PROGRAMA UNIVERSITARIO DE ESTUDIOS DE GENERO" UNAM

Niñas y tecnología: Una relación conflictiva

Mercedes Charles C.

Hoy en día, las niñas tienen un gran reto: volverse usuarias capaces de interactuar fácilmente con las computadoras. Esta tecnología se ha transformado en una poderosa herramienta de trabajo y, quienes no sean capaces de dominarla, quedarán al margen del mercado de trabajo y de un mundo de posibilidades informativas y de intercambio comunicativo.

Por ello, hoy en día hay en todo el mundo grupos de mujeres que orientan sus esfuerzos a promover el acceso equitativo a la tecnología, lo cual es especialmente importante en los países en desarrollo, donde la brecha de género es aún más amplia.

Es de todos conocido que los juegos interactivos son una puerta de entrada para perder el miedo a la tecnología y familiarizarse con ella. Diversos estudios muestran que estos juegos tienen gran éxito entre la niñez y la juventud pero, por mucho, las mujeres se han quedado atrás en su uso con relación a su contraparte masculina. Se calcula que en Estados Unidos, la población gasta anualmente seis mil millones de dólares en la compra de videojuegos, pero los principales consumidores son hombres. Sega, una compañía productora de videojuegos, reporta que menos del 10 por ciento de sus usuarios son mujeres, y cifras similares manejan Nintendo, 3DO y Phillips CD games.

Estela Acosta en su artículo ¿La computadora es un juego de niñas? plantea que: "Hasta los 11 años aproximadamente, las niñas norteamericanas hacen uso de esta tecnología tanto o más que los varones. Es a partir de la pubertad que se constata una pérdida de interés por ellas, salvo para la realización de tareas escolares. ¿Por qué las niñas tienden a alejarse de las computadoras a medida que crecen? Algunos sostienen que la causa reside en las propias niñas, quienes prefieren otro tipo de actividades, más claramente sociales y de interacción con los demás, junto con un interés puramente funcional en las tecnologías en general".

Pero muchos investigadores sostienen que el principal problema radica en los propios programas tecnológicos ya que, su contenido y estructura están orientados primordialmente hacia el público masculino.

Esto no es nuevo. Desde sus inicios, la industria de los videojuegos se percató que sus productos atraían muy poco a las niñas, quienes potencialmente representan la mitad de su mercado; esto, a su vez, se traducía en la pérdida de jugosas ganancias. Por ello, los creadores de Pac Man, uno de los primeros juegos electrónicos, buscaron abarcar el segmento de las niñas creando a la Sra. Pac Man. Dos décadas después Nintendo agregó colores pastel a sus juegos, así como personajes femeninos para atraerlas, pero tampoco obtuvo grandes resultados.

El afán de descubrir por qué las niñas rechazan los videojuegos condujo a la elaboración de múltiples investigaciones, tanto por parte de la industria que los produce como de las mujeres interesadas en que las niñas

Daniel Correa

tuvieran un acercamiento más estrecho con la tecnología. Los objetivos de estos estudios varían, desde los plenamente comerciales que consideran a las niñas una oportunidad de negocio, hasta aquellos que buscan cerrar la brecha de género y asegurar que ellas no tendrán desventajas en el futuro por su incapacidad de manejar la computadora.

En ambos casos, la búsqueda se ha centrado en entender los intereses de las niñas y motivarlas a usar la tecnología. Para ello, los resultados de los estudios han servido. Entre sus hallazgos principales están:

- Existe una clara orientación masculina en los videojuegos ya que, sobre todos los más exitosos, están estructurados sobre la base de acciones y valores pertenecientes a la cultura masculina: violencia, combates y competencia.

- Un estudio encontró que 40 de los 47 videojuegos más importantes de Nintendo eran violentos, y que 92% de los que se exponen en locales de "maquinitas" no tenían personajes femeninos, del 8% que sí los tenían, 6% eran mujeres víctimas, sólo el 2% tenían un papel activo. Además, más de la mitad de los videojuegos más populares muestran a las mujeres con imágenes irreales, con una sexualidad provocativa y un comportamiento violento.

- Las niñas consideran la violencia de los videojuegos aburrida, irrelevante e irreal. Ellas parecen estar más interesadas en las relaciones sociales, las actividades cooperativas, las experiencias guiadas narrativamente, los desafíos que tengan más que ver con recompensas personales que con ganar a un contrincante. También prefieren los juegos donde puedan desplegar habilidad verbal, así como interacciones sociales complejas.

- Muchas niñas rechazan la repetición de muchos videojuegos, así como su simplicidad en la trama y en los personajes; a otras les disgusta el ritmo excesivamente rápido de los juegos, su rigidez y carencia de opciones. Además, a ellas les interesa menos ganar o perder, y no les importa mucho obtener puntajes altos.

- La mayoría de los videojuegos dirigidos especialmente a las niñas se caracterizan por ser cursis, rosas y reproductores de estereotipos. Hay unos que han tenido gran éxito como los que giran en torno a Barbie, o los que sus personajes provienen de la industria del cine, como la Sirenita o la Bella y la Bestia, pero no a todas las niñas les atraen.

Otras investigaciones[1] han revelado que las niñas quieren identificarse con los personajes o jugar el papel del personaje principal y se interesan en historias abiertas con medio ambientes flexibles y variables. Los temas realistas les atraen más que los de fantasía, porque les proveen personajes y situaciones con los cuales pueden identificarse. Por otra parte, ellas demuestran interés en lo relacional, social y familiar, así como en actividades no agresivas y en lograr sus metas y llegar a su destino. Ellas prefieren la cooperación sobre la competencia, les divierten los juegos de rol, de aventura, dibujar, escribir y resolver problemas, además de preferir juegos con alta calidad en las imágenes y en la música.

A través de lo anterior, podemos comprobar que los hombres y las mujeres nos acercamos a la tecnología en forma diferenciada. Sin embargo, los estudios aún no han podido delimitar cuáles de las diferencias tienen que ver con estructuras biológicas y cuáles con estructuras formadas en la interacción social, claramente diferenciada por género.

La psicólogia Cornelia Brunner[2], investigadora del Centro para niños y tecnología de la ciudad de Nueva York, plantea que "las mujeres hablan de usar la tecnología para crear, los hombres hablan sobre el poder que les brinda. Las mujeres buscan

Daniel Correa

flexibilidad, los hombres velocidad. Las mujeres hablan de usarla para compartir ideas, los hombres sobre la autonomía que les brinda".

Estas diferencias se refuerzan en Internet, en los programas de computadora y en los videojuegos, que están dirigidos principalmente a satisfacer los intereses tradicionales de los hombres.

Para contrarrestar lo anterior y aprovechar las oportunidades del mercado han surgido varias compañías creadas, dirigidas y administradas por mujeres. Una de ellas es Her Interactive.

Megan Gaiser, su presidenta y directora, plantea que se requieren más juegos que atraigan a las niñas ya que existe el mito de que a ellas no les atraen y que tienen fobia a las computadoras, pero la cuestión no es ésta sino que ellas son críticas de la cultura computacional actual. El objetivo de su compañía es ayudar a las mujeres a introducirse a la tecnología en una edad temprana.

"Cuando se trata de computadoras y videojuegos -explica Gaiser-, las mujeres fuertes que son protagonistas son escasas. Aun cuando los personajes femeninos son programados para tener cerebro y músculos, es más frecuente que sus dotes físicas y cursilería reflejen una industria menos preocupada en crear figuras femeninas significativas y más orientada a satisfacer e incrementar las fantasías masculinas."

Gaiser piensa que el mercado de las niñas representa una gran oportunidad para la industria de los videojuegos y puntualiza que las niñas valoran el desarrollo de los personajes, una historia rica, una comunicación constante y entornos detallados, y rechazan categóricamente la violencia y el sexo. Las niñas buscan contenidos interactivos y colaborativos en lugar de la violencia que domina el mercado. Quieren juegos que las reten, no versiones para niñas de juegos originalmente diseñados para niños.

Entre los pocos videojuegos dirigidos a las niñas que presentan ejemplos de roles positivos, está la serie de Nancy Drew, de la compañía de Gaiser, quien afirma: "Nosotros no usamos estereotipos de género para atraerlas, sino que nos basamos en la atracción que tiene una buena aventura de misterio y en la valentía de una buena heroína".

Los videojuegos de Nancy Drew, una detective adolescente, brindan una imagen positiva de las mujeres, están dirigidos a chicas adolescentes y se basan en historias en las que hay que explorar y resolver un misterio siguiendo intrincadas pistas. El personaje, que proviene de la literatura de las primeras décadas del siglo pasado, se ve envuelto en misterios que tienen como escenario una mansión encantada de San Francisco, un viejo castillo que esconde un tesoro real, una escuela de un pueblo de Florida donde se comete un crimen, un viejo teatro donde se lleva a cabo el secuestro de una amiga...

Her Interactive, tiene como lema: Para niñas que no tienen miedo al ratón. Fue creada en 1995 con el fin de crear entretenimiento interactivo inteligente para niñas, ofreciéndoles juegos donde tienen que resolver un misterio, mediante aventuras sin violencia ni estereotipos de género. En su misión se establece que su objetivo es abrir a las niñas las puertas de la tecnología haciendo a las computadoras más atractivas para ellas. Los resultados han sido muy alentadores. A las niñas les encanta la serie de Nancy Drew, demostrando que sí les interesan los videojuegos, siempre y cuando les ofrezcan lo que ellas realmente quieren.

1 "Girls and video games," Issue Brief Series. (1999). Studio City, CA: Mediascope Press.

2 Citada en Rabasca, Lisa. "Los juegos de computadora refuerzan la brecha de género".

Daniel Correa