



Ajuntament
de Santa Coloma
de Gramenet



**CONSTRUCCIÓ I REFORÇ DE LA MASCULINITAT
HEGEMÒNICA A TRAVÉS DEL GAMING:
pautes inicials per l'acompanyament educatiu
en clau de gènere**

Crèdits

Direcció

Servei de Salut pública i Atenció als consumidors
Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet

Finançament

Servei de Salut pública i Atenció als consumidors.

Redacció i material gràfic

G360 Cartografies Humanes i Socials

Gemma Altell Albajes
Mercè Martí Baliarda
Marc Ràmia
Júlia Suriol Corbera



0. Índex

1. Punt de partida	4
Algunes anotacions prèvies	5
2. La masculinitat hegemònica i la seva vinculació amb els jocs en línia	6
L'impacte dels mandats de gènere pels homes en el joc: construcció i reforç de la masculinitat	6
Gestió emocional deficitària	7
Agressivitat com a forma de resoldre conflictes	7
Assumir riscos	7
Tenir poder i exercir control	8
3. Dimensions d'anàlisi pel treball educatiu en masculinitats i gaming	9
Procés d'incorporació de les dones al món del gaming i històric del masclisme en els videojocs	9
Patrons de construcció i reforç de la masculinitat hegemònica a través del joc en línia	10
L'espai simbòlic de la masculinitat hegemònica en els jocs en línia	11
Violències masclistes	12
4. L'anàlisi dels personatges dels jocs en línia	14
El mite de "l'home de veritat"	14
La representació (absència) de les emocions	14
El valor de l'èxit	14
El reforç de comportaments violents	15
La comunicació i el llenguatge	15
La importància del físic	15
La representació de la diversitat	15
5. Bones pràctiques i material educatiu d'interès	18
Propostes educatives	18
Material d'interès	19
6. Bibliografia	21

1. Punt de partida

El joc, sigui per apostar o a través dels videojocs, s'ha imposat com a nou model de lleure juvenil i grupal¹, amb gran influència a la societat. Tot i que el seu consum és majoritàriament per part de nois, cada vegada s'equiparen més les estadístiques d'ús amb noies. Des d'una mirada sociològica, es pot entreveure que aquest producte té com a característica ser **un element important en la formació del constructe identitari a través de la reproducció d'imaginariis socials, estructures de poder o, fins i tot, processos de socialització**.

Dins d'aquest marc, s'identifica un fort component de gènere al voltant del gaming, especialment en la seva contribució a la construcció de la masculinitat hegemònica entre la població jove i adolescent. Aquest fet ens obliga a plantejar-nos la importància de l'abordatge de l'ús del gaming entre població jove incidint també en la construcció identitària de les masculinitats d'aquells que consumeixen jocs en línia.

Destaquem tres aspectes determinats que resulten clau per enquadrar la importància d'aquest anàlisi:

- L'alt abast dels jocs en línia dins la població jove i adolescent.
- Les edats precoces d'inici en els jocs en línia (a partir dels 4-5 anys a través de jocs del mòbil de les figures adultes de referència).
- Els patrons específics de consum de jocs en línia dels nois.

A partir de la prospecció exploratòria al voltant del gaming i gambling (jocs amb apostes) al municipi de Santa Coloma de Gramenet, s'apunten els següents aspectes:

a) Major prevalença i consum de jocs en línia entre els nois.

El gènere és una variable explicativa important, ja que el fet de ser home indica una major prevalença i consum de videojocs, així com també un major risc de desenvolupar un consum problemàtic (entre ells una addicció) i mostrar més símptomes.

El fet de ser dona es vincula amb un major ús de les e-xarxes socials i, cada vegada més, amb l'ús de jocs al telèfon mòbil (García i Rodríguez, 2020). Aquestes tendències es donen també al municipi de Santa Coloma de Gramenet. La majoria de les persones que han respost juga a videojocs, sigui de tant en tant o força.

Aquestes dades tenen diferències entremès de gènere. Tot i que sembla que l'ús dels videojocs és majoritari entre la població jove de Santa Coloma de Gramenet, els fan servir molt més ells que elles.

b) Els nois estan força més en e-sports.

Amb les respostes que tenim sembla que ells fan aquesta pràctica molt més que elles².

Aquesta tendència general també es detecta a Santa Coloma de Gramenet segons la prospecció realitzada.

Alguns dels jocs predilectes, són el Fortnite i el League of legends.

c) Els nois opten més per la modalitat de jocs en línia i en grup.

Un estudi (González-Maestre, 2019) sobre el perfil de participants *online* i *offline* apunta que els nois juguen en major mesura a la modalitat en línia.

El que s'ha detectat a Santa Coloma de Gramenet, és que els nois que han respost els qüestionaris prefereixen la modalitat *online* en grup. Elles, si bé també prefereixen la modalitat online, opten més per la modalitat online sola.

¹ Muriel & Crawford, 2018

² Dades extretes de l'estudi ESTUDES 2018-2019

Ens apareixen així varis reptes al respecte davant aquest escenari:

- Les accions preventives i educatives al voltant del gaming no poden anar deslligades dels aprenentatges sobre les pròpies masculinitats. Com treballar doncs de forma preventiva i educativa el gaming tenint en compte la forta correspondència amb els mandats de la masculinitat en joves i adolescents? Incorporar aquesta mirada de gènere permetrà accions molt més eficaces.
- Cal desenvolupar estratègies efectives per abordar les violències existents dins d'aquest marc dels jocs en línia.
- El *gaming* s'estan convertint en espais de reforç identitari per alguns joves i per tant també com a una font important de socialització de gènere. La intervenció en els jocs en línia pot suposar una oportunitat per poder treballar certs patrons de masculinitat hegemònica i aportar noves formes d'entendre i expressar les masculinitats.

Algunes anotacions prèvies

- Quan parlem de masculinitat hegemònica no es referim als homes, ni a la pluralitat de formes d'expressió de les masculinitats que poden formar part de la nostra societat. Ens referim al conjunt de pràctiques que tenen a veure amb les relacions de poder i les relacions socials de gènere a la societat pròpies de la masculinitat tradicional que tots i totes hem après a través de la socialització de gènere .
- En el present document s'ha fet una selecció dels principals jocs en línia consumits per nois joves i adolescents i que tenen un fort component de gènere en la trama i personatges. Per tant queden exclosos altres jocs que poden no mostrar aquests biaixos de gènere o model de masculinitat hegemònica i que poden suposar una alternativa real a aquests jocs.

2. La masculinitat hegemònica i la seva vinculació amb els jocs en línia

Els mandats de gènere fan referència a tots aquells atributs (associats, de forma dicotòmica i binària, als homes o a les dones) que són convertits en norma i, per tant, en normalitat. Aquests missatges condicionen com hem de ser, comportar-nos, pensar, què ens ha d'agradar i, fins i tot, com ens hem de sentir segons la masculinitat i la feminitat hegemònics. Els aprenem i reproduïm sense adonar-nos-en i, per això, és important parar-hi atenció, per veure què hi ha d'allò real i lliure en les nostres conductes, percepcions i desitjos, i què hi ha d'imposat.

Les característiques i conductes que es puguin associar amb aquesta concepció de masculinitat no són naturals ni pròpies del gènere masculí; són apreses, "herència" de la cultura imperant en què ens desenvolupem. Els estereotips de gènere incideixen en les actituds de les persones des del naixement fins a la mort, en un procés permanent que sovint implica el rebuig general del grup si decideixen no complir el rol assignat. La identitat, tal com la comprenem, és justament una percepció que s'elabora amb les imatges socialment compartides, organitzades per codis que la col·lectivitat reproduceix, sanciona i accepta³.

Des de molts entorns que ajuden a construir realitat, es construeixen i es reforcen aquests mandats, i els videojocs no en són una excepció. La masculinitat es construeix pel que ha de ser, però sobretot pel què no ha de ser. És a dir, en oposició a altres identitats menys afavorides dins de la societat patriarcal, que situa la masculinitat hegemònica en una posició de primer pla -atribuint la promesa de l'accés als privilegis-, i tot allò que no ho és, en un segon sinó últim pla: l'*home* ho és en tant que no és dona; l'*home* és adult en tant que no és infant; l'*home* és heterosexual en tant que no és homosexual; l'*home* ho és en tant que no respon a altres identitats masculines. Així, la masculinitat és la significació que una societat dona al fet de ser considerat home. S'espera que els homes siguin forts, decidits, que portin la iniciativa en l'esferasexual i que sempre en tinguin ganes, que siguin valents i s'arrisquin, que siguin heterosexuals, que siguin els principals proveïdors econòmics de la llar...

La masculinitat ha de ser	I, per tant, no pot ser
Agressiva	Sensible
Dominant	Insegura
Sexualment activa	Dependent
Egoista	Cuidadora
Racional	Emocional
Triomfadora	Perdedora

L'impacte dels mandats de gènere pels homes en el joc: construcció i reforç de la masculinitat

Els mandats de gènere condicionen les persones en la seva forma de ser, de pensar... Des d'aquí, s'expliquen moltes conductes que es poden donar de forma diferenciada en termes de gènere. L'experiència dels videojocs és utilitzada per molts joves i adolescents per explorar la seva identitat masculina, i reforçar les creences al voltant del què s'espera dels homes (Asociación de Hombres por la igualdad de Castilla La Mancha, 2018).

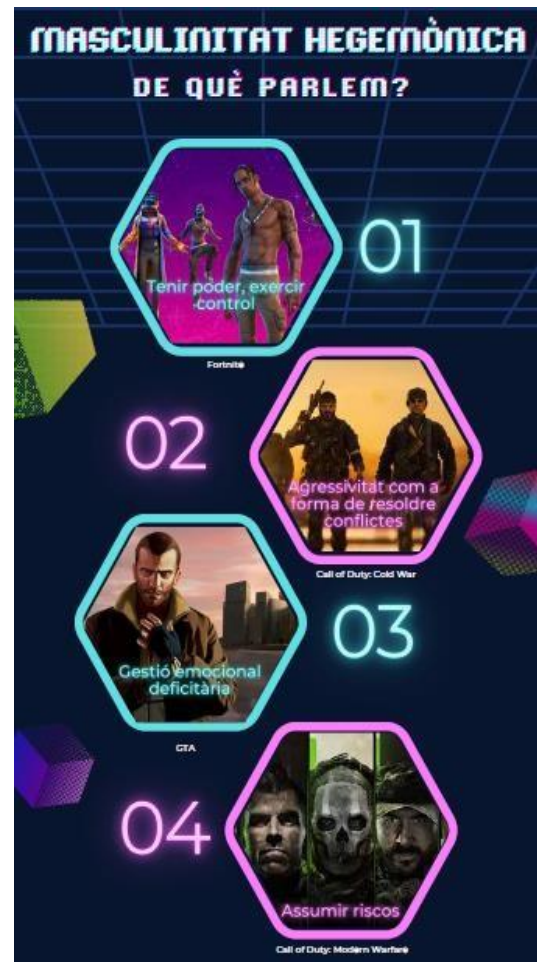
En aquest cas la interacció funciona de forma bidireccional. És a dir, els mandats de gènere (especialment dels nois) impacten en el fet de jugar a videojocs, a l'hora que la majoria dels videojocs contribueixen a reforçar aquests mandats. De forma infogràfica es recullen quatre dels principals mandats i com interactuen en la forma de relacionar-se dels nois amb els jocs en línia:

³ Serret (2004)

Gestió emocional deficitària

El mandat tradicionalment associat als homes, contribueix a abocar els nois joves i adolescents als videojocs: la majoria de persones, quan se'ls pregunten pels motius pels quals juguen, identifiquen "jugar m'ajuda a no pensar en els meus problemes". A més, aquesta és una resposta marcadament masculina (els nois opten més per aquest motiu que les noies).

En alguns casos, i des de la lògica d'aquest mandat de gènere, els videojocs poden ser fruit d'una conducta evitativa del què poden suposar gestions emocionals incòmodes o fins doloroses. De fet, en els estudis sobre els factors predictors del joc observats, s'identifiquen certs factors específics en els homes, i un d'ells és la disminució del control d'impulsos, així com problemes psicosocials com la depressió i l'ansietat.



Agressivitat com a forma de resoldre conflictes

Aquest mandat també es vincula directament amb els videojocs, ja que en els estudis revisats s'ha identificat com a factor predictor dels jocs en línia per part dels homes (que no de les dones) el nivell de violència del joc en sí, fet que s'explica per aquell i que alhora contribueix a reforçar-lo, ja que molts dels videojocs que es coneixen com als predilectes dels joves i adolescents (alguns d'ells representats a la infografia) tenen forts components violents.

Assumir riscos

Els personatges dels videojocs majoritaris tenen tendència a l'assumpció de riscos, posant-se en situacions extremes i conflictives, conduccions temeràries... i desenvolupant-se amb normalitat en aquests entorns. És comú, doncs, que els videojocs estiguin relacionats amb l'aventura, els contextos de guerra, les carreres de cotxes...

Tenir poder i exercir control

Es relaciona amb el fet de tenir, abocats a l'èxit i la independència. Des d'aquesta lògica, als nois se'ls associa amb el rol de proveïdor (model de *breadwinner*). Darrera del consum elevat de jocs d'eSports per part de nois, sovint trobem expectatives de professionalització associades i d'accés a un volum econòmic important de forma relativament fàcil. En molts casos, s'ha traspasat aquesta idea de "de gran vull ser futbolista" a expectatives d'èxit més relacionades amb les pantalles (*gamers, youtubers, instagramers...*).

Un altre dels elements que s'observa en els videojocs és que, des d'aquesta idea de l'home exitós de cara enfora i que controla la situació, als nois els costa explicar quan perden a nivell econòmic en el joc, fet que alimenta la idea de accessibilitat i facilitat per aconseguir ingressos a través dels jocs en línia de forma professionalitzada i els ubica en una posició de major vulnerabilitat.

A continuació presentem de forma resumida la transferència dels aprenentatges de socialització de gènere (masculinitat hegemònica) als jocs en línia i videojocs en general:

Model de socialització masculina	Transferència en els videojocs
Control del món exterior: abocats a l'èxit, la independència i la dominació.	L'èxit, en els homes, passa pel fet de TENIR: tenir diners, tenir poder...és quelcom que es simula a través dels videojocs.
Sentir-se còmodes en situacions competitives: des de l'infància, motivació a l'assoliment.	La majoria de videojocs, sobretot els més predominants, tenen una base competitiva i no cooperativa.
Vivència del temps lliure com a realització d'activitats.	L'opció predilecta pels nois és jugar a videojocs en línia i en grup, és a dir, es relacionen amb els seus iguals a través d'una activitat, des del "fer" i no des de l'"estar".

3. Dimensions d'anàlisi pel treball educatiu en masculinitats i gaming

L'anàlisi sobre quina forma pren la masculinitat hegemònica en el gaming implica necessàriament parlar també de les dones. El què anomenem també masculinitat patriarcal o masculinitat tradicional és defineix, en gran mesura, per oposició a la feminitat; tot allò que és associat simbòlicament al femení i, per descomptat a les dones. És per aquest motiu que l'escenificació de la diferència així com la reacció davant la presència de dones en un espai simbòlicament construït com a masculí té un paper molt important en la descripció de les formes que pren la masculinitat en els contextos de joc en línia. Així, serà imprescindible identificar les violències viscudes per les dones en aquest context -com la manifestació extrema de la masculinitat hegemònica- però també quins rols diferencials ocupen les dones en el context:

- En els personatges dels jocs.
- En el rol de jugadores.
- En l'espai que tenen com a creadores de jocs.

A causa d'això, l'exposició a videojocs es converteix en un factor molt important per comprendre les dinàmiques i possibles transformacions de les masculinitats contemporànies.

Procés d'incorporació de les dones al món del gaming i històric del masclisme en els videojocs

La comunitat dels videojocs sempre ha estat considerada un entorn sexista. Basat en la idea que els jocs eren fets per i per a homes (androcentrisme), es va construir com a món hostil per a l'entrada de les dones i altres identitats o expressions de gènere que s'hi volien apropiat, havent d'adoptar estratègies per dissimular el seu gènere i no rebre els impactes associats.

El perfil de jugador de videojocs ha anat variant amb el pas dels anys i aquest imaginari de *gamer* que es tenia al cap s'ha flexibilitzat i ha donat entrada a altres tipus d'homes, i també de dones. Així, abans els nois buscaven un entorn "fora de la realitat" per poder desenvolupar tot allò associat a aquesta masculinitat, que ocupava la part privilegiada i exitosa de l'esfera social des de la lògica patriarcal. Per tant, els personatges dels videojocs eren homes forts, exitosos, que tenien diners i poder, i assumien riscos i mantenien la seva esfera de poder des de la violència... És a dir, complien amb tots els mandats de gènere masculins. Tot i que ha canviat el perfil de jugadors, no ha canviat tant l'imaginari dels videojocs i dels seus personatges. I tampoc ha canviat tant qui fa aquests jocs, fet que pot explicar aquesta idea de seguir amb el mateix imaginari, per molt que estigui canviant el consumidor. Així com el percentatge de jugadores ha augmentat fins a un 42%, el percentatge de dones en la indústria dels videojocs el 2020 era del 18'5% (en àrees com el màrqueting o l'art), segons l'Associació Espanyola d'Empreses Productores i Desenvolupadores de Videojocs i Software d'Entreteniment (Desarrollo Español de Videojuegos, 2020), i un 16'7% de dones si ens fixem només en les persones programadores (Desarrollo Español de Videojuegos, 2022). Resulta clau incrementar el nombre de desenvolupadores de joc per aportar alternatives als discursos més hegemònics i poder transformar des de dins la indústria i per tant els espais de joc.

Les principals indústries de videojocs segueixen tenint una mirada sexista i androcèntrica, també en el seu "interior", com mostra la denúncia que va es va fer pública el 2018 contra Riot Games (una de les més grans de la indústria), amb fonts de treballadores i ex treballadores denunciant l'ambient sexista de la companyia, o Activision Blizzard (*Call of Duty*) i Ubisoft (*Assassin's Creed*) que també han rebut demandes per discriminació de gènere.

a) Miratge de la igualtat

Les dones estan accedint al món dels videojocs (es pot observar que, entre els i les joves, els jocs en línia són una pràctica majoritària) però això no assegura una igualtat real en aquests entorns. S'incrementa l'accessibilitat de noies als videojocs, però segueixen observant-se diferències que generen desigualtats en aquest entorn tot i incrementar la presència femenina:

- Els videojocs segueixen estant segregats per gènere: els que s'identifiquen com a gènere femení són els d'estètica i cures, i els de gènere masculí, de matar i aconseguir reptes. Tant els nois com les noies consideren que els videojocs "de noies" són més infantils (menys prestigis) i, per tant, a certa edat s'hi deixa de jugar i accedeixes als videojocs de gènere masculí, que són més complexes, amb més història. La forma de dividir socialment allò femení i masculí amb estereotips i atributs de diferents valor segueix vigent en els videojocs.
- Quan les noies accedeixen als jocs en línia no reben el mateix tracte i credibilitat que un noi. La idea de que les noies *gamers* no són tan bones com els nois està fortament arrelada entre joves i adolescents. El fet d'identificar l'èxit de les noies amb l'atzar és quelcom també molt derivat d'aquests models: el model de socialització femenina atribueix l'èxit a factors externs i el fracàs a interns. Des d'aquesta lògica, es reforça tant externament com internament el missatge de "si guanyen elles és per l'atzar".
- Moltes noies que volen desenvolupar una trajectòria dins dels jocs de videojocs (professional o d'oci) integren dinàmiques relacionals típicament de masculinitat clàssica com a estratègia. Algunes canvien el *nickname* i la imatge per no donar indicis de ser noies
- Existeixen violències masclistes en context de gaming
- Els personatges i les històries dels jocs continuen basant-se majoritàriament en els valors de la masculinitat hegemònica

Tuve que desconectar el micro mientras jugaba #ApexLegends porque escuchaban que era mujer y me abandonaban antes de empezar la partida 🙄 y luego dicen que no hay discriminación en los videojuegos 🙄

b) Cosificació i sexualització de les dones

Històricament la incorporació de dones al món dels videojocs (personatges i algunes *youtubers*) ha sigut des de la cosificació d'aquestes. Es tractava de personatges altament erotitzats, amb papers secundaris i passius que apareixien com a complement sexualitzat en nombroses ocasions dels personatges principals masculins.

Actualment aquest fet està vivint grans canvis com per exemple es pot veure amb la transformació del personatge de Lara Croft, que gràcies a l'empenta del discurs social, ha adoptat una forma més humana i menys sexualitzant o la protagonista del Horizon Zero Dawn. Així mateix la trama dels jocs no es modifica i continuem trobant la majoria de personatges femenins altament sexualitzats, amb nusos innecessaris per la trama i amb violències sexuals explícites (com és el cas per exemple del joc GTA).

Patrons de construcció i reforç de la masculinitat hegemònica a través del joc en línia

Els patrons de construcció de les masculinitats es produeixen mitjançant la interacció dels membres integrants del grup. La interacció produïda entre diversos subgrups de la mateixa comunitat fa que el discurs elaborat es converteixi en identitat de grup, en aquest cas identitat de masculinitat hegemònica.

Així, l'exposició als videojocs juntament amb la construcció prèvia dels imaginaris socials del sexisme i del poder provoca la construcció d'identitats masculines hegemòniques. En el videojocs les característiques pròpies de la masculinitat hegemònica abasten pràctiques i patrons de comportament relacionats amb la valentia, el poder, l'autonomia, la independència, la dominació (tant física, ajudada pels seus atributs

corporals, i psicològica, permesa pels seus coneixements, com a sexual i simbòlica), la capacitat econòmica, la insensibilitat i la inclinació cap a la violència.

La transcendència d'això radica en el fet que, si bé el procés de reafirmació ocorre durant tota la vida, en el consum i interiorització de determinats discursos o imatges, **l'adolescència és un període especialment vulnerable a l'aprehensió d'aquestes idees**, que contribueix a la reproducció d'uns certs estereotips i patrons de conducta com els que són presents. La normalització del discurs hegemònic de la masculinitat en aquests contextos possibilita la seva invisibilització.

A tot això cal sumar-hi l'element de **reforç positiu** que suposa el joc per aquesta masculinitat hegemònica. Des d'una perspectiva conductual a més s'emulen accions, comportaments propis de la masculinitat hegemònica a través dels personatges, major recompensa i guany s'obté amb aquests jocs. Aquest factor específic dels jocs en línia pot incidir de forma significativa també en la interiorització d'una masculinitat molt estereotipada i sexista a través d'una habituació per reforç positiu.

L'espai simbòlic de la masculinitat hegemònica en els jocs en línia

“La comunitat gamer és molt còmoda per a nosaltres els homes perquè rep com a benefactor els nostres desitjos masculins. En poques paraules, els homes gaudim del món del videojoc perquè, en bona part, permet que gaudim dels privilegis que ja tenim i que, en la virtualitat, es puguin veure expandits, magnificats. Als videojocs trobem un altre refugi íntim per amagar el nostre masclisme”. Sergio Muñoz (2020)

Els jocs en línia són espai no només d'amplificació del discurs de la masculinitat hegemònica sinó també espai de construcció d'aquesta masculinitat, amb una gran capacitat d'incidència sobre joves i adolescents.

Diferents factors com l'evolució del propi mercat, la mirada des de la que s'han dissenyat tradicionalment els jocs, el fet de ser un espai durant molt de temps allunyat de la mirada educativa, etc. han construït els espais de gaming com entorns generadors i **refugis de la masculinitat hegemònica** on destaca:

- Es tracta d'un espai lliure dels discurs políticament correcte. Molts joves han trobat un canal d'expressió desinhibida de frustracions, creences, etc. i s'ha construït un llenguatge i un canal sense límits en aquest sentit, on el masclisme ha trobat un espai sense censures.
- El control del grup d'iguals. La sanció, penalització d'aquell que surt de la norma.
- L'hiperrealisme dels escenaris i personatges facilita cada vegada més els límits difusos entre realitat i virtualitat però alhora el joc des de l'anonimat i per tant la dissociació afectiva al respecte
- La fantasia de ser a través d'un personatge que representa l'ideal de la masculinitat patriarcal a través de la gestió de poder i sotmetiment.
- La construcció d'una sexualitat des de la gestió del poder i l'accés al cos de les dones.
- L'expressió de les violències a través del joc i de les interaccions dels jugadors/es amb la finalitat d'expulsar les dones d'aquest context i mantenir així aquest entorn “d'homes”.
- El factor de competitivitat on resulta clau demostrar als altres que ells són els millors en diversos escenaris. S'evidencia la necessitat de reafirmació d'aquesta masculinitat a través del domini, control i èxit del joc.
- Ha sigut (i encara és) un espai orfe a nivell d'acompanyament educatiu en la majoria de situacions. Professionals i famílies hem deixat durant molt temps aquest espai sense mirada educativa i acompanyament, amb nois exposats a jocs sense filtre i amb canals de socialització sense acompanyament.

Violències masclistes

Les violències que poden aparèixer dins de l'espai "propi" en els jocs en línia poden estructurar-se en violències entre el grup d'iguals nois i violències masclistes. Ambdues tenen en comú una interacció directa amb el model hegemònic de masculinitat socialment apresada.

Violències en els grups d'iguals

En l'àmbit digital hi ha una normalització (i no regularització) de certes conductes que en el format presencial serien impensables perquè no són acceptades socialment. Així, es donen moltes violències en el grup d'iguals en què hi ha una normalització de l'insult en l'entorn virtual i l'entorn dels videojocs. En molts casos també es donen violències en l'espai virtual, pot ser a través d'un joc, ja que és un espai de socialització entre els nois d'aquestes edats, cap a nois que potser no compleixen amb els estàndards de masculinitat, i s'utilitza l'espai virtual per violentar-los.

Aquestes exclusions que es donen, que també poden aparèixer a l'aula, en ser a l'espai virtual no es veuen i no estan controlades per cap adult i, per tant, són més difícils de regular.

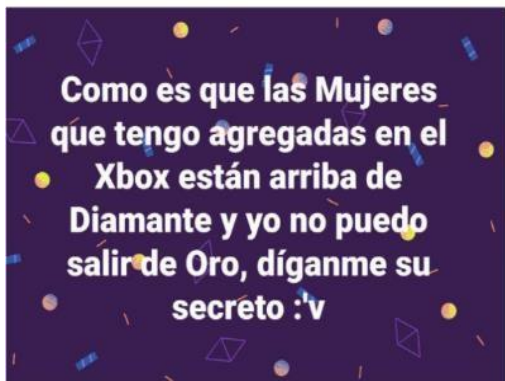
Violències masclistes

Algunes d'aquestes violències són generals de les pantalles (i es poden manifestar també en els videojocs perquè són un entorn relacional, a més d'entreteniment) però hi ha algunes específiques de videojocs, com la discriminació cap a les noies jugadores, que se les insulta i menysté pel fet de ser noies, l'expulsió de certs espais virtuals, etc.

Alguns exemples de masclismes en el xats dels videojocs



Overwatch
Latinoamerica
Ayer a las 21:32



48

Si acaso solo tengo u...

Son carreadas

3 h Me gusta Responder

xbox :v

3 h Me gusta Responder

Cristian Falcon Hacks :v

Lo mas posible es que las Carrean

3 h Me gusta Responder

Ver 2 respuestas anteriores

Omar Colín soy mujer...

Pues algunas si pero...

Seany Jiménez la verdad n...

O quizás arman team pq es mujer y cuando es un men ni encuentra

48

Carreadas tal vez?

3 h Me gusta Responder

Supports carreadas bueno. Solo si son mercy

3 h Me gusta Responder

mains mercy okno, tal vez trabajan mejor con su equipo

3 h Me gusta Responder

deciles que te carreen

3 h Editado Me gusta Responder

Porque usan mercy y las carrean... (A la mayoría)

3 h Me gusta Responder

Overwatch
20 h

¡Bienvenidos a Paris!

Atomika está por comenzar su transmisión. ¡No te lo pierdas!

STREAMER DESTACADA
ATOMIKA

EN VIVO
WWW.TWITCH.TV/ATOMIKA13

122 39 comentarios 6 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Todos los comentarios

Escribe un comentario...

Usando a féminas, de manera que aprovecha la inmadurez y urgencia sexual de la mayor parte de sus jugadores para reunir vistas en sus streams y alguna que otra donación, es usted diabólico tío Overwatch.

Me gusta Responder - 20 h

5 respuestas

Y esa quien es ??

Me gusta Responder - 20 h

7 respuestas

A esa tía le rompí el ortopedico en cuatro ocasiones, no se cuál es el "talento" de la streamer esa, ya que repito, yo sin tanta fama la apabullé cuatro veces. Presiento que esto es solamente mercadeo para los niños ratas con necesidades

Pero no está online

Me gusta Responder - 20 h

1 respuesta

Déjame adivinar la streamer es bisexual o lesbiana?

Me gusta Responder - 20 h

streamer destacada o manca destacada caliente virgos?

Me gusta Responder - 8 h

Otra vez ño

Me gusta Responder - 20 h

Me lo pierdo sin falta

Me gusta Responder - 9 h

Y esta lesbiana quién es? Solo en su casa la conocen

Me gusta Responder - 19 h

Ufff hail patriarcado

Me gusta Responder - 20 h

Otra que no conoce sino la familia...

Me gusta Responder - 6 h

Esa chava yo la conozco, es main bastion y eso no me gusta.

Me gusta Responder - 15 h

Linx de fortnite

4. L'anàlisi dels personatges dels jocs en línia

Entenem que una bona estratègia educativa per incidir i procurar disminuir l'impacte dels aprenentatges de les masculinitats hegemòniques a través del joc en línia és l'anàlisi crític dels personatges que apareixen representats en ells i les trames que els acompanyen. Així destaquem alguns aspectes que solen repetir-se en la majoria de personatges dels videojocs més consumits i sobre els que és clau incidir en aquest anàlisi amb joves:

El mite de "l'home de veritat"

El veritable home es pot representar a partir de les definicions essencials establertes per Kimmel (1997) i que ja hem apuntat amb anterioritat: ser home significa no ser dona (que es tradueix com a no ser feble); ser home vol dir no ser un nen (és a dir, no tenir por); i ser home vol dir no ser homosexual (no ser efeminat). De manera similar, Vela (2018) planteja que la idealització del que és un home de debò es reflecteix en diferents aspectes culturals que, d'una manera o d'una altra, evidencien o manifesten algun d'aquests tres vessants.

Als videojocs s'atorga la categoria d'universal a una idea deformada sobre allò masculí, que comprèn trets com el poder, la força, el coratge, el control, l'honor, la revenja, els reptes, les aventures i l'orgull. Les pràctiques i els patrons de conducta que repliquen aquests atributs són fàcils d'identificar en diferents moments, fins i tot com a característiques representatives d'alguns dels personatges.

Així, el mite de "l'home de veritat" simbolitza l'ideal de masculinitat que, en aquest cas, es té a occident: un home blanc, de mitjana edat, heterosexual, dotat de qualitats físiques imperants, fort, racional, insensible, sarcàstic, sense pors ni dubtes, sempre disposat al combat i a l'enfrontament, que a més de ser aguerit i violent, és protector. Cal incloure aquí que aquests personatges es mostren com els bons, ja que s'insereix en aquesta ambivalència occidental del bé i del mal.

La representació (absència) de les emocions

Sota els criteris hegemònics de que la sensibilitat en els homes és sinònim de debilitat, els personatges es presenten sota l'eix del poder i la no-debilitat.

La idea socialment acceptada que els homes són més racionals i, per tant, menys emocionals, obliga els homes a demostrar un caràcter controlat i fred, on se'ls obliga a guardar les emocions (deixar-les sortir el mínim possible). Al videojoc, la sensibilitat dels personatges es troba limitada.

Durant el joc el personatge no mostra dolor ni tristesa davant la violència, les morts dels seus col·legues, però pot viure algun pic d'expressió emocional davant alguna pèrdua dissenyat estratègicament per donar força a la trama.

Expressar sentiments d'amor per una altra persona suposa també una situació de vulnerabilitat i davant de l'amor sexo-afectiu s'ha de dosificar els sentiments i expressar-los des de la dominació i protecció.

El valor de l'èxit

El mandat de l'home protector i proveïdor es veu també representada a través dels personatges. El treball pot simbolitzar l'èxit o el fracàs des de la mirada de la masculinitat hegemònica. Ser el sostenidor de la família, tenir la possibilitat de creixement en una escala laboral o la possibilitat d'independència econòmica són factors fonamentals per a la definició tradicional de l'home. Per això cal estar en constant competència per demostrar que s'ho és i els personatges dels videojocs no escapen d'aquest perfil. Mostren èxit, progrés i justifiquen la

seva violència en nombroses ocasions com a mode de protegir aquells/es que ho necessiten o per assegurar la forma de vida anhelada (en pro d'un bé major).

El reforç de comportaments violents

Com ja s'ha comentat, el comportament violent és part essencial de la masculinitat hegemònica, ja que a través d'aquest es demostra valentia i una certa superioritat. En aquest sentit, dins aquesta concepció hegemònica s'espera que els homes actuïn amb violència en certs escenaris, i si no ho fan perden punts en el seu rang de masculinitat (i del joc). Apareix el model de personatge "guerrer".

Els personatges exerceixen violència explícita (és necessària en moltes ocasions per obtenir premis, en d'altres aquesta és la trama del videojoc) però també violència simbòlica a través de les relacions de poder desigual a partir de la dominació masculina que marca el joc. Aquest tipus de violència és invisible i es reproduïx a través del discurs, assentant les bases per a la configuració de relacions de dominació en una societat determinada (o joc concret).

És important aclarir aquí però que no tots els continguts d'aquest gènere són violents.

La comunicació i el llenguatge

En el llenguatge tradicional s'utilitzen termes en masculí sense cap mena de consideració a la intenció inclusiva del llenguatge. Històricament, la feminització del llenguatge s'ha utilitzat com a ofensa, en particular per agraviar homes heterosexuals, ja que es té una consideració inferior del femení i, per tant, de les paraules pròpies per referir-se a aquest gènere.

Els personatges utilitzen un llenguatge no inclusiu i fins ofensiu contra les dones, present en frases com: "què passa, gosses?", "ja no plorin, senyoretes", "no pots callar aquesta guineu?". I es refereixen en femení cap a altres personatges masculins quan volen utilitzar-ho com a ofensa.

Tot i així costa identificar aquests biaixos perquè està molt interioritzat i normalitzat entre els propis jugadors/es, que utilitzen en nombroses ocasions llenguatge violent a través dels xats.

La importància del físic

El cos juga un paper fonamental en la construcció de la masculinitat, ja que és un factor previ al voltant del que es generen, i després es naturalitzen, les diferències.

Les qualitats físiques que posseeix els personatges els permeten demostrar el seu poder, exercir domini i els capaciten per suportar dolors. Es tracta d'una corporalitat hipermasculinitzada, anhelada per molts dels jugadors. I es presenta com l'ideal de cos al que molt pocs hi tenen accés.

La representació de la diversitat

Tot i que en alguns dels videojocs populars es pot presentar un ventall d'ètnies diferents en els personatges els protagonistes continuen sent blancs. Quan apareixen personatges diversos pel que fa al color de pell o trets físics solen estar plegats d'estereotips. Per altra banda de forma subtil apareix la superioritat dels personatges blancs: trets com la intel·ligent, habilitat amb les paraules i de caràcter seductor per exemple solen estar vinculats exclusivament a homes blancs.

Pel que fa a altres diversitats que puguin acompanyar els personatges (orientació sexual, diversitat funcional, etc.) aquestes no es troben representades.

A continuació es destaquen alguns dels jocs (i els seus personatges) més citats en enquestes i grups focals a

joves al municipi de Santa Coloma de Gramenet i que estan posicionats com dels més consumits entre la població jove del nostre país. En ells es segueixen la majoria de patrons descrits a l'inici d'aquest apartat:

GTA, Gran Theft Auto

Consisteix en una combinació d'acció, aventura, conducció i mode de rol ocasional, amb elements d'espionatge i carreres, i que ha generat controvèrsia per la seva naturalesa adulta i per la violència extrema. En el GTA la premissa és que no hi ha límits, i per tant, hi ha *absoluta llibertat* de realitzar qualsevol acció, però aquesta llibertat està en cursiva perquè al final és una llibertat condicionada per aquests mandats de gènere.



Què es fa dins d'aquest joc amb impunitat? Matar, violar o anar a “caçar”⁴ treballadores sexuals amb les qui tenir relacions i maltractar si cal. De fet, per moltes d'aquestes accions, se't premia a través del joc, sent una metàfora perfecte d'aquesta promesa d'accés als privilegis si representes la masculinitat hegemònica, que es dona en la societat patriarcal. És un joc que reforça les conductes violentes, la tendència al risc (a través de la conducció temerària), la disposició de cotxes i tot tipus de luxes, l'accés a tot tipus de dones (òbviament, sexualitzades), i la violència com a forma de resolució dels conflictes.



La majoria de personatges representen la masculinitat del “Chico de la calle”, en un entorn urbà, en el qual molts joves i adolescents es poden sentir identificats, des de la lògica híper-realista del joc, i en un entorn real.

Call of Duty. Infinity War

Presenta un joc d'última generació d'infart. Lluita al costat dels teus amics en una experiència realment envolupant amb un so, una il·luminació i uns gràfics increïblement realistes que produeixen el Call of Duty més avançat de la història.

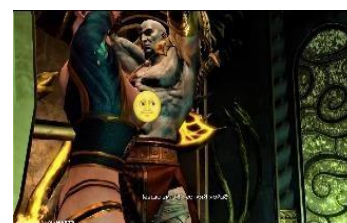


El joc de Call of Duty reforça totes aquestes construccions des de la lògica de premiar la violència, especialment si aquesta és exercida per part dels homes, ja que en aquest joc s'omet les dones com a possibles soldats i només apareixen com a futures víctimes, reforçant aquest imaginari de “dona-víctima”, “home-violentador”.



God of war

Es basa en les aventures d'un semideu espartà, Kratos, qui s'enfronta a diversos personatges de la mitologia grega i nòrdica, tant herois com (Hèracles, Teseu, Perseo, etc.) espècies mitològiques (gorgonas, harpies, o minotaures) déus grecs (Ares, Posidó, Zeus, entre altres), titanes (com Cronos) i déus primordials (com Gaia). Kratos és un personatge que performa aquesta masculinitat hegemònica: és un personatge fort, seriós, que no expressa els seus sentiments ni es mostra vulnerable en cap moment. La seva realització està enfocada en ell mateix, en el seu self, sense mostrar empatia cap a la resta. Representa i corporativitza tots aquests estereotips, rols i mandats de gènere associats a l'home, a més posant-lo en una posició etèria com és un semideu, allò qui tothom vol arribar a ser. De fet, en un primer moment del joc es pot triar la dificultat



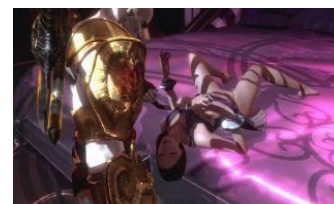
⁴ S'utilitza de forma literal el terme “caçar” dintre del joc quan es busquen dones que exerceixen la prostitució/treball sexual amb les que tenir relacions sexuals.

seleccionant la categoria “heroi”, “espartà” o “Déu”, marcant les dificultats en base a diferents estrats de masculinitat, fet que ja evidencia aquesta jerarquització.

Aprofundint una mica més en el personatge, al God of War III es presenta, a tall de pròleg, la història del personatge així com la trama del videojoc. A continuació, s’adjunta la cita ja que és molt il·lustrativa del què s’entén i representa la masculinitat hegemònica en el món dels videojocs:

“Antes de la era en la que tuvo lugar el ocaso de los dioses, una leyenda se alzó para reclamar su lugar entre ellos, y a pesar de que Kratos ascendió al trono como nuevo Dios de la Guerra, los recuerdos de su familia lo perturbaban. Una familia a la que él mismo asesinó, pero las manos de la muerte no pudieron con él. Las hermanas del destino no pudieron controlarlo y en este día, el hombre, la leyenda, Kratos, saboreará su venganza.” (Aloy, 2021: 50)

Aquí es pot veure aquesta idea de l’home, superhome, sol davant l’hostilitat, amb grans dosis de violència al llarg de tota la trama i amb aquest anhel de venjança i la idea de l’aventura, del viatge, sobrevolant en la descripció. És un personatge creat per i per a homes, tal com ja va indicar el primer director del videojoc, David Jaffe, en afirmar que el personatge de Kratos va ser creat per als homes, perquè els jugadors alliberessin la seva part oculta, aquella brutal, primitiva i de naturalesa impulsiva, fent referència a tots els mandats de gènere masculins ja descrits. A més, el nom del personatge “Kratos” pot ser traduït com a “poder” i representa aquesta idea de la personificació de la força masculina (Aloy, 2021). El personatge pateix una transformació a l’última edició del joc i passa a ser una persona en una edat de maduresa, ja no vinculada a la violència i implicada en la criança del seu fill. Es podria interpretar com un canvi de la masculinitat mostrada, però en realitat segueix construint i reforçant el mateix ideal, ja que en aquesta última edició es veu clarament la transmissió del poder i de les característiques considerades com a masculines de pare a fill, mostrant aquesta idea de qui és l’home, en plena fase de construcció de la seva masculinitat. El pare passa a ser la figura d’autoritat que incita la demostració d’heroisme i masculinitat per part del seu fill.



Assassin’s Creed

El personatge principal es mostra com el model de “tipus dur grec”. En el joc és descrit de la següent manera: “matón musculoso cuyo ídolo es Heracles. Su pasión secreta es la poesía, pero sus amigos no lo saben”. S’aporta un altre element important de la masculinitat hegemònica, que encara no s’havia mostrat en els altres personatges: allò que surt de la masculinitat hegemònica per part de l’home (llegir poesia com a passió) és amagat al seu grup d’iguals per evitar el judici social i seguir reforçant i mantenint l’ideal associat perquè ningú qüestionï la seva masculinitat.

Una menció especial tenen els jocs d’esports com el **FIFA 23**. Es tracta de jocs d’ample abast i de clara tendència masculinitzada. El futbol femení, tot i que representat en aquest, té moltes menys opcions i pràcticament hi és anecdòtic, limitant molt el joc si es vol fer amb seleccions de futbol femení.

5. Bones pràctiques i material educatiu d'interès

Propostes educatives

A través de la revisió bibliogràfica s'han identificat diverses propostes educatives citades com a bones pràctiques en varis estudis (veure apartat de bibliografia) que es recullen de forma resumida en els següents punts:

Per a professionals:

- Problematitzar les construccions i estereotips associats als personatges principals dels videojocs preferits dels joves i adolescents amb els quals treballen. Poder parlar amb ells sobre quins són els valors que se'ls associen, si aquests responen a la masculinitat, i si són valors desitjats per als joves.
- Anàlisi del tipus d'home que promouen els videojocs.
- Poder parlar sobre quins impactes acaben tenint aquests imaginaris i construccions en les realitats dels joves, en termes d'expectatives de la masculinitat i les conseqüències que d'aquí se'n deriven.

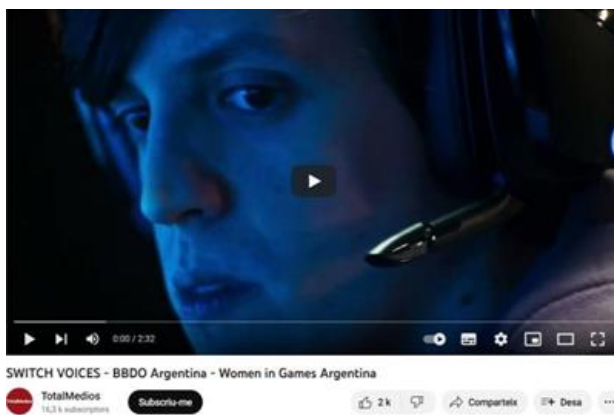
Per a famílies

- En un primer moment (per a la canalla), situar la pantalla en una zona comuna i de trànsit per fomentar la interacció entre familiars i joves que estiguin jugant als videojocs, és a dir, no fer dels videojocs una zona d'aïllament, i de no control familiar (no en un sentit punitiu).
- Integrar els videojocs dins l'oci familiar de forma esporàdica, o bé amb altres amics i amigues.
- Conèixer els amics i amigues virtuals dels nostres fills i filles, no negar l'esfera virtual o dels videojocs com una esfera de socialització real i legítima. Donar-li espai, per així també poder problematitzar-la, si s'escau.

Per a adolescents i joves

- No protegir-se en l'anonimat per fer assetjament o increpar a altres usuaris/es que són partícips al joc.
- El xat que sigui una eina per no jutjar, ser amistós, i després de la partida demanar un feedback amb tots els de l'equip per millorar i generar un vincle que ens faci aterrar a la realitat.
- Entendre i fer entendre a tot participant que molts jocs perpetuen un patriarcat salvatge i cal reforçar la mirada crítica per no normalitzar aquestes dinàmiques fora del joc.
- Rebutjar participar en clans, esquadrons, equips d'esports i organitzacions amb persones amb dinàmiques violentes, desprestigiant aquestes dinàmiques dins del joc.
- Construir regles de base amb els participants amb la finalitat de generar diàlegs respectuosos i que hi hagi màxima participació. Per exemple: respectar a uns altres quan em parlen, parlar de l'experiència personal en comptes de generalitzar, no fer atacs personals, etc.
- Si sorgeix un conflicte, recordar les regles de base i incentivar a altres participants a mediar la situació.

Material d'interès



https://www.youtube.com/watch?v=bgvuV9D-W_0



<https://feministfrequency.com/>



<https://thegoodgamer.es/a-quien-va-dirigido/>

BBDO Argentina i Women in Games Argentina van realitzar un experiment en el qual tres gamers professionals jugaven amb un modulador de veu femení, per tal de viure en primera persona les situacions en què es troben les dones cada vegada que juguen.

Es va observar que els jugadors baixaven notablement les seves estadístiques de joc un cop jugaven com a "dones", a més de rebre molts comentaris de caràcter sexista.

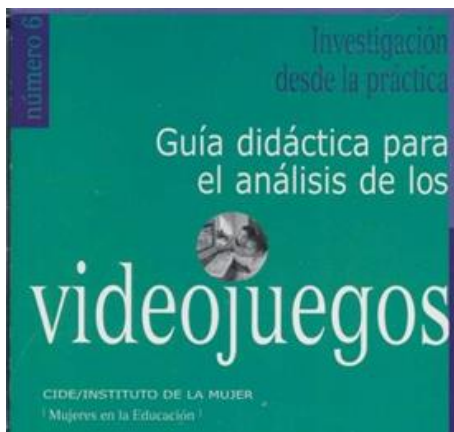
Els mateixos gamers, un cop acabada la partida, van declarar que era impossible jugar en aquestes condicions ja que al ser identificats com a dones la resta de jugadors no volien fer equip amb ells i no els donaven credibilitats quan proposaven estratègies durant el joc.

Feminist Frequency és una pàgina web destinada a generar continguts per fomentar el pensament crític dins el món dels videojocs. Tracta temes d'accessibilitat, inclusió de minories ètniques i la relació entre la masculinitat hegemònica i els videojocs, entre d'altres.

Des d'aquesta mateixa pàgina han obert una línia de suport per a persones que pateixen assetjament en l'àmbit virtual i, especialment, en l'àmbit dels jocs en línia.

En la fotografia incorporada es pot veure una entrevista en la que problematitzen la masculinitat tòxica des de l'entorn dels videojocs.

The Good Gamer és un projecte que reivindica els valors positius dels videojocs, i té com a objectiu fomentar l'ús responsable d'aquests. Elaboren materials per als diferents agents implicats, com les famílies, les persones professionals, el professorat, el col·lectiu de metges i les institucions. Juntament amb l'Associació Espanyola de Videojocs (AEVI) han creat un decàleg de bones pràctiques per als jugadors i jugadores de videojocs.



<https://sede.educacion.gob.es/publiventa/d/13092/19/1>

Des del Centre Internacional d'Educació (CIDE), es va elaborar una guia didàctica per a l'anàlisi dels videojocs, amb propostes d'activitats per treballar les diferents dimensions proposades: aprendre a mirar, comprendre i analitzar, interpretar i valorar, i per últim, transformar.

Aquesta guia es va elaborar el 2004 i, tot i que els videojocs i la part més interactiva ha quedat superat, les activitats segueixen sent molt interessants i acotades per tal de treballar el pensament crític al voltant dels videojocs.

6. Bibliografía

Aloy, Rita (2021). La visualidad de la masculinidad hegemónica del héroe clásico en los videojuegos. *Cronos ¿Estás?*

Asociación de Hombres por la Igualdad de Castilla La Mancha (2018). Masculinidades: (De)construyendo un nuevo marco en el entorno de Castilla La Mancha.

Montserrat Grañeras Pastrana (2005). Guía didáctica para el análisis de los videojuegos : investigación desde la práctica. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer, Consejería para la Igualdad y Bienestar Social.

Desarrollo Español de Videojuegos (2020). White paper on spanish vídeo game development. Executive Summary.

Desarrollo Español de Videojuegos (2022). #GameDevEs: Radiografía de profesionales del desarrollo español de videojuegos.

González-Maestre, María T. (2019) *Temas de actualidad en adicciones. ¿Qué caracteriza a los jugadores online y offline?* Universidad Miguel Hernández.

<https://cendocbogani.org/Archivos/Temas/que-caracteriza-a-los-jugadores-online-y-offline-2019.pdf>

Rodríguez, Mónica i García, Francisca María (2020). El uso de videojuegos en adolescentes. Un problema de Salud Pública. *Revista electrónica trimestral de Enfermería*, 62.