

Heroïnes de gènere

Text **GINA TOST i XAVIER VIDAL**

Per desgràcia no crec que les coses hagin canviat gaire per a les dones en les últimes dècades en el sector de la tecnologia. No sé el nombre exacte, però no em sembla que hi hagi més dones en el sector tecnològic avui en dia que fa vint anys". Aquesta afirmació tan rotunda la fa una de les dones més importants de la història de la tecnologia, Radia Perlman, considerada com la *mare d'internet*. Perlman, que el 1988 va crear un protocol que va permetre desenvolupar la xarxa, és avui directiva de l'empresa Intel als Estats Units i té una perspectiva de més de tres dècades sobre la poca presència femenina en la indústria de la tecnologia i dels videojocs.

No deixa de ser paradoxal, perquè les pioneres de la prehistòria informàtica van ser dones. La matemàtica Ada Lovelace està considerada la primera programadora. A mitjans del segle XIX va descriure la màquina analítica del matemàtic Charles Babbage, les catacumbes de la informàtica, i el llenguatge de símbols per programar-la. A més, la que està considerada com la primera

computadora per a usos generals de la història, l'ENIAC, que pesava 27 tones, va funcionar gràcies a la programació feta exclusivament per sis dones que van ser injustament ignorades en favor dels enginyers que van construir físicament l'ordinador.

La masculinització del món dels videojocs i la tecnologia no s'ha produït només en els processos de creació i producció, sinó també pel que fa als perso-

PARADOXA

Les dones són poc presents en el sector de la tecnologia, tot i que van ser pioneres en la prehistòria de la informàtica

natges icònics que han representat la indústria per al gran públic: Shigeru Miyamoto, Nolan Bushnell i Aleksei Pàjitnov en videojocs, i Bill Gates, Steve Jobs i Mark Zuckerberg en la informàtica i internet en són només alguns exemples.

Els especialistes insisteixen que l'aportació femenina al sector encara és avui insuficient. En un estudi que va publicar fa uns mesos la Fundación Telefó-

nica, una de les dones directives pioneres i experta en el sector TIC a Espanya, Ana Maria Llopis, afirmava que "la bretxa digital de gènere, l'escassa representació en ciència i enginyeria, i el fet que en les TIC hi hagi menys emprenedoria femenina no ha millorat, sinó que ha empitjorat a Europa en els últims anys".

Moltes empreses fan esforços per canviar aquesta realitat. "Tot i que la nostra presència en aquests àmbits ha

Si la dona té massa poca presència en la indústria que produeix, a l'altra cara de la moneda, en el món de la ficció que genera aquesta indústria, el tractament que es fa de la figura de la dona també suscita polèmica i protestes enèrgiques. Una prova recent d'això és la campanya de micromecenatge *Trops vs women in videogames*, que la prestigiosa bloguera californiana Anita Sarkeesian va engegar fa uns mesos per crear una web on denunciar els estereotips de gènere en els arguments dels videojocs. Sarkeesian va patir durant mesos un assetjament continuat per internet, amb insults i vexacions, i la campanya va generar discussions molt enceses als fòrums de jugadors entre els defensors que els videojocs es mantinguin al marge de lluites sexistes i els que creuen que aquest món de ficció no pot ser un refugi per a estereotips masculistes. El blog *Fat, ugly and slutty* [Grassa, lletja i meuca] recull els comentaris sexistes i els assetjaments que pateixen les jugadores als videojocs en línia.

MONTSERRAT GATELL, presidenta de l'ICD

Alerta sobre el potencial dels videojocs per perpetuar estereotips sexistes. Però defensa que, amb un ús responsable, “poden contribuir al desenvolupament de les persones”.



EVA GOU, experta en videojocs i polítiques de gènere

Adverteix de les dificultats per resoldre un cul-de-sac: els dissenys masculins dels videojocs no atreuen les dones i això perpetua la seva poca presència en la indústria.



OLGA ROBLES, jugadora experta

En 18 anys de jocs ha constatat que els videojocs nord-americans obliden la dona o li donen un paper decoratiu, mentre que en els japonesos no tenen una personalitat amb què identificar-se.



KELLEE SANTIAGO, pionera creadora de videojocs

La cofundadora de The Game Company convida a no reduir el debat a termes de gènere i fixar-se en les influències culturals, “que són sistèmiques i resulten claus”.



Més del 40% de les participants en aquest tipus de partides denuncien que han estat víctimes de tractaments vexatoris pel fet de ser dones. I les empreses que fabriquen i venen les plataformes de joc, com ara Microsoft, Sony o Sega, no volen entrar en aquesta guerra. És significatiu el que li va passar a l'actriu nord-americana Aisha Tyler (*CSI*, *Friends*) quan va aparèixer a l'últim E3, el congrés de videojocs més important del món, per presentar les novetats del sector. Les crítiques li van caure de tot arreu perquè molts *gamers* pensaven que una dona famosa i guapa no podia ser una jugadora prou acreditada.

La importància del debat només es pot valorar si es pren consciència de la impressionant penetració del sector del videojoc en la societat: l'any passat es van gastar a tot l'Estat 822 milions d'euros en tretze milions d'unitats. Un de cada tres espanyols d'entre 16 i 64 anys va adquirir el 2012 algun videojoc, segons aDeSe, la patronal del sector.

La capacitat de transmetre valors i estereotips, doncs, és molt gran. Per Montserrat Gatell, presidenta de l'Institut Català de les Dones, els videojocs són “una eina més que pot contribuir al desenvolupament de les persones sempre que se'n faci un ús responsable”. Ara bé, s'ha d'anar amb compte perquè “el sexisme és present en els videojocs sempre que transmetin una determinada concepció del món i unes pautes de comportament i generin imatges estereotipades de la feminitat i la masculinitat”, afegeix.

Olga Robles, una jugadora experta de 31 anys que en fa 18 que juga, considera que la figura de la dona en els títols nord-americans “sol ser inexistent o per fer bonic”. I en els jocs japonesos, en general, “no tenen una personalitat amb la qual una dona pugui sentir-se identificada, més encara partint d'una societat clarament masculista com la del Japó”. Per Kellee Santiago, una de les dones pioneres i més destacades en la creació de videojocs, cofundadora de TheGameCompany (autora de jocs de concepció

MALTRACTAMENTS

Més del 40% de les jugadores de partides de videojocs en línia denuncien que són víctimes de vexacions pel fet de ser dones

revolucionària com ara *Cloud*, *Flower* o *Journey*), no és tant una qüestió de gènere com de personalitat i d'entorn, perquè si centrem la discussió en el binomi home-dona podem “perdre de vista les influències culturals, que són sistèmiques i resulten claus en el món del desenvolupament de videojocs”.

És cert, però, que l'imaginari i el paper de les dones en els videojocs ha anat evolucionant lentament, mirant d'aconseguir progressivament més personalitat pròpia. Els personatges femenins han passat per diversos estadis: damiselles que han de ser rescatades, ajudants dels herois, heroïnes lluitadores amb trets molt masculins, protagonistes que necessiten un home per completar les seves habilitats o els seus objectius i, finalment, dones autònomes, amb característiques clarament femenines, intel·ligents, amb iniciativa i totalment independents dels homes. Més enllà de

la naturalesa i el rol dels personatges, alguns trets fisiològics evidencien que han estat pensats i creats per homes i per als homes. L'exemple més clar són les formes rodones hipersexualitzades o la manera de gemegar fins i tot en plena lluita.

Eva Gou, especialista en videojocs i polítiques de gènere, ha estudiat els crits i els gemecs de les dones a les consoles a *Anàlisi i valoració dels estereotips sexistes en els videojocs*: “Mentre els personatges masculins criden, quan ho fan, els

femenins gemegen [és representatiu el cas de Lara Croft] o xisclen de manera insistent”, afirma. La preocupació per crear dones d'aparença molt sexual arriba a convertir-se en una prioritat en jocs com *Dead or alive 5*. El seu creador, Yosuke Hayashi, va reconèixer fa poc a l'última edició del Gamescom que havien fet un gran esforç tècnic per assolir un realisme total en els moviments dels pits de les dones en l'acció. Per Kellee Santiago, la discriminació és especialment clara en els personatges secundaris, que “sovint representen el racisme o el sexisme més galopant”, un fet que es produeix perquè se'ls dedica “menys temps

i energia en el procés de preproducció. A més, els directors dels jocs no senten que facin res malament o que s'hagin de justificar, perquè sempre s'ha fet així”. El biaix masculí dels videojocs arriba a la màxima expressió en els títols d'acció, que són els més populars.

El problema és que el món dels videojocs no s'escapa de la realitat que l'envolta. “Sovint les dones estan representades com a objectes sexuals pels mitjans de comunicació i la nostra indústria no és una excepció”, afirma Maria Teresa Cordon, directora general a Barcelona de la multinacional francesa de videojocs Ubisoft. “Però també hi ha molts tòpics en relació amb el gènere masculí. No crec que cap dels gèneres estigui exempt dels clixés”. Sembla que les jugadores joves no se senten tan incòmodes amb els jocs més masculinitzats, però la maduresa canvia la perspectiva. “He gaudit de la fantasia de ser un *marine* de l'espai sobremusculat o un pinxo de carrer, però a mesura que m'he anat fent gran m'he anat cansant d'aquest tipus d'arguments, que ja no m'atrapen. Potser no és pel fet de ser dona, sinó perquè he madurat i m'he fet més profunda”, reflexiona Kellee Santiago.

Si qualitativament hi ha pocs dubtes de l'exagerada perspectiva masculina, quantitativament encara n'hi ha menys. Entre els deu títols més venuts al mes de març a Espanya, sis tenen protagonistes

HIPERSEXUALS

Les corbes i els gemecs dels personatges femenins evidencien que han estat creats per i per a homes



masculins (*God of wars: ascension* i l'edició especial del mateix joc, *Gears of war-Judgment*; *Call of Duty: Black Ops II*; *Luigi*, i *Naruto Shippuden: Ultimat Ninja Storm 3*), un és d'equips masculins (*Fifa 13*) i només tres estan protagonitzats per dones (*Starcraft II: Heart of the Swarm* i *Tomb Raider*, en dues plataformes, Xbox i PS3). També hi ha excepcions, com la Faith, la protagonista de *Mirror's edge*, i la Jade, de *Beyond good and evil*. Totes dues són models de dona forta i independent que no imita els homes sinó que *salva* el món sense recórrer als estereotips masculins.

En la pràctica, tanta testosterona resulta contradictòria amb el fet que les dones juguin gairebé tant com els homes: el percentatge de jugadores va del 41% al 47% en funció dels estudis que es consultin. La irrupció dels mòbils i les tauletes en la nostra vida quotidiana encara pot aportar més presència femenina. Per Maria Teresa Cordón, “gràcies als dispositius mòbils, cada vegada més dones s'interessen pels videojocs”. La dada de dones *gamers* contrasta amb l'aportació que tenen dins de la indústria. Entre els treballadors de la indústria del videojoc a Catalunya, el 86% són homes i només un 14%, dones, segons les dades més recents de l'Idescat. La conclusió que se'n pot desprendre és que les dones jugadores s'han hagut d'adaptar a les produccions fetes pels homes. La qüestió és si els homes han dissenyat els videojocs pensant també en les dones jugadores. Eva Gou defineix la situació del sector així: “El disseny dels videojocs és un món eminent-

ment masculí, amb poca presència femenina. És un peix que es mossega la cua: si la iniciació als ordinadors té lloc principalment a través dels videojocs i els videojocs no són atractius per a les nenes i les noies, a la llarga això fa que hi hagi poques dones en aquesta indústria i que els continguts canviïn poc”.

Segurament, un paper més actiu de les dones en les empreses tecnològiques podria començar a canviar la visió majoritàriament androcèntrica dels videojocs. Però no és fàcil entrar en un club tan selecte, tot i que ni Rosa García (Siemens) ni Maria Teresa Cordón (Ubisoft) diuen que s'hagin sentit perjudicades per una qüestió de gènere. García prefereix pensar que l'han triada pels “coneixements abans que pel fet de ser dona” i Cordón no creu que hi hagi influït, “ni en negatiu ni en positiu”. “Si no hi ha més dones és perquè no és el sector que més les atreu. La tecnologia ens atreu molt, però ens costa més interessar-nos per com es fan les coses. Jo ho compararia amb els automòbils: ens agrada conduir, però no ens interessa tant com es fabriquen els cotxes”, afirma.

Radia Perlman, la *mare d'internet*, creu que un dels principals problemes del sector “és que els directors de recursos humans de vegades tenen una idea preconcebuda del que és un veritable enginyer” i per molts d'ells les dones no figuren en aquest grup. I afegeix que en les empreses tecnològiques sol haver-hi un tipus de líder *pinxo* que normalment és un home i que s'imposa a les dones i a altres homes més dèbils, i que s'atribueix tots els mèrits i les idees brillants: “El

més difícil per a mi és veure que algunes de les persones més destacades d'aquest sector no són tècnicament tan brillants com sembla, no són més que *trepes*. Diuen coses incomprensibles i la gent simplement ho accepta només pel fet de ser qui són. No arriben a ser rellevants perquè facin coses tècnicament molt bones, sinó perquè són molt polítics i no des-cansen ni un sol moment de fer-se autopromoció”. El resultat és que moltes dones acaben abandonant el sector.

Si tenim en compte que la majoria dels títols més venuts aquí estan creats als EUA, la situació de les dones en la indústria dels videojocs en aquell país marca molt el que acabarem consumint. Les xifres de l'enquesta anual de la revista especialitzada *Game Developers* són ben clares: les dones són només el 16% dels artistes i animadors als EUA i cobren un 29% menys que els homes. En l'àrea del disseny, representen tan sols un 23% del total i cobren un 23,6% menys.

Malgrat el poder dels videojocs de formar i crear models de comportament, en el fons, les representacions de ficció no són més que el reflex de la societat. “Afortunadament –diu Radia Perlman–, avui dia les coses han canviat dràsticament als mitjans de comunicació, fins i tot als llibres infantils: si un home va a rescatar una princesa, el més probable és que ella ja se n'hagi sortit sola”. Tot i això, queda molt camí per recórrer. Com afegeix Eva Gou parlant de videojocs, caldria preguntar-se el següent: “Si la societat no és respectuosa amb les dones, ¿podem exigir a la indústria dels videojocs que ho sigui?”

Tipologies d'heroïna als videojocs

1 Princesa Peach (*Super Mario*, diverses edicions).

La dama que l'heroi ha de rescatar



El Mario ha recorregut el món buscant la seva princesa per molts castells, però el Browser sempre la té amagada en un altre lloc. No és que porti malament les

coordenades del GPS, és que la Princesa Peach és un ésser passiu, vestit de rosa i no gaire intel·ligent. Com pot ser que l'hagin de salvar tantes vegades i no mogui ni un dit per ajudar el seu salvador? El Mario pot ser un *pagafantes*, però ella és una bleda assolellada. És l'estereotip més clar de dona dependent d'un heroi que la rescata.

2 Zelda (de *The legend of Zelda*). L'evolució de la dependència a la cooperació

La Zelda no és el ninotet verd controlable del joc amb el mateix nom, sinó la seva princesa, la posseïdora de la Triforça de la Saviesa. És l'evolució més lògica i un referent per a les dones jugadores que ja en tenien prou del seu paper de damisella en perill. Tot i haver guanyat força i autonomia, encara és un personatge femení que ajuda el protagonista masculí, el Link. Qui li havia de dir a la princesa que les faldilles són tan còmodes per clavar coces a tort i a dret?



Si la tecnologia hagués estat més femenina...

És un exercici d'història-ficció sense valor científic, però resulta engrescador imaginar com hauria estat la tecnologia si en comptes de ser un món majoritàriament masculí, hi hagués hagut més presència femenina des dels inicis. Potser només podem formular les preguntes perquè les respostes han de ser necessàriament subjectives i, possiblement, fins i tot, extravagants.

Amb aquestes prevencions, en comptes d'una poma mossegada, ¿hauria estat una margarida sense

un pètal el símbol del sistema Mac? I Windows, ¿hauria tingut com a logo una suggeridora porta cap al nou món informàtic en comptes d'unes rònegues finestres que

Opineu a la web de l'ARA



s'assemblen a una teulada? ¿I, per demanar-li alguna cosa al sistema, no li hauríem fet una educada *petició* i no una *ordre*, tan militar? ¿I el fonament

sobre el qual es construeixen la resta de programes que fem servir, no s'hauria dit senzillament *base* en comptes de *sistema operatiu*? ¿I en lloc d'un tecnicisme tan impersonal com *internet*, no hauríem usat el més poètic i evocador *virtualitat*? ¿I l'emblema de Facebook, en comptes d'una literal i previsible *F* dins d'un quadrat, no hauria estat un gran grup de persones xerrant?

No ho sabrem mai, però si us ve de gust especular una mica, podeu deixar les vostres opcions a la web.



3 Chun Li (*Street fighter*). La innocència amb comes masculines

Chun Li és la dona amb les cuixes més poderoses de l'univers dels videojocs, amb una musculatura tan exagerada que resulta clarament masculina. *Street fighter* va ser un referent de màquines recreatives que va ser traslladat amb èxit a les consoles de casa. Un dels trets més remarcables del personatge són els crits de nena petita quan guanya un combat, que donen un punt infantil a la figura de dona jove, forta i autosuficient. Una altra de les seves característiques fonamentals és la innocència, remarcada pel significat del seu nom, *primavera*.

4 Elisabeth (*Bioshock infinite*). Romàntica, culta i moderna, però que necessitarà ser salvada

La protagonista de la tercera entrega de *Bioshock* acaba d'aterrar i ja ha enamorat mig món. És una dona que ha tingut una infància solitària, envoltada de llibres -que donen al personatge una gran cultura i intel·ligència-. Tot i la seva fortalesa, es tracta d'una tipologia de dona que necessita ser salvada i portada fins a un lloc segur.



5 Samus Aran (*Metroid*). La guerrera que es disfressava de guerrer



Com en les millors pel·lícules d'aventures, el rostre de Samus Aran estava camuflat sota l'aparença masculina i només si acabaves el joc arribaves a descobrir la seva veritable identitat i a saber que en realitat era una dona. Va ser un dels primers personatges principals femenins del món dels videojocs, ja que va ser creada l'any 1986. Ja no era una princesa a la recerca d'un salvador, sinó una lluitadora que s'havia d'assemblar a un guerrer per poder competir en el món dels homes sense esperar que un mascle fes la feina per ella.

6 Lara Croft (*Lara Croft*). Rica, intrèpida i independent

Quan va aparèixer al mercat l'any 1996 va sorprendre, més que pel seu argument, pels seus pits desproporcionats. El dissenyador Toby Gard va ajustar el pit de la model accidentalment al 150%, però



quan ho va voler corregir la resta de l'equip va encoratjar-lo perquè en conservés la voluptuositat, i així va ser presentada en societat. En l'última entrega de la nissaga, Lara Croft té unes formes més naturals, vesteix amb més roba i, tot i que és l'única de les dones de l'expedició que marca formes, també és el membre del grup d'exploració més fort, més valent i més intel·ligent.

7 Bayonetta (*Bayonetta*). Acció i humor més enllà dels herois

La bruixa Bayonetta és més sexi que intel·ligent, molt pròpia de la ment d'un dissenyador japonès, Hideki Kamiya, l'autor també de *Devil May Cry* i *Okami*. Tots tres formen una mena de tríada de cultura japonesa. Els trets moderns i independents del personatge segurament tenen a veure



amb el fet que la conceptualització la va fer una dona, Mari Shimakazi, que va trigar tot un any a definir la personalitat final de l'heroïna. Ni la mateixa Bayonetta es pren seriosament el seu paper. L'humor és omnipresent en l'acció, amb detalls com portar dues pistoles als talons de les sabates d'agulla.

8 Faith Connors (*Mirror's edge*). El prototip d'heroïna autosuficient

La comunicació en un règim dictatorial sempre és complicada i restringida, però la Faith transporta missatges clandestins fent *parkour* (una disciplina consistent a desplaçar-se pel medi urbà superant de manera eficient els obstacles, com ara murs, parets, tanques...). És una dona atlètica, educada en els valors contestataris, amb personalitat pròpia i alliberada de qualsevol estigma de



dependència o semblança masculina. La seva biografia està allunyada dels estereotips sexistes: als 16 anys marxa de casa per viure pel seu compte al carrer, i hi sobreviu gràcies als seus propis recursos, fins i tot robant si cal. No li cal mostrar cuixa per passar missatges de cap a cap de la ciutat.

9 Jade (*Beyond good and evil*). Fora i allunyada d'arquetips

El cineasta Peter Jackson es va enamorar d'aquesta dona que, armada amb una càmera de fotografiar, s'havia proposat descobrir què s'amagava darrere del control dictatorial de Hillys fent d'espia per a una organització clandestina. La Jade és una heroïna intrèpida, que no necessita cap príncep ni salvador per aconseguir alliberar el seu poble i els seus amics. És la dona ideal, moderna, independent, amb personalitat pròpia i armes pròpies que no recorden ni remetent a l'univers masculí. L'única particularitat és que el seu oncle és un porc gegant que parla. Però això no seria ni masculí ni femení...

