



Un 70 % de los «gamers» asegura haber observado sexismo en los videojuegos

El 70 por ciento de los usuarios de videojuegos asegura que observa sesgos sexistas en ellos y el 50 por ciento echa en falta referentes femeninos en sus contenidos, según un estudio patrocinado por la Cátedra Telefónica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y La Caixa.

El trabajo, cuyas conclusiones se han conocido esta semana, se basa en 242 encuestas realizadas en Gran Canaria a estudiantes de 4º de la ESO, 2º de Bachillerato, grado en Ingeniería Informática y Telecomunicación, postgrado en Diseño y Programación de Videojuegos e miembros de equipos de deportes electrónicos (eSports).

La responsable del proyecto «Género, gamers y videojuegos», la investigadora Nira Santana, ha subrayado que «más de la mitad de los encuestados no conoce

mujeres que se dediquen profesionalmente al mundo de los videojuegos, ni como diseñadoras ni como competidoras de eSports», una tasa que se eleva por encima del 70 % cuando se hace esa misma pregunta solo a mujeres, «futuras profesionales sin referentes femeninos que les sirva de aliento».

Del mismo modo, «más del 73 por ciento reconoce haber jugado a videojuegos sexistas» y haber observado «una objetualización sexual de la mujer, así como escenas de prostitución, acoso, violencia contra las mujeres en los videojuegos».

En un 7 % de los casos, el sexismo viene de la ausencia de mujeres en el contenido o en la presencia de alguna protagonista con perfil de «sumisa que espera ser salvada sin estrategias para valerse» por sí misma, ha explicado Santana.

En el sector de los videojuegos existe además «una brecha salarial, una discriminación en el mercado laboral como desarrolladoras y diseñadoras de videojuegos y profesionales del sector», que se suma a la representación de la mujer «sexista y llena de estereotipos», así como «al acoso y discriminación también de las mujeres que juegan en partidas multijugador online».

Como ha recalcado la coordinadora de este estudio, el 36,4 % de las mujeres encuestadas afirma haber sido insultada en el transcurso de una partida de videojuego online».

En cuanto al panorama profesional, el Libro Blanco de los Videojuegos 2018 muestra que en el sector las mujeres son el 16 %», un dato que se repite en varios países de Europa, ha subrayado.

Del mismo modo, aunque en España no hay datos, «en Reino Unido se analizaron empresas de videojuegos, donde se observó hasta un 64 % menos de salario en mujeres que en hombres por el mismo trabajo».

Santana ha remarcado que el de los videojuegos «es un sector que está creciendo exponencialmente, creando beneficios y puestos de trabajo» y en el que «el sexismo se mantiene».

Esta investigadora ha precisado que «no hay que demonizar al sector, porque en la sociedad hay machismo y cualquier producto cultural está impregnado de ellos», dado que «no hay perspectiva de género detrás».

En cuanto a las propuestas que plantea el estudio, se debe actuar «formando a los equipos de desarrollo de videojuegos en la perspectiva de género» y a quienes dirigen para que «velen por ello», así como «a las administraciones públicas en la selección de entrega de subvenciones».

En su opinión, se debe trabajar en garantizar «equipos mixtos de trabajadores, contenido no sexista» y de «animar al profesorado y familiares de los menores a que se informen y desarrollen una actitud crítica a lo que consumen los adolescentes».

Del mismo modo, propone «exigir a las empresas planes de igualdad en salario y condiciones a las trabajadoras» y establecer un marco legislativo que «no sea de tipo recominatorio», ya que como ocurre con la Ley de Igualdad, vigente desde 2007, «no se cumple y no hay régimen sancionador por ello», ha dicho.

La sociedad en su conjunto «debe velar por que la legislación vigente se cumpla», con un marco que «regule el mercado del videojuego y una sociedad que atienda porque este se garantice una perspectiva de género transversal», ha defendido Santana.

El estudio, promovido por el Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de la ULPGC a través de la Cátedra Telefónica y la fundación CajaCanarias La Caixa, propone a su vez «crear códigos de conducta en plataformas en línea y eliminar los roles estereotipados en los contenidos», entre otras medidas.