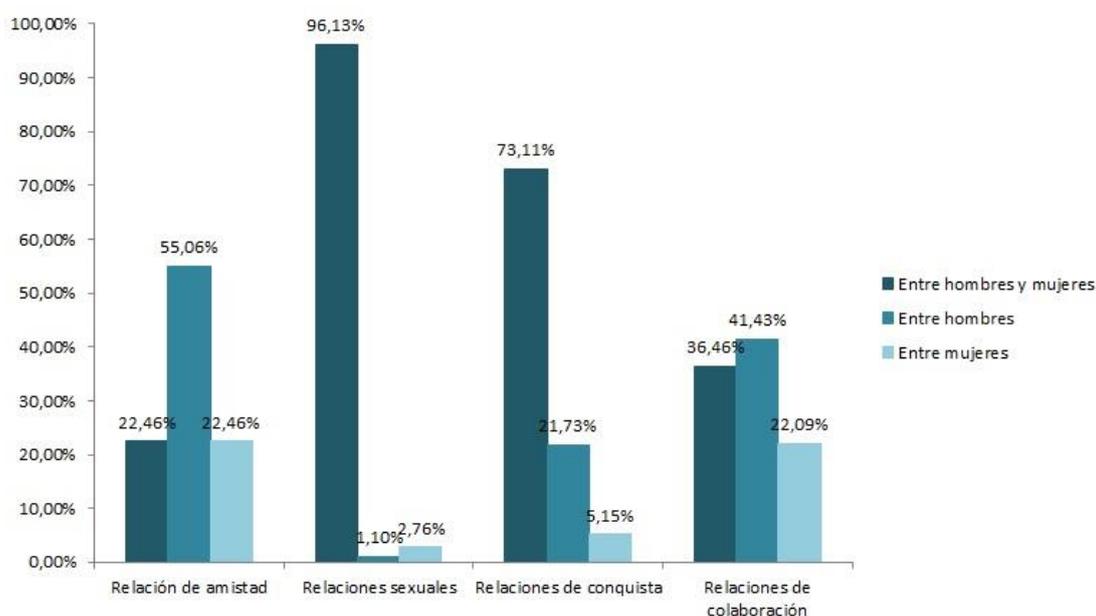
En el gráfico 21 vemos como en el caso de las funciones desempeñadas por los personajes femeninos destaca la función de “amar, cuidar y expresar sentimientos”, con un 80.7%, frente a la función de “competir”, con un 37.60%.

5.23.- Tipo de relaciones que se dan mayoritariamente en relación al sexo de los y las personajes.

Tabla 19: Tipo de relaciones que se dan mayoritariamente en relación al sexo de los y las personajes.

	<b>Entre hombres y mujeres</b>	<b>%</b>	<b>Entre Hombres</b>	<b>%</b>	<b>Entre Mujeres</b>	<b>%</b>
<b>Relación de amistad.</b>	122	22%	299	55.06%	122	2.20%
<b>Relaciones sexuales.</b>	522	96.13%	6	1.10%	15	2.76%
<b>Relaciones de conquista.</b>	397	73.11%	118	21.73%	28	5.15%
<b>Relaciones de colaboración.</b>	198	36.46%	225	41.43%	120	22.09%

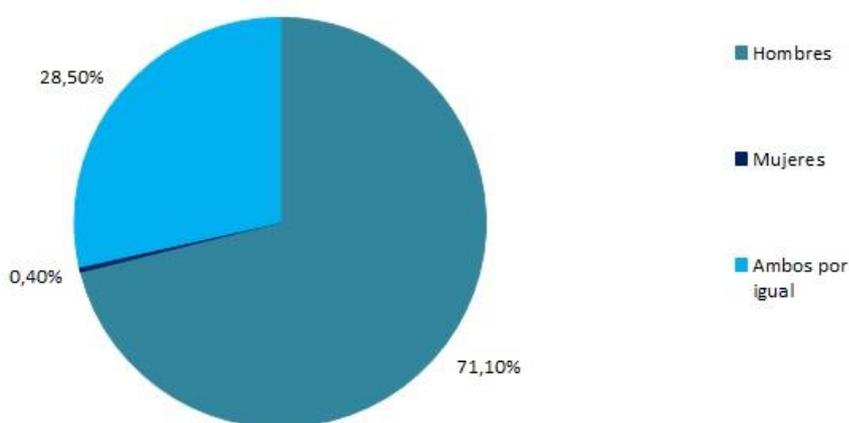
Gráfico 22: Tipo de relaciones que se dan mayoritariamente en relación al sexo de los y las personajes.



Como se muestra en la tabla 19 y en el gráfico 22, y en cuanto a las relaciones que se dan mayoritariamente entre las y los personajes, la mayoría de la muestra opinan que las relaciones de amistad se darían mayoritariamente en hombres (55.06%), las relaciones sexuales entre hombres y mujeres (96.13%), las relaciones de colaboración entre hombres y mujeres (73.11) y, por último, las relaciones de colaboración entre hombres (41.43%). Asimismo, el tipo de relación que más destacaría entre mujeres serían las relaciones de amistad (22.46%).

5.24.- Sexo de las y los personajes representados con poder.

Gráfico 23: Sexo de las y los personajes representados con poder.



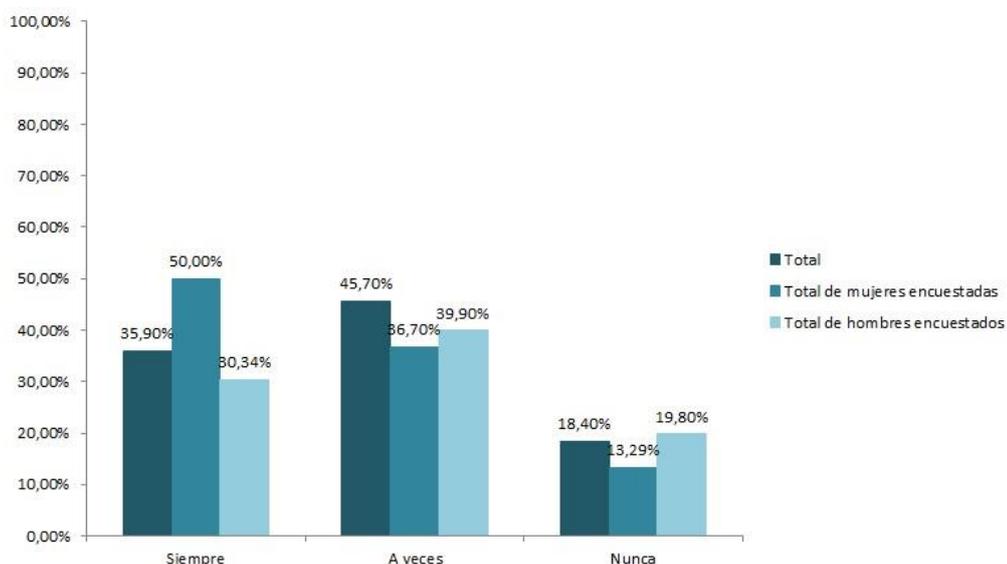
En cuanto a los personajes con poder el 71.1% de la muestra cree que éstos son representados por hombres, mientras que solo el 0.4% cree que son representados por mujeres. Estos datos se observan en el gráfico 23.

5.25.- Se involucra de forma diferente un personaje masculino que un personaje femenino en un videojuego shooter (de disparos).

Tabla 20: Se involucra de forma diferente un personaje masculino que un personaje femenino en un videojuego shooter (de disparos).

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Siempre.</b>	195	35.9%	79	50%	115	30.34%
<b>A veces</b>	248	45.7%	58	36.70%	189	39.90%
<b>Nunca.</b>	100	18.4%	21	13.29%	75	19.80%

Gráfico 24: Se involucra de forma diferente un personaje masculino que un personaje femenino en un videojuego shooter (de disparos).



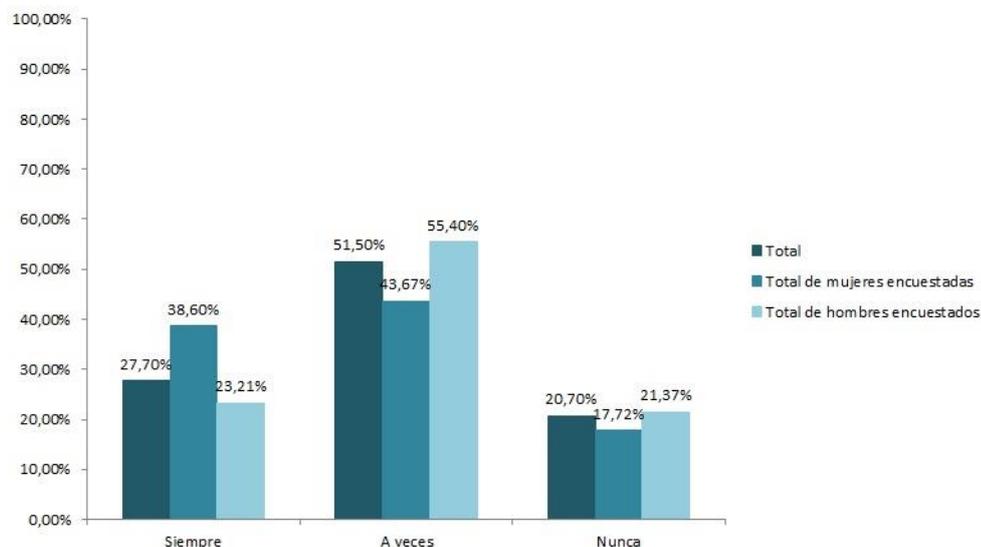
Como se observa en la tabla 20 y en el gráfico 24, el 45.7% de la muestra opina que a veces se involucran de forma diferente los personajes masculinos que los femeninos en los videojuegos shooter o videojuegos de disparos. Asimismo, el 50% de mujeres cree que siempre se involucran de forma diferente y, el 39.9% del total de hombres opina que dicha diferencia solo se daría a veces.

5.26.- Se involucra de forma diferente un hombre que una mujer en un videojuego shooter (videojuego de disparos).

Tabla 21: Se involucra de forma diferente un hombre que una mujer en un videojuego shooter (videojuego de disparos).

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>Siempre.</b>	150	27.7%	61	38.60%	88	23.21%
<b>A veces</b>	279	51.5%	69	43.67%	210	55.40%
<b>Nunca.</b>	112	20.7%	28	17.72%	81	21.37%

Gráfico 25: Se involucra de forma diferente un hombre que una mujer en un videojuego shooter (videojuego de disparos).



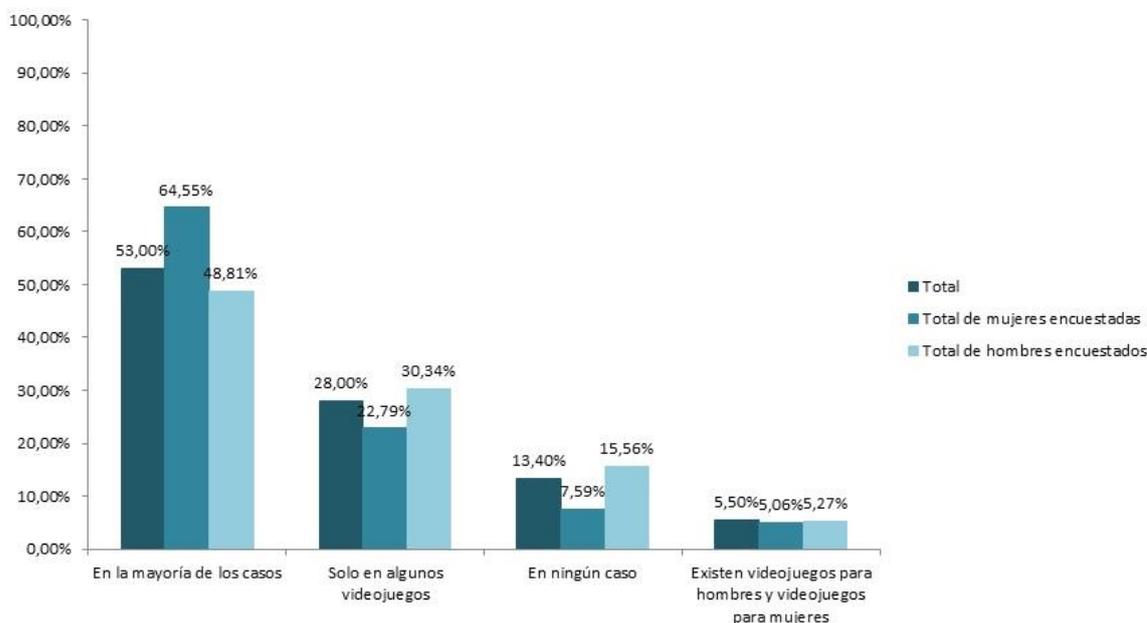
En cuanto a la diferencia de involucración entre hombres y mujeres a la hora de jugar a un juego shooter o de disparos, la mayoría de la muestra, como se muestra en la tabla 21 y en el gráfico 25, con un 51.50%, opina que solo se daría a veces, al igual que la mayoría del total de mujeres, con un 43.67%, y de hombres, con un 55.4%. Por su parte, entre quienes defienden que siempre existiría diferencia entre hombres y mujeres destaca un 38.6% del total de mujeres, y entre quienes defienden que nunca existiría diferencia entre hombres y mujeres destaca un 21.37% del total de hombres.

5.27.- Los videojuegos están dirigidos claramente a un público masculino.

Tabla 22: Los videojuegos están dirigidos claramente a un público masculino.

	Total	%	Total de mujeres encuestadas	%	Total de hombres encuestados	%
<b>En la mayoría de los casos.</b>	288	53%	102	64.55%	185	48.81%
<b>Solo en algunos videojuegos.</b>	152	28%	36	22.79%	115	30.34%
<b>En ningún caso.</b>	73	13.4%	12	7.59%	59	15.56%
<b>Existen videojuegos para hombres y videojuegos para mujeres.</b>	30	5.5%	8	5.06%	20	5.27%

Gráfico 26: Los videojuegos están dirigidos claramente a un público masculino.

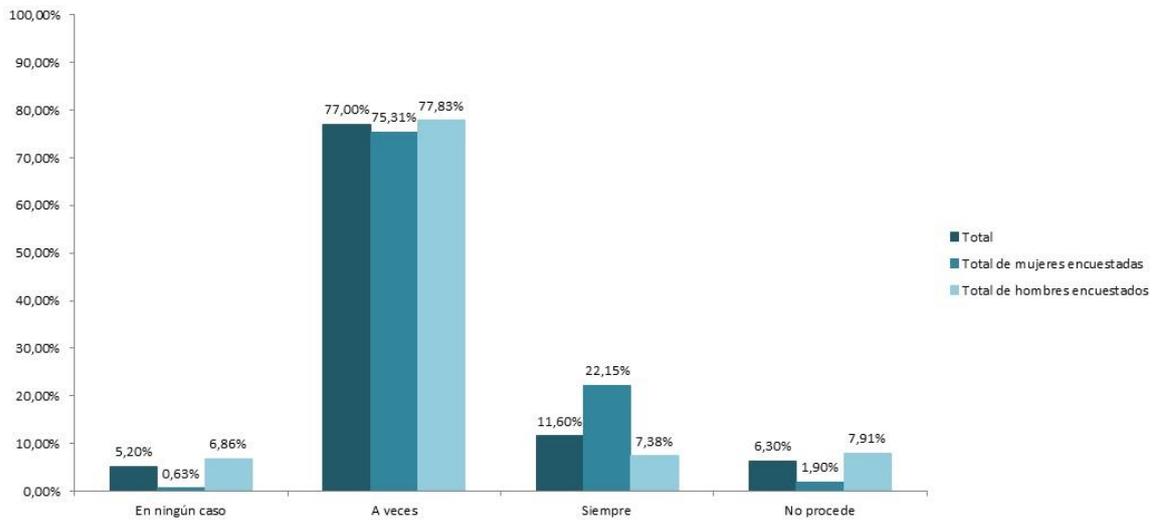


En cuanto a si los videojuegos están claramente dirigidos a usuarios masculinos, y como vemos en la tabla 22 y en el gráfico 26, el 53% de la muestra opina que sería así en la mayoría de los casos, frente a un 13.4% que opina que en ningún caso estarían claramente dirigidos a un target masculino. Asimismo, un 5.5% opina que existen videojuegos dirigidos a hombres y videojuegos dirigidos a mujeres.

En cuanto al sexo de los y las encuestadas, tanto en el caso de los hombres (48.81%) como en el de las mujeres (53%) opinarían que en la mayoría de los casos los videojuegos estarían claramente dirigidos a un público masculino. Aun así, un mayor número de hombres (15.56%) que de mujeres (7.59%) creen que en ningún caso estarían dirigidos de tal manera.

## 5.28.- Actitudes machistas en los videojuegos.

Gráfico 27: Actitudes machistas en los videojuegos.

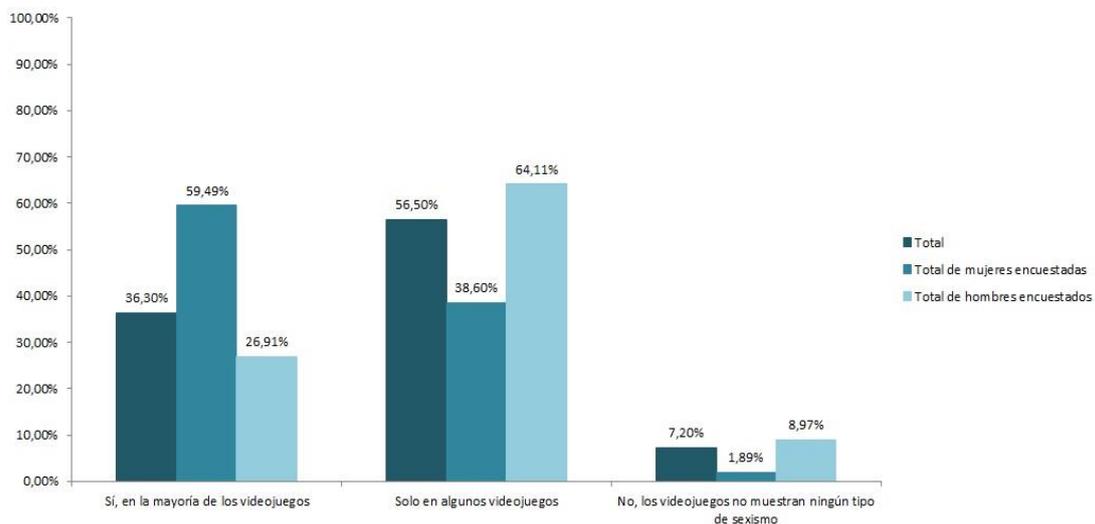


Como se muestra en el gráfico 27, un 77% de la muestra opina que solo a veces se dan actitudes machistas en los videojuegos (75.31% de mujeres y 77.83% de hombres), y un 11.6% cree que estas actitudes se dan siempre. Por su parte, el 6.3% afirma que esto no procede y un 5.2% que no se dan actitudes machistas en ningún caso.

En base al sexo de los y las encuestadas, habría más mujeres, con un 22.15%, que hombres, con un 7.38%, que defenderían que siempre se dan actitudes machistas, frente a un 0.63% de mujeres y un 6.86% e hombres que creen que dichas actitudes no se darían nunca.

## 5.29.- El sexismo en los videojuegos.

Gráfico 28: El sexismo en los videojuegos.



En cuanto a la existencia de sexismo en los videojuegos, como observamos en el gráfico 28, un 56.5% de la muestra opina que solo existe sexismo en algunos videojuegos.

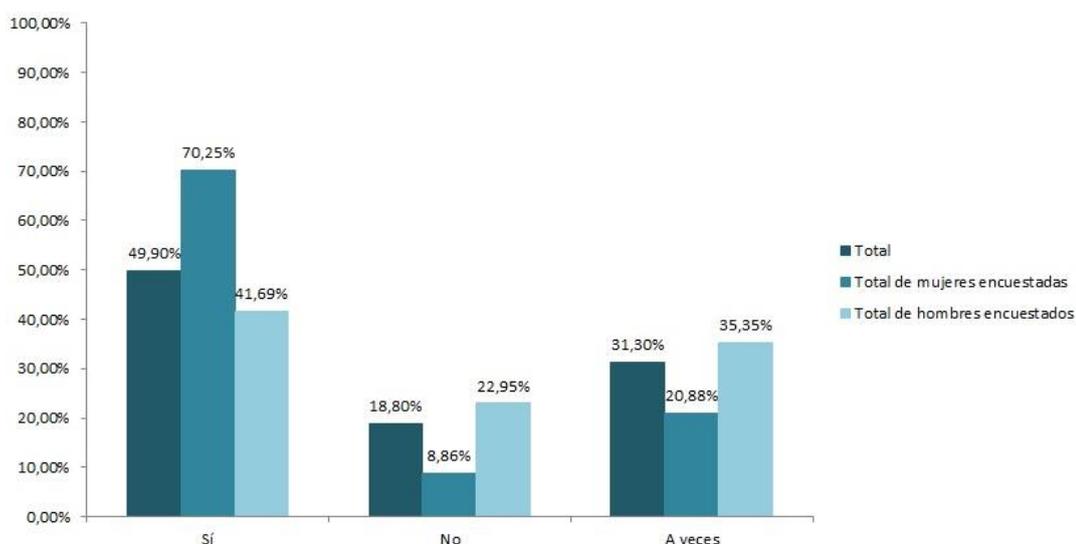
La mayoría de mujeres encuestadas (59.59%) se inclinarían por defender que sí, en la mayoría de los videojuegos existiría sexismo, mientras que la mayoría de los hombres (64.11%) afirmarían que la existencia de sexismo solo se daría en algunos videojuegos. Destaca, además que un 1.89% del total de mujeres y un 8.97% del total de hombres defienden que no existiría sexismo.

### 5.30.- Necesidad de una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.

Tabla 23: Necesidad de una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.

	<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>Total de mujeres encuestadas</b>	<b>%</b>	<b>Total de hombres encuestados</b>	<b>%</b>
<b>Sí.</b>	271	49.9%	111	70.25%	158	41.69%
<b>No.</b>	102	18.8%	14	8.86%	87	22.95%
<b>A veces.</b>	170	31.3%	33	20.88%	134	35.35%

Gráfico 29: Necesidad de una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.



Como vemos en la tabla 23 y en el gráfico 29, y en cuanto a la necesidad de una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos, un 49.9% opina que sí, un 31.3% cree que a veces y, por último, el 18.8% afirma que no es necesaria.

Tanto la mayoría de mujeres encuestadas (70.25%) como la mayoría de hombres encuestados (41.69%) se inclinarían por defender que sí, que sería necesaria una visión feminista. Asimismo, hay un mayor número de hombres (22.95% del total de hombres) que de mujeres (8.86% del total de mujeres) que defienden que no es necesaria dicha visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.

## **6.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN**

El propósito principal de esta investigación es conocer el punto de vista de los jugadores y las jugadoras de videojuegos con respecto al tratamiento y visión que tiene la figura femenina dentro de los mismos.

Más concretamente, al hablar del tratamiento y la visión se hace referencia a lo que los usuarios y usuarias opinan sobre el sexismo que impregna, sobre todo en la actualidad, el mundo de los videojuegos.

Así, se lleva a cabo el siguiente análisis de los datos obtenidos mediante el cuestionario elaborado y distribuido por internet, cuyos datos se han plasmado anteriormente.

Con respecto a lo que defienden autores como Díez (2007) sobre que los videojuegos son un método de ocio dirigido hacia el público masculino, podemos ver en los datos recogidos como el mayor porcentaje de participantes en este estudio han sido varones, siendo éstos más del doble que las mujeres.

Como recoge AEVI (2015), la edad de inicio en los videojuegos se sitúa a los 11 años de edad. Así, en esta investigación podemos ver como la mayoría de la muestra tuvo su primer contacto con los videojuegos antes de cumplir los 10 años, cantidad que va desvaneciéndose hacia los 18 años o más. Asimismo, los hombres de la muestra superan a las mujeres en cuanto al inicio con los videojuegos antes de los 10 años mientras que las mujeres, aunque también son una gran mayoría las que comienzan antes de dicha edad, superan a los hombres con una iniciación entre los 10 años de edad y 18 o más. Por lo se puede confirmar, en lo que a esta muestra se refiere, que los y las usuarias de videojuegos inician su práctica a una edad anterior a la de los 10 años, siendo mayoritariamente varones, mientras que en las edades comprendidas entre los 10 y los 18 o más años se inician más mujeres.

Asimismo, siguiendo con el acercamiento a los videojuegos, y haciendo referencia a autores y autoras como Gil, Feliu y Vitores (2010) que defienden que las jugadoras son introducidas normalmente de la mano de un varón, podemos ver como en este estudio la gran mayoría, tanto de hombres como de mujeres, han tenido su primer acercamiento a los videojuegos por parte de algún familiar, seguidos por aquellos y

aquellas que lo han hecho de la mano de algún amigo o amiga que los utiliza. En cuanto a las mujeres, son éstas las que en mayor medida han experimentado estos tipos de acercamiento, así como también superan en número a los hombres registrando un acercamiento más autónomo, influenciado por los medios de comunicación; por su parte, se ha registrado un mayor número de hombres que de mujeres que lo han hecho a través de salones recreativos.

Aunque se desconoce el sexo, tanto de los familiares como de las amistades que han acercado a los y las encuestadas al mundo de los videojuegos, y por tanto este estudio no puede corroborar lo defendido por dichos autores y autoras, es cierto que en cuanto a un acercamiento por sí mismos y por sí mismas son las mujeres las que más han registrado esta aproximación.

Por otro lado, vemos como en referencia al tiempo que invierten los y las participantes en jugar a videojuegos la mayoría de la muestra emplea más de 15 horas semanales. La mayoría de los hombres se encontrarían dentro de esta frecuencia de tiempo, aunque también destacan en número en los rangos establecidos entre las cinco y las diez horas semanales, y las diez y las quince horas a la semana. Por su parte, las mujeres son las que menos tiempo emplean a jugar con videojuegos, viendo como la gran mayoría lo hace entre una y dos horas a la semana. Esto concuerda con lo que defienden Gil, Feliu y Vitores (2010), que las mujeres manifestasen un interés menor, empleando menos tiempo al juego y durante plazos más cortos.

En relación a la información que muestran los videojuegos la mayoría opina que esta información es totalmente ficticia y, en menor medida, que la información que dan se hace desde una visión sexista.

En cuanto a la proporción de personajes que aparecen en los videojuegos, así como la proporción de protagonistas hombres y protagonistas mujeres, una amplia mayoría defiende que predominan los personajes y protagonistas masculinos, destacando esta opinión en el caso de las mujeres. Destaca también un mayor número de jugadores que de jugadoras que defienden que existe una proporción semejante de personajes y protagonistas masculinos y femeninos. Con estos datos, podríamos añadir a la afirmación de Rodríguez (2016), sobre el aumento progresivo del número de

personajes femeninos, que al menos en cuanto a la percepción de estos personajes aún hay una gran diferencia entre ambos sexos.

Asimismo, en cuanto a las relaciones que se dan entre personajes y protagonistas de los videojuegos, entre hombres destacan las relaciones de amistad y de colaboración, al igual que en el caso de las relaciones entre mujeres, mientras que en las relaciones entre hombres y mujeres destacan, con una amplia diferencia, las relaciones de conquista y las relaciones de carácter sexual.

Por otro lado, vemos como en cuanto a los roles, funciones y características que más resaltan de los personajes y protagonistas registran diferencias entre sí, dependiendo de si son personajes masculinos o personajes femeninos. Así, aunque la amplia mayoría defiende que estas diferencias solo se dan a veces y que son más las mujeres que los hombres quienes defienden que dicha diferencia se da siempre, podríamos definir, por las características, roles y funciones más destacadas que en los personajes masculinos resaltaría el rol de héroe, resolutivo y capaz, con características tales como la fuerza, la seguridad en sí mismo, y la preocupación por la justicia, y funciones tales como las de matar, luchar, agredir, competir y cooperar. Por su parte, en los personajes y protagonistas femeninos, destaca el rol de víctima, de necesitada y de heroína, con características basadas en la belleza y el atractivo, la inteligencia y la seguridad en sí mismas, y funciones tales como amar, cuidar, expresar sentimientos y cooperar.

Con estas características, roles y funciones podemos ver una correlación directa con autores como Díez (2007) que afirma que como los videojuegos están creados por y para hombres, se dan papeles típicamente masculinos, lo que, además, estrecha la relación con su definición de “cultura macho” dentro del sexismo de los videojuegos, donde resaltan valores como los obtenidos en el estudio diferenciados entre la fuerza, la valentía y el poder en el caso de personajes masculinos, y unas características ligadas más a la debilidad, el atractivo físico y la necesidad, las damiselas en apuro que señala Rodríguez (2016), de los personajes femeninos. Incluso se podría ver una relación con las afirmaciones de Rodríguez (2016) en las que señala que mientras en determinadas acciones de los personajes masculinos se resalta la fuerza, en esas mismas acciones llevadas a cabo por un personaje femenino se destaca el atractivo físico.

Esta relación queda aún más definida cuando vemos como la mayoría de la muestra se decanta por señalar que los personajes con poder son personificados por hombres en mayor medida que por mujeres.

Siguiendo con esta imagen que se presenta del hombre y de la mujer en la personificación de los personajes, femeninos y masculinos, ésta se caracteriza por ser una visualización estereotipada, tanto del hombre como de la mujer. Destaca, en base al sexo de la muestra de este estudio, que son más las mujeres que se decantan por afirmar que se trata de una imagen estereotipada tanto en el caso de los personajes femeninos como en el de los personajes masculinos, mientras que, por su parte, se registra más hombres que mujeres que defienden que estos estereotipos no existen.

Esta mayoría que defiende que sí se trata de una imagen estereotípica, tanto en el caso del hombre como de la mujer, se relaciona directamente con las afirmaciones de autoras y autores como Escofet y Rubio (2007) que señalan como desde principios de los 2000 el patrón de roles estereotipados ha ido apareciendo en ambos sexos, creciendo en el caso de los personajes varones.

En cuanto a la necesidad de resaltar el aspecto físico de determinados y determinadas protagonistas, vemos como, aunque una parte de la muestra se decanta por señalar que dependería del tipo de juego, la gran mayoría opina que esta acción no es necesaria. Asimismo, en relación al desarrollo del juego, la mayoría opina, igualmente, que el atractivo físico no es necesario, aunque de nuevo, una parte importante defiende que dependería del tipo de historia desarrollada en el juego.

Con esta mayoría de jugadores y jugadoras que opinan que los personajes, tanto los masculinos como los femeninos, se presentan de forma estereotipada, resalta que la mayoría se inclina por señalar que a veces el aspecto físico de los y las protagonistas se identifica con la realidad, sobre todo, en el caso de los protagonistas masculinos.

Asimismo, en cuanto a una identificación directa entre los y las protagonistas de los videojuegos y los jugadores y jugadoras, destaca como la mayoría de los hombres se sienten identificados solo con algunos personajes masculinos, mientras que la mayoría de las mujeres no se sienten identificadas con ninguna ni ningún protagonista o personaje.

Además, las características con las que más se identifican los y las participantes de esta investigación son los valores que promueven los protagonistas masculinos así como el carácter que muestran los personajes masculinos. Por su parte, las características menos identificativas serían las que tienen relación con el aspecto físico de los personajes masculinos y, sobre todo, de los personajes femeninos.

Siguiendo con las características de los y las protagonistas de los videojuegos, y si éstas influirían en la vida diaria de las personas, la mayoría de jugadores y jugadoras se decantan por señalar que dependería de la persona en concreto.

Por otro lado, si nos centramos en la posibilidad de que la figura de mujer que aparece en los videojuegos pudiera influir en la imagen que las jóvenes tienen de sí misma, la mayoría opina que sí, que puede existir dicha influencia. Esta afirmación, aunque es mayoría en ambos sexos, es mayoritaria en el caso de las mujeres, mientras que se registran más jugadores que jugadoras que opinan que no, que se trata de personajes ficticios y no habría influencia.

Existe, asimismo, una opinión similar sobre la influencia de esta misma imagen que se presenta de mujer sobre la imagen que los hombres pueden tener de las mujeres. La mayoría de personas opina que sí, que pueden influir en ellos, siendo partidarias de esta afirmación más mujeres que hombres, mientras que, por otro lado, la negación de esta influencia, al tratarse de personajes ficticios, es mayor en hombres que en mujeres.

Como se señala en diferentes estudios (DEV, 2015; Díez, 2007; Toscano, 2016), la industria de los videojuegos está mayoritariamente conformada por hombres. Ante esto, avatares diseñados principalmente por varones, la mayoría cree que si estos avatares fueran diseñados por mujeres serían totalmente diferentes. Resalta, además, que es, en el caso de los hombres, donde se encuentra un mayor número de personas que opinan que no es relevante quien los diseñe, ya que, para ellos, no habría diferencia en que los avatares fueran diseñados por hombres o por mujeres.

La mayoría de la muestra también señala que a veces la involucración de los personajes en los videojuegos shooter, o videojuegos de disparos, se da de forma diferente, variando en función del sexo de éstos y éstas. Asimismo, la mayoría de mujeres se decanta por afirmar que estas diferencias a la hora de involucrar al personaje

se darían siempre, mientras que son más los hombres que las mujeres, quienes negarían dichas diferencias.

Por su parte, en cuanto al sexo del jugador y la jugadora, la mayoría de la muestra opina que solo a veces se involucran de forma diferente los jugadores que las jugadoras. De nuevo, son más mujeres que hombres las que se decantan por señalar que estas diferencias existirían siempre, mientras que hay más hombres que mujeres que defienden la inexistencia de diferencias entre jugadores y jugadoras a la hora de jugar a un juego shooter.

Resalta en estos dos últimos puntos cómo son las mujeres las que opinan, sobre todo en referencia al sexo del avatar, que sí existen diferencias de involucración en el juego por parte de hombres y de mujeres, mientras que son más los hombres que las mujeres los que defienden que no existiría ningún tipo de diferencia, tanto en base al sexo de los y las protagonistas, como en base al sexo de los jugadores y las jugadoras.

Entrando en cuestiones más directas en cuanto a si los videojuegos están dirigidos a un target masculino o si es cierto que éstos exponen situaciones sexistas y machistas, como defienden diferentes investigaciones (Díez, 2007; Gil, Feliu y Vitores, 2010; Rodríguez, 2016), la mayor parte de los y las encuestadas opinan que en la mayoría de los casos los videojuegos están claramente dirigidos a un público masculino, sobre todo entre las mujeres de la muestra, e incluso, una parte de la misma, se decanta por la existencia de videojuegos para hombres y videojuegos para mujeres, como narra en su investigación Escofet y Rubio (2007). Destaca, en esta primera cuestión que son más los hombres que las mujeres quienes opinan que este enfoque hacia un target masculino no se da en ningún caso y, por tanto, los videojuegos no estarían dirigidos a ningún sexo en cuestión.

Asimismo, una amplia mayoría (tanto de hombres como de mujeres) defiende que a veces los videojuegos sí presentan actitudes machistas. Destaca, que son más las mujeres que los hombres quienes defienden rotundamente que estas actitudes machistas se presentan siempre, mientras que por el contrario, hay más hombres que se decantan por defender que en ningún caso se darían tales actitudes, e incluso que dicha cuestión no procede.

Así, no es de extrañar que los datos obtenidos sean muy parecidos en cuanto a si creen que existe sexismo en los videojuegos. La mayoría opina que solo existiría sexismo en el caso de algunos videojuegos, opinión mayoritaria en los hombres de la muestra. Por su parte, las mujeres, en su mayoría, se decantan por señalar que sí, que en la mayoría de los videojuegos se darían casos de sexismo. Destaca, por último, que, como en la cuestión anterior, son más los hombres, con una diferencia notable con las mujeres, quienes defienden que los videojuegos no muestran ningún tipo de sexismo.

Por último, la mayoría de los jugadores y jugadoras opinan que es necesaria una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos. Por su parte, en base al sexo de la muestra, aunque tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres se defiende principalmente la necesidad de dicha visión, destaca una amplia mayoría de mujeres. Por su parte, son más los hombres que las mujeres quienes defienden que esta visión feminista solo es necesaria a veces, e incluso nunca.

En cuanto a las limitaciones de esta investigación, habría que señalar que, al tratarse de opiniones, éstas podrían presentarse influenciadas por las ideologías de cada persona, así como por la corrección política o deseabilidad social que se pueda generar.

Por otro lado, esta investigación cobraría mayor peso y fiabilidad, si la indagación y obtención de datos sobre las opiniones de los y las jugadoras se acompañara de una investigación marcada por la observación de éstos y éstas durante el juego, analizando las reacciones de ambos sexos a determinados contenidos y acciones que se desarrollen en los videojuegos, para así, posteriormente, unificar y comparar los datos de ambas líneas de investigación.

Asimismo, la investigación también podría enriquecerse con la indagación sobre, no solo del sexismo en contenido de los videojuegos, sino del sexismo y las diferencias de género que puedan existir en la industria del videojuego, investigando desde el número de desarrolladoras en comparación con el de desarrolladores hasta la situación de acoso que pueden vivir determinadas jugadoras.

## 7.- CONCLUSIÓN

A continuación se presentan, de los datos obtenidos con este estudio, las conclusiones más relevantes y la verificación o no de las hipótesis planteadas, mostrando las afirmaciones o negaciones necesarias siempre en base a la muestra trabajada y sin hacer referencia alguna al total de la comunidad de jugadores y jugadoras de videojuegos.

La primera y mayor conclusión es que los jugadores y jugadoras de videojuegos creen que existe sexismo en ellos. Mientras que la mayoría de mujeres considera que sí existe sexismo en la mayoría de los videojuegos, la mayoría de hombres considera que solo existiría sexismo en algunos de ellos. Asimismo, más hombres que mujeres opinan que los videojuegos no muestran ningún tipo de sexismo.

Aunque ambos sexos se iniciaron en los videojuegos con menos de diez años, son las mujeres las que más retrasan ese acercamiento, siendo claramente mayoría en el inicio entre los 10 y los 18 o más años.

El acercamiento al mundo de los videojuegos ha sido, mayoritariamente, por parte de algún familiar, destacando que son más las mujeres que lo hacen de forma propia llamadas por los medios de comunicación, mientras que fueron más los hombres que lo hicieron a través de salones recreativos. Asimismo, las mujeres juegan menos que los hombres a la semana, entre una y dos horas a la semana la mayoría de ellas, y más de 15 horas a la semana la mayoría de ellos.

La mayoría de usuarios y usuarias de videojuegos defienden que la información que se da en los videojuegos del mundo real es totalmente ficticia y, en menor medida, desde una visión sexista. Aun así, más de un cuarto opina que dicha información se hace de forma objetiva y neutra.

La mayoría de jugadores y jugadoras opina que las diferencias entre avatares masculinos y avatares femeninos solo se darían a veces, aunque son las mujeres las que más se decantan por señalar que dichas diferencias se darían siempre, y hay más hombres que mujeres que defienden la inexistencia de diferencias.

Las mujeres defienden más que los hombres que los videojuegos presentan una imagen estereotipada, tanto del hombre como de la mujer. Por su parte, son más los

hombres que las mujeres quienes afirman que esta visión estereotipada dependería del videojuego, solo se mostraría en algunos videojuegos o nunca o casi nunca se mostrarían estereotipados y estereotipadas.

Con respecto a las características, roles y funciones de los personajes, el resultado final sería un personaje o protagonista masculino presentado como héroe, resolutivo y capaz, fuerte, seguro de sí mismo y preocupado por la justicia, con funciones basadas en matar, luchar, agredir, competir y cooperar. Por su parte, el resultado final para un personaje o protagonista femenina sería víctima, necesitada y heroína, bella y atractiva, inteligente y segura de sí misma, con funciones basadas en el amor, el cuidado, la expresión de sentimientos y la cooperación.

El atractivo físico de los personajes femeninos no se identificaría con la realidad, mientras que, en algunas ocasiones, el atractivo físico de los personajes masculinos sí se identificaría con la misma.

El atractivo físico no es necesario ni para ser personaje o protagonista de un videojuego ni para el desarrollo del mismo.

La influencia que pudieran ejercer las características de los personajes y protagonistas de los videojuegos en la vida diaria de las personas dependería del jugador o jugadora en cuestión, aunque un cuarto de la población analizada defiende que sí se puede dar dicha influencia.

La mayoría de las mujeres no se sienten identificadas con las y los personajes y protagonistas de los videojuegos. Por su parte, la mayoría de hombres sí se sienten identificados, pero solo con algunos personajes masculinos.

Los jugadores y jugadoras se identifican mayoritariamente con los valores y el carácter de los protagonistas masculinos, mientras que las características con las que menos se sienten identificados o identificadas son las que tienen relación con el aspecto físico, tanto de los personajes masculinos como de los personajes femeninos, en mayor medida.

Con estas conclusiones se corrobora la hipótesis planteada en cuanto a que “los hombres se identifican más con los protagonistas de los videojuegos que las mujeres”. ya que, aunque no todos ni todas, la mayoría de hombres sí se siente identificado con

personajes masculinos, así como con los valores y el carácter que éstos muestran. Asimismo, en el caso de las mujeres, no es que se identifiquen más con los personajes y protagonistas femeninos que con los masculinos, sino que, directamente, la mayoría de ellas no se siente identificada con las y los personajes y protagonistas de los videojuegos.

Las mujeres se identifican más con los personajes masculinos que los hombres con los personajes femeninos. Con esto se confirma la hipótesis “los hombres son más reticentes a sentirse identificados con personajes femeninos que las mujeres en el caso de los personajes masculinos”, ya que, aunque la gran mayoría de mujeres no se siente identificada con los personajes de videojuegos, ni masculinos ni femeninos, son más las mujeres, con una clara diferencia, que sí sienten identificación hacia los personajes masculinos que los hombres hacia los personajes femeninos.

Para la mayoría de mujeres los avatares serían totalmente diferentes si fueran diseñados por mujeres, mientras que la mayoría de hombres cree que no, que no es relevante quien los diseñe. Así podemos comprobar como la hipótesis presentada, “la mayoría de jugadores y jugadoras creen que el aspecto físico de los avatares cambiaría si fueran diseñados por mujeres”, quedaría corroborada solo en el caso de las jugadoras ya que la mayoría de los hombres defienden que no habrían cambios en los avatares en base al sexo de quien los desarrolle, por tanto, como la hipótesis se refiere a la mayoría de ambos sexos, ésta, finalmente, queda refutada.

Para los jugadores y jugadoras, los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos pueden influir en la imagen que las jóvenes tienen de sí misma, así como en la imagen que los hombres pueden tener de las mujeres. Asimismo, más hombres que mujeres defienden que estos modelos no influyen ni en la imagen que las más jóvenes tienen de sí mismas, ni en la imagen que los hombres puedan tener de las mujeres ya que se trata de personajes ficticios.

Más de un cuarto de hombres piensa que existe una proporción semejante de personajes masculinos y personajes femeninos, aunque una amplia mayoría, tanto de hombres como de mujeres, defienden que en los videojuegos predominan los personajes masculinos.

Por otro lado, la amplia mayoría de mujeres y de hombres afirman que predominan más los protagonistas masculinos que las protagonistas femeninas. Asimismo, vuelven a ser más los hombres que las mujeres quienes defienden que la proporción es semejante.

Las relaciones que se dan en los videojuegos son, entre hombres, mayoritariamente relaciones de amistad y de colaboración, entre hombres y mujeres, principalmente relaciones sexuales y de conquista y, por último, entre mujeres se dan más las relaciones de amistad y colaboración.

El poder es representado mayoritariamente por personajes varones, aunque una mínima parte de la muestra defiende que se presenta en ambos sexos por igual.

La mayoría de las mujeres afirman que siempre se involucra de forma diferente un personaje masculino que un personaje femenino en un videojuego shooter o videojuego de disparos, mientras que la mayoría de hombres defienden que estas diferencias solo se darían a veces. Además, más hombres que mujeres defienden que dicha diferencia no se daría nunca.

Por su parte, en cuanto al sexo del jugador o jugadora, la mayoría, tanto de hombres como de mujeres, se decanta por señalar que la involucración solo se daría a veces. Asimismo, son más las mujeres que los hombres las que afirmarían que siempre habría diferencias de involucración en base al sexo de los jugadores y jugadoras, mientras que, de nuevo, habría más hombres que mujeres que negarían una diferencia en dicha involucración.

Estas dos conclusiones refutan la hipótesis planteada “la mayoría de las jugadoras creen que no existen diferencias entre sexos a la hora de jugar a un videojuego”, ya que, como se expresa anteriormente, son más las mujeres que afirman la existencia de dichas diferencias con respecto a los hombres, los cuales se decantan más por defender que las diferencias no existirían o, en todo caso, solo se darían a veces.

La mayoría de jugadoras y jugadores defienden que los videojuegos están dirigidos claramente a un público masculino. Asimismo, más hombres que mujeres defienden que en ningún caso están claramente dirigidos a un target masculino. No hay

diferencia significativa entre los hombres y las mujeres que opinan que existen videojuegos para hombres y videojuegos para mujeres.

Así, lo expuesto, apoya la hipótesis “una parte importante de jugadores y jugadoras sigue pensando que los videojuegos son para hombres”, ya que, como se expresa, queda claro que la mayoría, tanto de mujeres como de hombres, defienden que están dirigidos a éstos últimos, los hombres.

La gran mayoría opina que a veces se dan actitudes machistas en los videojuegos. Por su parte, son más las mujeres que defienden que siempre se dan actitudes machistas, mientras que son más hombres que mujeres quienes defienden que esto no sucedería en ningún caso.

Tanto la mayoría de mujeres, como la mayoría de hombres, opinan que es necesaria una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos. Por otro lado, son más los hombres que las mujeres quienes opinan que no o que solo a veces sería necesaria dicha visión feminista.

Así, queda refutada la última hipótesis planteada en esta investigación, “los jugadores y jugadoras no creen que sea necesaria una visión feminista en el desarrollo de videojuegos”, debido a que la mayoría de las personas encuestadas se decantan por defender lo contrario, es decir, que sí es necesaria dicha visión feminista en el desarrollo de los videojuegos.

Por último, y como se señala al principio, la existencia de sexismo en los videojuegos es compartido por la mayoría, tanto de hombres como de mujeres. Aun así, los datos muestran como son más las mujeres que los hombres quienes se decantan por afirmarlo. Por ello, queda verificada la hipótesis de que “las mujeres son más conscientes que los hombres del sexismo expuesto en los videojuegos”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparisi, A. (2011). Persona y género: ideología y realidad. En A. Aparisi (Coord.), *Persona y género* (pp. 19-36). Navarra: Aranzadi, SA.
- Aragón, Y. (2011). Desarmando el poder antisocial de los videojuegos. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14, 2, 97-103.
- Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (2015). Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2015. Extraído el día 29 de marzo de 2016 de: <http://www.dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20videojuegos%202015%20final%20low.pdf>
- Asociación Española de Videojuegos (2015). *El Videojuego en España*. Extraído el día 29 de marzo de 2016 de: <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-espana/>
- Castaños, M., Meneses, C., Palop, M., Rodríguez, M., y Tubert, S., (2007). *Intervención en drogodependencias con enfoque de género*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Cobo Bedia, R. (1995). Género. En C. Amorós (Coord.) *10 Palabras claves sobre mujer*. Navarra: Divino Verbo.
- De Barbieri, T. (1997). Certezas y malos entendidos sobre la categoría género. *Estudios básicos de Derechos Humanos*. Vol. IV, IIDH, 47-84, San José.
- De la Peña, E., Ramos, E., Luzón, J., y Recio, P. (2011). *Andalucía Detecta. Sexismo y Violencia de Género en la Juventud*. Andalucía: Instituto Andaluz de la Mujer. Extraído el día 20 de enero de 2016 de: [http://www.uca.es/recursos/doc/unidad\\_igualdad/47737780\\_1122011112236.pdf](http://www.uca.es/recursos/doc/unidad_igualdad/47737780_1122011112236.pdf)
- De Miguel Álvarez, A. (1996). El conflicto de géneros en la tradición sociológica. *Sociológica: Revista de pensamiento social*, 1, 125-150.
- Díez, E. (2004a). *Investigación desde la práctica. Guía didáctica para el análisis de los videojuegos*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Díez, E. (2004b). *La diferencia sexual en el análisis de videojuegos*. León: Instituto de la Mujer.
- Díez, E. (2007). El género de la violencia en los videojuegos y el papel de la escuela. *Revista de Educación*, 342, 127-146.
- Escofet, A. y Rubio, M<sup>a</sup>. (2007). La brecha digital: género y juegos de ordenador. *Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 5 (1), 63-77.
- Estalló, J. (1995). *Los videojuegos. Juicios y prejuicios*. Barcelona: Planeta
- Etxeberría, F. (2009). Videojuegos y educación. *Revista Electrónica: Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*.
- Gaymer (2016). *Revista Presura Videojuegos, cultura y sociedad: Género y Videojuegos*, 11, 9-12.
- Gil, A., Feliu, J., y Vitores, A. (2010). Performatividad Tecnológica de Género: Explorando la Brecha Digital en el mundo del Videojuego. *Quaderns de Psicologia*, 12 (2), 209-226.
- González, J. (2016). Samus Aran y Lara Croft. Objeto y sujeto de la misma moneda. *Revista Presura Videojuegos, cultura y sociedad: Género y Videojuegos*, 11, 39-51.
- Jenson, J., y de Castell, S. (2008). Theorizing gender and digital gameplay: Over sights, accidents and surprises. *Eludamos: Journal for Computer Game Culture*, 2 (1), 15-25.

Kaplan, S. (2014). With #GamerGate, the video-game industry's growing pains go viral. *The Washington Post*. Recuperado el día 3 de junio de 2016 de: <https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2014/09/12/with-gamergate-the-video-game-industrys-growing-pains-go-viral/>

Kennedy, H. (2002). Lara Croft, Feminist Icon or Cyber Bimbo: The Limits of Textual Analysis. *Game Studies*, 2(2). Extraído el día el 30 de marzo de 2016 de: <http://www.gamestudies.org/0202/kennedy/>

María, J. (2015). *Cine y videojuegos un diálogo transversal*. Sevilla: Ediciones Héroes de Papel, S.L.

Mujeres en Red. El periódico feminista. (2007). *Vocabulario para la igualdad. Palabras y conceptos clave en el vocabulario de la igualdad*. Extraído el día 25 de enero de 2016 de: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1301>

Organización Mundial de la Salud (2002). *Integración de las perspectivas de género en la labor de la OMS. Política de la OMS en materia de género*. Extraído el 25 de enero de 2016 de: <http://www.who.int/gender/mainstreaming/ESPwhole.pdf>

Organización Mundial de la Salud (2014). *Temas de Salud: Género*. Extraído el día 28 de enero de 2016 de: <http://www.who.int/topics/gender/es/>

Puleo, A. (1996). Igualdad y Androcentrismo. *Tabanque: Revista pedagógica*, 10-11, 71-82.

Real Academia Española. (2014). Feminismo. En *Diccionario de la lengua española*. (23ª ed.). Extraído el día 19 de enero de 2016 de: <http://lema.rae.es/drae/?val=feminismo>

Rodríguez, A. (2016). Pechos fuera. ¿Empoderarse o desnudarse? Mis píxeles, mis derechos. *Revista Presura Videojuegos, cultura y sociedad: Género y Videojuegos*, 11, 19-37.

Sanghani, R. (2014). Misogyny, death threats and a mob of trolls: Inside the dark world of video games with Zoe Quinn - target of #GamerGate. *The Telegraph*. Recuperado el día 3 de junio de 2016 de: <http://www.telegraph.co.uk/women/womens-life/11082629/Gamergate-Misogyny-death-threats-and-a-mob-of-angry-trolls-Inside-the-dark-world-of-video-games.html>

Sau, V. (2000). *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icaria.

Subirats, M. (1994). Conquistar la igualdad: la coeducación hoy. *Revista Iberoamericana de Educación*, 6, 49-78.

Toscano, M<sup>a</sup>. (2016). Violencia de Género en el mundo del videojuego. *Revista Presura Videojuegos, cultura y sociedad: Género y Videojuegos*, 11, 53-61.

Ugarte, S. y García, A. (2015). *Narraciones apátridas: una posible tautología de género en torno a los videojuegos y a la virtualidad de lo femenino*. Madrid: Editorial ESNE.

Varela, N. (2005). *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B.

Zurbriggen, E. Collins, R., Lamb, S., Roberts, TA., Tolman, D., Ward, LM., y Blake, J. (2007). *Report of the Apa Task Force on the sexualization of Girls*. American Psychological Association. Extraído el día 28 de marzo de 2016 de: <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>

# ANEXOS

## ANEXO 1: “Cuestionario: GÉNERO Y VIDEOJUEGOS”.

Este cuestionario va dirigido a conocer tu valoración sobre la representación del género en los videojuegos, para la realización del Trabajo de Fin de Grado en Trabajo Social.

No hay respuestas correctas o incorrectas, únicamente es la expresión de tus opiniones, por lo que te animo a contestar con sinceridad y libertad las siguientes preguntas.

Todos los datos recabados son de carácter anónimo y se tratarán con total confidencialidad.

-----

### SEXO:

- a) Hombre.
- b) Mujer.
- c) Otro.

### EDAD:

- a) Menos de 16 años.
- b) Entre 16 y 20 años.
- c) Entre 20 y 25 años.
- d) Entre 24 y 30 años.
- e) Entre 30 y 35 años.
- f) Más de 35 años.

### NIVEL DE ESTUDIOS:

- a) E.S.O.
- b) Bachiller.
- c) Formación Profesional.
- d) Estudios Universitarios.
- e) Otros:

1. ¿Qué es para ti un videojuego?
  - a. Los juegos de ordenador tipo “Buscaminas” o “Solitario”:
  - b. Los que se juegan a través de una consola o un PC.
  - c. Los juegos que puedo jugar en mi Smartphone y/o Tablet (“Candy Crush”, “Angry Birds”...).
  - d. Los juegos de mesa.
  - e. Todos los anteriores.
2. ¿Has jugado a algún videojuego?
  - a. Sí.
  - b. No.
3. ¿Te gustan los videojuegos?
  - a. Sí.
  - b. No.
4. ¿Qué edad tenías cuando tuviste tu primer acercamiento a los videojuegos?
  - a. Menos de 10 años.
  - b. De 10 a 14 años.
  - c. De 15 a 17 años.
  - d. 18 años o más.
5. ¿Cómo se produjo tu acercamiento a los videojuegos?
  - a. Por parte de un familiar que los utiliza.
  - b. En salones de juegos recreativos.
  - c. A través de algún amigo o amiga que los utiliza.
  - d. De forma propia por los medios de comunicación.
6. ¿Con qué frecuencia juegas a videojuegos?
  - a. De 1 a 2 horas a la semana.
  - b. Entre 2 y 5 horas a la semana.
  - c. Entre 5 y 10 horas a la semana.
  - d. Entre 10 y 15 horas a la semana.
  - e. Más de 15 horas a la semana.
7. ¿Qué soporte usas para jugar a videojuegos? (Múltiples respuestas).
  - a. PC, videojuegos en formato digital y/o físico.

- b. Videoconsolas (PlayStation, Xbox, Wii...).
  - c. Videoconsolas portátiles (PsVita, Nintendo 3DS...).
  - d. Smartphones y/o Tablets.
8. ¿A qué tipo de videojuegos sueles jugar más? (Múltiples respuestas).
- a. Rol.
  - b. Acción y Aventuras.
  - c. Plataformas.
  - d. Simuladores de gestión.
  - e. Simuladores deportivos y conducción.
  - f. Musicales.
  - g. Shooters (“Videojuego de disparos”).
  - h. Estrategia.
  - i. Lucha.
  - j. Puzzle.
  - k. Survival Horror.
  - l. MOBA/MMORPG (“League of Legends”...).
9. ¿Cómo informan los videojuegos sobre el mundo) (Múltiples respuestas).
- a. De forma objetiva y neutra.
  - b. Recordando situaciones de injusticia.
  - c. De forma totalmente ficticia.
  - d. Desde una visión sexista.
10. ¿Qué características crees que resaltan más en los personajes femeninos? (Múltiples respuestas).
- a. Fragilidad.
  - b. Belleza y atractivo.
  - c. Profesionalidad.
  - d. Fuerza.
  - e. Imagen maternal.
  - f. Seguridad en sí mismas.
  - g. Solidaridad.
  - h. Preocupación por la justicia.
  - i. Inseguridad.
  - j. Inteligencia.

11. ¿Qué características crees que resaltan más en los personajes masculinos? (Múltiples respuestas).
- Fragilidad.
  - Belleza y atractivo.
  - Profesionalidad.
  - Fuerza.
  - Imagen paternal.
  - Seguro en sí mismos.
  - Solidaridad.
  - Preocupación por la justicia.
  - Inseguridad.
  - Inteligencia.
12. ¿Crees que es necesario destacar el atractivo físico para ser protagonista o personaje de un videojuego?
- Sí.
  - No.
  - Depende del videojuego.
13. ¿Crees que es necesario destacar el atractivo físico para el desarrollo del juego?
- Sí.
  - No.
  - Dependen del tipo de historia que se desarrolle.
14. ¿Crees que los rasgos que más resaltan en el caso de las protagonistas o personajes femeninos son diferentes a los que resaltan en el caso de los protagonistas o personajes masculinos?.
- Siempre.
  - A veces.
  - Nunca.
15. ¿Crees que las características de los y las protagonistas de los videojuegos pueden influir en la vida diaria de las personas?
- Sí.
  - No.
  - Dependen del jugador o jugadora que lo utilice.

16. ¿Crees que el aspecto físico que presentan las protagonistas femeninas en los videojuegos se identifican con la realidad?
- Sí.
  - No.
  - A veces
17. ¿Crees que el atractivo físico que presentan los protagonistas masculinos en los videojuegos se identifican con la realidad?
- Sí.
  - No.
  - A veces.
18. ¿Crees que los videojuegos presentan una visión estereotipada de la mujer?
- Sí, siempre o casi siempre.
  - No, nunca o casi nunca.
  - Depende del videojuego.
19. ¿Crees que los videojuegos presentan una visión estereotipada del hombre?
- Sí, siempre o casi siempre.
  - No, nunca o casi nunca.
  - Solo en algunos.
20. ¿Te sientes identificado o identificada con los y las protagonistas o personajes de los videojuegos?
- Sí.
  - No.
  - Solo con algunos.
  - Solo con algunas.
21. Si te sientes identificado o identificada con los y las protagonistas de los videojuegos, ¿con qué características te identificas más? (Múltiples respuestas).
- Con el aspecto físico de los personajes masculinos.
  - Con el aspecto físico de los personajes femeninos.
  - Con el carácter que muestran los personajes masculinos.
  - Con el carácter que muestran los personajes femeninos.
  - Con los valores que promueven los protagonistas.

- f. Con los valores que promueven las protagonistas.
  - g. Con ninguna de las características anteriores.
22. La mayoría de los avatares están diseñados por hombres. ¿Crees que serían diferentes si fueran diseñados por mujeres?
- a. Sí, totalmente diferentes.
  - b. No, no es relevante quien los diseñe.
23. ¿Qué tipo de imagen crees que tienen las protagonistas femeninas en los videojuegos?
- a. Una imagen fiel a la que tienen en el mundo real.
  - b. Una imagen estereotipada.
24. ¿Qué tipo de imagen crees que tienen los protagonistas masculinos en los videojuegos?
- a. Una imagen fiel a la que tienen en el mundo real.
  - b. Una imagen estereotipada.
25. ¿Qué rol o función crees que desempeñan mayoritariamente los personajes masculinos? (Múltiples respuestas).
- a. Héroe.
  - b. Víctima.
  - c. Capaz.
  - d. Resolutivo.
  - e. Necesitado.
  - f. Indeciso.
  - g. Otro:
26. ¿Qué rol o función crees que desempeñan mayoritariamente los personajes femeninos? (Múltiples respuestas).
- a. Heroína.
  - b. Capaz.
  - c. Resolutiva.
  - d. Víctima.
  - e. Necesitada.
  - f. Indecisa.
  - g. Otro:
27. ¿Crees que los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos pueden influir en la imagen que las jóvenes tienen de sí misma?

- a. No, son personajes ficticios.
  - b. Sí, pueden influir en ellas.
28. ¿Crees que los modelos de mujer que aparecen en los videojuegos pueden influir en la imagen que los hombres puedan tener de las mujeres?
- a. No, son personajes ficticios.
  - b. Sí, pueden influir en ellos.
29. En cuanto a la proporción de personajes masculinos y femeninos:
- a. Predominan los personajes masculinos.
  - b. Hay una proporción semejante.
  - c. Predominan los personajes femeninos.
30. En cuanto al protagonismo principal en los videojuegos:
- a. Predominan los protagonistas masculinos.
  - b. Hay una proporción semejante.
  - c. Predominan las protagonistas femeninas.
31. En cuanto al rol que desempeñan los personajes masculinos (Múltiples respuestas):
- a. Matar, luchar, agredir.
  - b. Amar, cuidar, expresar sentimientos.
  - c. Competir.
  - d. Cooperar,
  - e. Otro:
32. En cuanto al rol que desempeñan los personajes femeninos (Múltiples respuestas):
- a. Matar, luchar, agredir.
  - b. Amar, cuidar, expresar sentimientos.
  - c. Competir.
  - d. Cooperar,
  - e. Otro:
33. ¿Qué relaciones se dan mayoritariamente en los siguientes casos?

	Entre hombres y mujeres	Entre hombres	Entre mujeres
<b>Relación de amistad.</b>			
<b>Relaciones</b>			

---

sexuales.

**Relaciones de  
conquista.**

**Relaciones de  
colaboración.**

---

34. ¿Qué tipo de lenguaje se utiliza preferentemente en los videojuegos?

- a. Masculino.
- b. Femenino.
- c. Neutro.

35. En los videojuegos los personajes con poder son representados por:

- a. Hombres.
- b. Mujeres.
- c. Ambos por igual.

36. ¿Crees que se involucra de forma diferente un personaje masculino que un personaje femenino en un videojuego shooter (videojuego de disparos)?

- a. Siempre.
- b. A veces.
- c. Nunca.



37. ¿Crees que se involucra de forma diferente un hombre que una mujer al jugar a un videojuego shooter (videojuego de disparos)?

- a. Siempre.
- b. A veces.
- c. Nunca.

38. ¿Quién crees que trabaja más en los medios de comunicación relacionados con los videojuegos?

- a. Hombres.
- b. Mujeres.
- c. No sé.

39. ¿Los videojuegos están claramente dirigidos a usuarios masculinos?

- a. En la mayoría de los casos.

- b. Solo en algunos videojuegos.
  - c. En ningún caso.
  - d. Existen videojuegos para hombres y videojuegos para mujeres.
40. ¿Crees que en los videojuegos se dan actitudes machistas?
- a. En ningún caso.
  - b. A veces.
  - c. Siempre.
  - d. No procede.
41. ¿Consideras que existe sexismo en los videojuegos?
- a. Sí, en la mayoría de los videojuegos.
  - b. Solo en algunos videojuegos.
  - c. No, los videojuegos no muestran ningún tipo de sexismo.
42. ¿Crees que es necesaria una visión feminista en el desarrollo de los videojuegos?
- a. Sí.
  - b. No.
  - c. A veces.

Muchas gracias por tu colaboración en esta investigación.

Francisco Alberto González Ramos.

Grado en Trabajo Social.

Universidad de La Laguna.