

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche**  
**Titulación de Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado**  
**Curso Académico 2023-2024**



***Mujeres y videojuegos: un mundo lleno de estereotipos***

**Women and video games: a world full of stereotypes**

Alumna: Blanca María Albaladejo Calderón

Tutor: Alba García Ortega



## RESUMEN

La industria del videojuego se ha consolidado como una de las principales industrias de entretenimiento a nivel mundial. Sin embargo, las mujeres aún carecen de espacios seguros donde llevar a cabo su hobby y a menudo denuncian experiencias desagradables y machistas. La actitud tóxica de los jugadores masculinos y el acoso que reciben las mujeres constantemente en espacios online hace que muchas de ellas perciban el mundo de los videojuegos como un espacio hostil donde no son bienvenidas. “Vete a fregar”, “mujer tenías que ser” e incluso amenazas contra su integridad física son los insultos constantes con los que las mujeres *gamers* se encuentran todos los días en sus partidas.

Además, la industria del videojuego carece de figuras femeninas representativas. En muchas ocasiones las ficciones presentadas en este medio son incapaces de ofrecer una imagen feminista realista, inclusiva y digna. Esto se relaciona también con la poca presencia femenina que hay en el sector, ya que los personajes femeninos e historias se cuentan siempre desde el imaginario masculino. Las mujeres también poseen múltiples dificultades a la hora de entrar a la industria, al ser carreras universitarias y trabajos muy masculinizados. Su propia experiencia jugando a videojuegos puede hacer que ellas no quieran entrar al mundo laboral.

**Palabras clave:** videojuegos, feminismo, mujeres, sexismo, *gaming*.

## ABSTRACT

The video game industry has established itself as one of the main entertainment industries worldwide. However, women still lack safe spaces to pursue their hobby and often report unpleasant and sexist experiences. The toxic attitude of male *gamers* and the harassment that women constantly receive in online spaces makes many of them perceive the world of video games as a hostile space where they're not welcome. “Go make me a sandwich,” “ugh a woman,” and even threats against their physical integrity are the constant insults that female *gamers* encounter every day while playing.

Furthermore, the video game industry lacks representative female figures. On many occasions the fictions presented in this medium are incapable of offering a realistic, inclusive and dignified image of women. This also relates to the little female presence in the sector, since female characters and stories are always told from a male perspective. Women face multiple challenges when entering the industry as well, as university degrees and jobs are very male oriented. Their own experience playing video games can make them second guess when it comes to choosing video games as a career.

**Keywords:** video games, feminism, women, sexism, *gaming*

## ÍNDICE

1. Introducción y justificación..... págs 4
2. Material y método de trabajo..... págs 5-9
3. Contenido del reportaje publicado..... págs 10-19
4. Interpretación derivadas de la investigación..... págs 20-22
5. Bibliografía y fuentes documentales..... págs 21-22
6. Anexo I: Anteproyecto..... págs 23-29



## 1) Introducción y justificación.

El siguiente reportaje periodístico tiene como intención visibilizar las dificultades a las que se enfrentan las mujeres en la industria del videojuego. Por un lado, se enfoca en las mujeres como consumidoras y jugadoras. En el mundo *gaming* las mujeres reciben un acoso constante que les hace sentir inseguras. Tanto las *streamers* y *gamers* casuales, como las que compiten profesionalmente, denuncian situaciones sexistas similares. Las amenazas y vejaciones son uno de los grandes problemas a los que las empresas se enfrentan y, actualmente, no están haciendo lo suficiente para solucionarlo. Esto tiene un impacto tanto en las jugadoras, que adoptan tácticas para ser invisibles, como en los jugadores, los cuales entienden que es un mundo masculino y continúan promoviendo estas actitudes tóxicas.

Esta situación se enlaza al mismo tiempo con la falta de presencia femenina en el sector. A pesar de que un 49% de los jugadores son mujeres, [según el último anuario de la Asociación española del videojuego](#), ellas [suponen solo un 24% de la industria](#). El estudio periodístico llevado a cabo demuestra que una de las razones por las que las mujeres no se dedican al desarrollo de videojuegos es precisamente las experiencias negativas que tienen mientras juegan. Esto es, al mismo tiempo, la causa de la representación hipersexualizada de la mujer en los videojuegos. El informe "[Consumir, crear, jugar](#)" de la Fundación Fad Juventud también indica que el 54% de las mujeres jóvenes considera que los videojuegos tienen contenidos sexistas. Todo esto se debe a que estos personajes e historias son siempre creados por hombres y por la falta de equipos diversos.

El reportaje tiene como objetivo mostrar las situaciones a las que se enfrentan las mujeres de la industria desde una perspectiva de género. En cuanto al interés periodístico recae en el aumento de casos y denuncias que ha habido estos últimos años. El mundo del *streaming* también continúa creciendo y es otro de los grandes exponentes de situaciones sexistas y de acoso hacia jugadoras. El objetivo final es exponer estos problemas y dar visibilidad y voz a las mujeres *gamers*. Este reportaje pretende completar y añadir información a todo lo que ya se ha publicado sobre este tema, sobre todo poniendo el foco en la voz de las mujeres que sufren estas situaciones a través de las fuentes que protagonizan el trabajo.

Las preguntas de investigación son las siguientes:

- **P1:** ¿Cómo perciben las mujeres su situación actual en la industria como consumidoras y creadoras de contenido?
- **P2:** ¿Ha mejorado la situación de las jugadoras en los últimos años?
- **P3:** ¿Se encuentran menos estereotipos machistas en los videojuegos ahora?

## 2) Material y método de trabajo.

### 2.1) Cronograma y dificultades encontradas durante el proceso

#### Enero

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

#### Febrero

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			

#### Marzo

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
					1	2
					3	4
5	6	7	8	9	10	
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

#### Abril

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

#### Mayo

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
			1	2	3	4
			5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

#### Junio

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
						1
						2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

## Leyenda

<span style="color: #ff69b4;">■</span> Proceso de documentación	<span style="color: #ffa500;">■</span> Entrevista a María Rubio y Ariadna Vilasó	<span style="color: #808080;">■</span> Redacción de la memoria
<span style="color: #4169e1;">■</span> Selección de fuentes	<span style="color: #ffff00;">■</span> Redacción y edición de las entrevistas	<span style="color: #ff0000;">■</span> Publicación del reportaje
<span style="color: #00ced1;">■</span> Contacto con las fuentes	<span style="color: #800080;">■</span> Transcripción de las entrevistas	<span style="color: #008000;">■</span> Publicación de entrevistas
<span style="color: #008080;">■</span> Preparación de las entrevistas	<span style="color: #8000ff;">■</span> Entrevista a Nerea Díaz	<span style="color: #ffff00;">■</span> Redacción del reportaje
<span style="color: #32cd32;">■</span> Entrevista a la Susana Martínez	<span style="color: #0000ff;">■</span> Redacción anteproyecto	<span style="color: #800000;">■</span> Creación del contenido multimedia
<span style="color: #ff0000;">■</span> Entrevista a Nira Santana		

La principal dificultad encontrada en el proceso de trabajo fue el contacto con las fuentes. Muchas de las primeras fuentes que consideré para el reportaje no respondieron o directamente rechazaron la entrevista. La mayoría de entrevistas fueron realizadas por Google Meet, ya que las personas con las que podía concretar entrevistas en persona fueron aquellas que me dijeron que no. Al principio contaba también con fuentes masculinas, sin embargo consideré que sería mejor darle voz a las mujeres o tener al menos más fuentes mujeres que hombres, por lo que hubo que hacer otro cambio más. Además, la entrevista con Nerea Díaz no se grabó correctamente y no se ha podido utilizar el material en el reportaje final.

## 2.2) Fuentes



[Susana Martínez](#), conocida en internet por un *nickname* de Twitch SugusSusana. Es una *streamer* española que aporta una visión personal sobre el machismo que sufren las mujeres *gamers* a través de sus experiencias personales. SugusSusana cuenta actualmente con más de 200 mil seguidores en Twitch y ha hablado en múltiples ocasiones de los problemas sexistas a los que se enfrentan ella y sus compañeras de profesión.



[Nira Santana Rodríguez](#), licenciada en Estudios Feministas, Políticas de Igualdad y Violencia de Género por la Universidad de La Laguna y experta en Diseño de Videojuegos por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Sus investigaciones están centradas en la situación de las mujeres en la industria cultural y de los videojuegos y ha realizado diversas charlas sobre el tema. Es una experta reconocida en el ámbito de la investigación de videojuegos. En 2017, en reconocimiento a su trayectoria y compromiso con los derechos de las mujeres, Santana recibió el Premio

Simone de Beauvoir. En 2018 consiguió el premio Cátedra Telefónica de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria al mejor videojuego por “*El Camino de Kioni*”



[Ariadna Vilasó](#), desarrolladora y comunicadora de videojuegos. Actualmente forma parte del podcast de videojuegos *El Batallón Pluto*, donde se analizan las noticias más relevantes del sector y diversos análisis sobre narrativa y psicología en videojuegos. Además, es miembro de FemDevs, una asociación dedicada a promover el interés, la participación y la presencia de las mujeres en la cultura del desarrollo de

videojuegos. Su experiencia, tanto como jugadora, como desarrolladora aporta datos vitales sobre la situación de la industria y las mujeres en ella.



[Maria Rubio Méndez](#), forma parte de ARSGAMES desde 2010 como investigadora en los *game studies*, especialmente en el ámbito de Filosofía y Videojuegos y de Pedagogía con videojuegos. Ha participado en diferentes estudios de género relacionados con los videojuegos, incluida su tesis doctoral y es otra voz profesional que aporta datos e información desde un punto de vista sociológico y feminista.

### 2.3) Estructura del reportaje

El reportaje inicia con una entradilla anecdótica. Esta sitúa al lector respecto al tema del cual va a hablar el reportaje y aporta contexto. Al mismo tiempo, sirve para captar la atención y ayuda a empatizar con el tema tratado al ser un caso humano. El párrafo clave aporta datos numéricos que ayudan a contextualizar aún más y destacar el problema al que se enfrentan las mujeres *gamers*: a pesar de ser casi la mitad de los jugadores, sigue siendo un sector hostil para las mujeres. Las declaraciones de María Rubio ayudan también al lector a entender la complicada situación a la que se enfrentan.

El reportaje se divide en tres partes fundamentales: la primera, sobre el acoso que reciben las mujeres *gamers*, que termina hilando con el contenido sexista que tienen los propios juegos y, para finalizar, la causa de que estos juegos sean así. En cuanto al

cierre, este se centra en dar una visión sobre el futuro de la industria, sobre todo centrándose en la opinión de las mujeres que forman parte de ella.

## 2.4) Difusión del reportaje

El reportaje se promocionaría en redes sociales, principalmente Twitter e Instagram. Se han elegido estas dos por el tipo de usuarios, ya que la mayoría de *gamers* son jóvenes y se encuentran mayoritariamente en estas dos redes.

El objetivo de la estrategia de difusión sería aumentar el número de lectores, generar *engagement* y generar debate entre los lectores. Para fomentar esto, y llegar a un número más amplio de personas, usamos los hashtags siguientes en ambas plataformas: #Mujeryvideojuegos, #Feminismo, #Mujeres, #Gaming. Esta estrategia se llevaría a cabo la semana anterior a la publicación del reportaje, del 25 de mayo al 1 de junio. En ambos medios se utilizarían imágenes, símbolos o dibujos que llamen la atención de los usuarios para recibir más visitas. Esta difusión se realizaría a través de mis cuentas personales propias. El enlace al reportaje se encontraría en la biografía de ambos perfiles durante toda la promoción.

¿Cuál es la realidad de las mujeres gamers? Un 54% de las jóvenes considera que los videojuegos tienen contenidos sexistas. Lee más si te interesa la situación: [Bit.ly/MujeresYVideoj...](https://bit.ly/MujeresYVideoj...) 🎮

#Mujeryvideojuegos #Feminismo #Mujeres #Gaming

En Twitter se publicarían diferentes tweets (2 cada día) empleando los hashtags mencionados anteriormente. Siempre contaría con un link al reportaje, en formato bit.ly para una estética más limpia.

En Instagram principalmente se publicaría inicialmente el mismo cartel en forma de post con la misma descripción y, sobre todo, historias. En total se publicarían 2 cada día, al igual que en Twitter, siempre con el enlace al reportaje en formato web.





Se intenta seguir una estética parecida a la de los *setups gaming* y se emplea el color morado ya que es representativo de la mujer.

### 3) Contenido del reportaje publicado.

Enlace del reportaje publicado en Medium:

<https://medium.com/@blanca.albaladejo/mujeres-y-videojuegos-un-mundo-lleno-de-estereotipos-ed7287f400f>

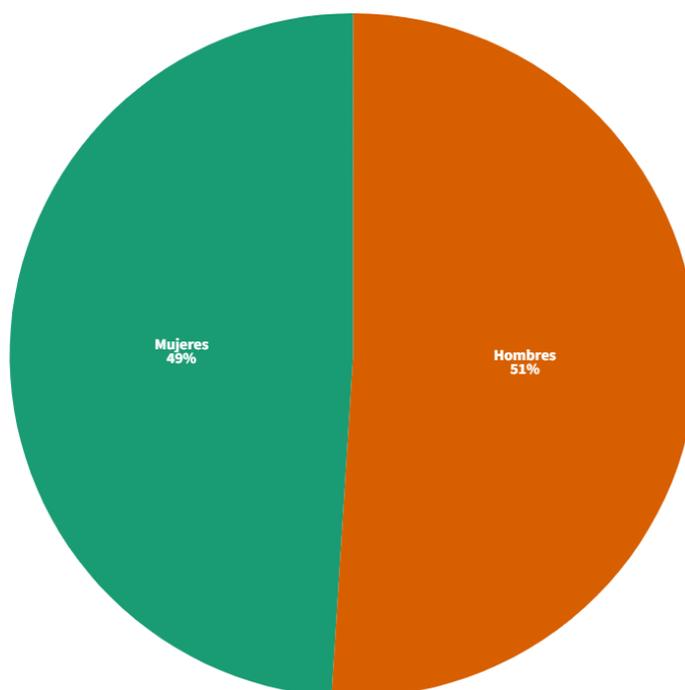
## Mujeres y videojuegos: un mundo lleno de estereotipos

### Una de cada dos mujeres opina que los videojuegos están diseñados con los hombres en mente

Kim Se-yeon, conocida por su pseudónimo online *Geguri*, posee una habilidad y precisión en el *Overwatch* que le ha llevado a posicionarse en el primer puesto de los rankings de su personaje, *Zarya*. [Internet no podía creerse que Geguri tuviera tal talento](#), por lo que en 2016 fue acusada de hacer trampas utilizando un software para apuntar al rival automáticamente. *Geguri* negó todas las acusaciones, pero muchos rivales se negaban a competir contra ella y se vio obligada a demostrar en una retransmisión en directo que el mérito de su precisión en el juego era real. Tras aquel incidente, su habilidad en el *Overwatch* es reconocida mundialmente.

Sin embargo, en la *Overwatch* League de 2018 (una liga profesional de deportes electrónicos del videojuego) *Geguri* brilló por su ausencia. Cuando se empezó a cuestionar a diferentes equipos por qué no contaron con ella en sus formaciones, **todas las respuestas fueron similares**: les preocupaba la posibilidad de que se pudiera poner al equipo en duda por fichar a *Geguri*, la dificultad de contar con una mujer en las *gaming houses* o el miedo a que no tuviera química con el resto de los jugadores masculinos. El [experto en demografía de videojuegos Nick Yee](#) comparte que el 16% de los jugadores de *Overwatch* son mujeres, casi el doble comparado con otros juegos populares de disparos en primera persona. A pesar de que *Overwatch* cuenta con una base de jugadoras destacable, **llegar a competir profesionalmente supone un camino difícil para ellas**.

### Perfil de los jugadores



Fuente: AEVI y elaboración propia

[La Asociación Española de Videojuegos señala en su anuario de 2023](#) que las mujeres conforman un 49% de los jugadores, lo que supone un aumento del 14% comparado con el total de 2022. A pesar de esta presencia femenina, **sigue siendo un sector masculinizado**. [María Rubio Méndez, investigadora en ARSGAMES y licenciada en filosofía](#), explica que los hombres crean una narrativa donde el mundo de los videojuegos es solo masculino. “A las chicas no es que se les prohíba explícitamente jugar, pero el modo de relacionarse mientras juegan es tan agresivo y hostil que **muchas mujeres sienten que ese no es su espacio**”, añade Rubio Méndez. Cuando los hombres se enteran de que una mujer está jugando con ellos, las intimidan y amenazan.

Esta socialización tóxica también puede hacer que muchas mujeres dejen de consumir videojuegos. “No porque no les guste, sino porque no les gusta que les insulten”, explica Rubio Méndez. **Lo asocian a un mundo hostil para ellas**. Además, muchas mujeres optan por estrategias para hacerse invisibles. Utilizan un nombre de usuario masculino o ambiguo, no usan el chat de voz o eligen skins de personajes masculinos. Según el informe “[Género, gamers y videojuegos](#)”, el 36,2% de las mujeres asegura que suele ser la única mujer en las partidas. “Cuando entran a jugar, aunque posiblemente estén rodeadas de mujeres, ellas no las ven y **piensan que son bichos raros**”, explica [la investigadora en videojuegos y estudios de género Nira Santana Rodríguez](#). Una vez dentro de las partidas no pueden cometer el mínimo error, ya que “enseguida se les tiran encima”, añade Santana. Otras mujeres optan por el papel de “*la cool gamer girl*”. “Intentan diferenciarse de alguna manera de los roles femeninos, muchas veces siendo ellas también un actor más que discrimina a las mujeres”, señala Rubio.

“Cuando entran a jugar, aunque posiblemente estén rodeadas de mujeres, ellas no las ven y piensan que son bichos raros”,

Nira Santana Rodríguez

El anonimato y las comunidades online son otro factor que lleva a los hombres a cometer estas agresiones. La gente cuando juega busca emociones que están “más subidas de nivel que lo que tú sientes en tu día a día”, aclara María Rubio. “A lo mejor estas personas no son tan machistas, pero se comportan de esa manera porque son las reglas del grupo”, añade. Muchas veces son menores **reproduciendo unos patrones sociales que están viendo dentro de la comunidad.**

En la escena competitiva las agresiones son incluso peores, ya que está el factor de que te gane una mujer. María Rubio explica diversas técnicas que los jugadores emplean para excluir a las mujeres: “Utilizan las propias reglas del juego para expulsarlas, poniéndose delante de ellas cuando van a disparar y reportándolas por matar al otro jugador”. “Simplemente porque no quiero chicas en mi equipo o no quiero que tengas mejor puntuación que yo”, justifica la investigadora. “Cuando un hombre entra a una partida *online*, se viene arriba porque ve que está entre iguales, todos son hombres”, explica Santana Rodríguez. Como consecuencia se entiende que los videojuegos son cosa de hombres.



La streamer SugusSusana ya había recibido acoso en varias ocasiones jugando juegos *online* antes de dedicarse al *streaming* | Foto cedida por Susana Martínez

“En los juegos online es súper común recibir insultos sexistas”, comenta la [streamer Susana Martínez, conocida como SugusSusana](#). “Una mujer lo tiene más complicado, **es muy difícil que la gente te respete y cree una comunidad contigo**”, añade la streamer española. [Ariadna Vilasó, desarrolladora de videojuegos indie](#), también comparte que muchas de sus compañeras han sido acosadas y han tenido incluso que ponerse redes sociales en privado. “Cualquier cosa que digan va a resultar en un ataque”, comenta Vilasó.

[Nerea Díaz, más conocida como Nercromina](#), es una ex jugadora profesional de *Street Fighter*. Su experiencia en el sector competitivo fue marcada por el sexismo recibido por parte de sus compañeros y rivales. Constantemente se la relaciona con otros hombres, especialmente a sus parejas o ex-parejas. La trataban a ella como la aprendiz de los hombres de los que se rodeaba. Además, también recibió acusaciones de amañar torneos, de hacer favores sexuales a determinados jugadores u organizadores de eventos e incluso se acusaba a sus ex-parejas de dejarla ganar.



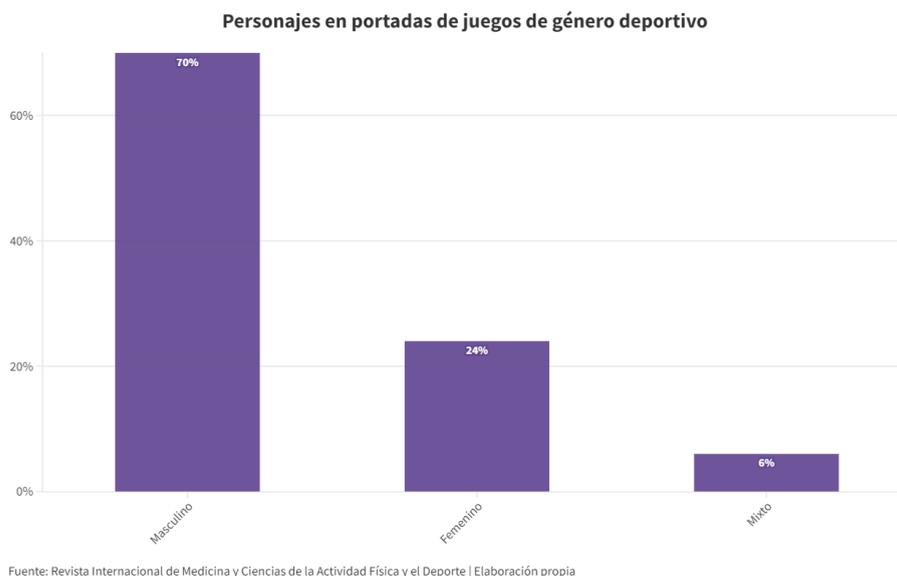
Nerea Díaz llegó a competir en los torneos más importantes de *Street Fighter* | Fotos cedidas por Nerea Díaz

A muchas mujeres incluso les cuesta reconocer que juegan a videojuegos. “No se sienten miembros dentro de esa comunidad, ni aceptadas. No se sienten miembros de pleno derecho”, comenta María Rubio. “Ellos con que jueguen basta. **Nosotras tenemos que jugar y ser buenas**”, añade. El famoso “*carpet de gamer*”: “Una división entre el *gamer* real, el que juega juegos de disparos y pelea, y el *gamer* casual, que solemos ser nosotras”, explica Santana Rodríguez.

Es común que a las mujeres se les relegue a **videojuegos de Nintendo o se les relacione con juegos móviles o de puzzles**. “No porque a nosotras no nos vayan a gustar otros videojuegos, sino porque tienen un sesgo de género”, añade María Rubio. Nira Santana señala que, al mismo tiempo, los hombres que juegan a esos videojuegos asociados a mujeres tampoco van a reconocer que juegan porque se enfrentan a mofas por parte de sus compañeros.

“Además, cuando vas a comprar, resulta que **la mayor parte de las portadas están protagonizadas por hombres**”, comenta Santana. El [artículo Estereotipos corporales en las portadas de videojuegos de género deportivo](#), publicado en la Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, revela que un

70% de las portadas están protagonizadas por hombres, en contraste con un 24% que son mujeres y un 6% que presenta ambos.



María Rubio declara que **el sexismo en los videojuegos no hace que las mujeres jueguen menos**. “Si no tampoco veríamos series o películas, porque está en todas partes. Inunda nuestra cultura”, aclara. Por ello, “no nos cuesta aguantarlo”, ya que hemos nacido en una sociedad patriarcal. Los videojuegos tienen un target principalmente masculino. “A las empresas les conviene que siga siendo destinado mayoritariamente a los chicos. Creen que nosotras no vamos a consumir”, comenta Rubio Méndez.

## ¿Cómo es la representación femenina dentro de la ficción de los videojuegos?

Históricamente a las mujeres, en cualquier tipo de ficción, se les han asignado determinados roles. “Somos siempre las damiselas en apuros o las *femme fatale*. Las que vienen aquí a conquistarte con sexo o las que son *lolitas*, una especie de niña jovencita, seductora, tentadora”, comenta María Rubio. Otro rol asignado históricamente a la mujer es el de cuidadora. “**Si hay una enfermera va a ser una mujer**. Es muy raro que te encuentres con un enfermero”. Además, la mujer siempre ha sido escenario o relegada a papeles minoritarios. “Éramos la novia de o la mujer que ha muerto o la hija que han matado o la que ha sobrevivido y tiene que cuidar”, añade Rubio.

La revista [Royal Society Open Science](#) ha analizado 50 juegos de rol diferentes, género donde el diálogo es crucial, y muestra que la cantidad de diálogos femeninos son la mitad que los masculinos. El informe “[Consumir, crear, jugar](#)” de la Fundación Fad Juventud también indica que el 54% de las mujeres jóvenes considera que los videojuegos tienen contenidos sexistas. Y **una de cada dos mujeres opina que los videojuegos están pensados con los hombres en mente**.



Nira Santana en la charla “Videojuegos, Metaverso y diversidad. Nuestra representación en la imagen y narrativa de los contenidos” | Foto cedida por Nira Santana Rodríguez

“Nos cansa no tener ningún referente femenino”, declara Rubio Méndez. La falta de identificación con personajes puede afectar al desarrollo de la historia e incluso a la capacidad inmersiva de la historia. **“La industria más comercial no nos está ofreciendo inclusividad y diversidad en los personajes”**, reconoce Nira Santana. Ariadna Vilasó declara que “sólo existe un tipo de cuerpo”. Existe una tendencia a representar el cuerpo femenino con proporciones exageradas y abiertamente sexualizadas. “Las vestimentas no se adecúan a la escena o la acción que está llevando a cabo el personaje”, explica Nira Santana. Según el informe [“Género, gamers y videojuegos”](#) un 48,7% de los encuestados afirma que la cosificación sexual de las mujeres es una forma de discriminación.

“Les molesta igual que les molesta que haya series o películas para niños donde aparezcan representados personajes que no son varones cis hetero como los protagonistas”, dice María Rubio

La industria del videojuego está cambiando y muchas empresas intentan crear personajes femeninos más realistas, como es el caso de Aloy de la saga *Horizon Zero Dawn*. Sin embargo, la comunidad masculina no siempre tiene respuestas positivas hacia este intento de inclusión. En [el caso de Aloy](#), las redes se llenaron de comentarios machistas que intentaban desprestigiarla lo máximo posible. “De ahí pasan a decir que las van a violar o crean imágenes de ellas muy vejatorias. Todo porque **les estamos conquistando su terreno**”, comenta María Rubio.

“Les molesta igual que les molesta que haya series o películas para niños donde aparezcan representados personajes que no son varones cis hetero como los protagonistas”, añade la investigadora. La streamer Susana Martínez declara que **sienten que es un ataque hacia los privilegios que han tenido toda la vida**. “No están dispuestos a tener esa conversación”, añade.



Nira Santana durante otra de sus conferencias sobre videojuegos e igualdad de género | Foto cedida por Nira Santana

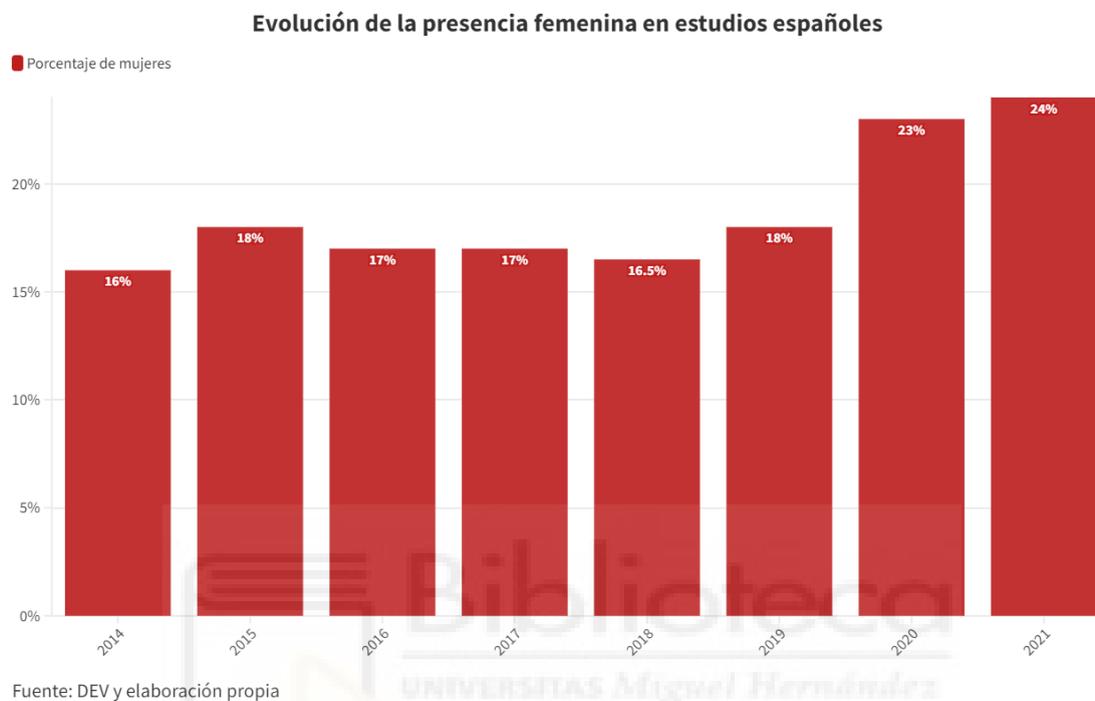
Los videojuegos llevan muchos años hechos a medida del hombre. “Si los juegos se hacen a medida de un solo tipo de ser humano, el hombre blanco, heterosexual, evidentemente no es inclusivo”, comenta Santana Rodríguez. Muchos usuarios también lo califican como la “moda woke”. Sin embargo, **“son personas que existen y que salgan en videojuegos no es forzado”**, justifica Susana Martínez.

Una de las principales razones por las que la representación femenina es tan escasa y estereotipada es la falta de presencia femenina en el sector. Los personajes son creados y escritos por hombres. “Desde sus privilegios han tenido oportunidad durante décadas de crear un tipo de personaje que los represente. Nosotras no, porque **nosotras hemos sido representadas bajo el imaginario masculino colectivo**. Nosotras no hemos podido decidir sobre nuestra representación.”

## La falta de presencia en la industria del videojuego

El [último Libro blanco del desarrollo español de videojuegos](#) muestra que el empleo femenino **supone solo el 24% de la industria**. Esto contrasta con el número de mujeres *gamers* que conforman un 49% de los jugadores. Además, el 50% de los empresarios reconocen tener problemas para cubrir perfiles profesionales más

especializados. Las **mujeres siguen estando infrarrepresentadas en el mercado laboral**. Por otro lado, según la [Radiografía de profesionales del desarrollo español de videojuegos](#) los hombres de media ganan unos 7.400 euros más al año que las mujeres, diferencia que se aprecia sobre todo desde los tres años de antigüedad. “Es una evidencia que la industria del videojuego no está dando las mismas oportunidades a las mujeres que a los hombres”, comenta Nira Santana.



María Rubio lo llama **“el círculo de la exclusión”**. “No nos atraen los videojuegos porque la industria no está creando videojuegos con un reclamo publicitario para nosotras, por lo tanto no jugamos, por lo tanto no desarrollamos interés en los juegos y en la creación de juegos, por lo tanto no hay mujeres desarrolladoras, por lo tanto se sigue sin crear videojuegos que atraigan a las niñas”, explica. Además, Ariadna Vilasó comenta que las carreras relacionadas al desarrollo de videojuegos están muy masculinizadas. “Históricamente se han enfocado hacia un público más masculino en contraposición a las carreras más de cuidados o de docencia y enseñanza que se han enfocado tradicionalmente al mundo femenino”, argumenta Vilasó. “El no poder tener tu pequeño espacio seguro para existir hace que no quieras entrar”, añade. Nira Santana comenta que, cuando entran en las formaciones, se enfrentan a una cultura de hermanamiento tóxico entre hombres donde las excluyen de todo.

“El no poder tener tu pequeño espacio seguro para existir hace que no quieras entrar a las carreras”, aclara Ariadna Vilasó

La **falta de referentes femeninos** es otro factor que puede desmoralizar a las chicas jóvenes a la hora de decidir entrar en la industria. María Rubio comenta que, a pesar de la creación de heroínas como Aloy o Lara Croft, la retórica de los videojuegos y la propia comunidad sigue siendo machista y hace que muchas no se sientan atraídas. “Aunque la historia sea buenísima, aunque tengas un personaje femenino buenísimo,

nunca van a dar el primer paso”, añade. Muchas mujeres, además, relacionan el mundo de los videojuegos con experiencias desagradables. **“Si jugando lo pasé mal, trabajando voy a pasarlo igual.** Esto dificulta mucho que las mujeres consideren entrar en la industria”, dice Santana.



Ariadna Vilasó durante su ponencia en la feria de videojuegos Guadalindie | Foto cedida por Ariadna Vilasó

Otro de los grandes retos a los que se enfrenta la industria es el acoso laboral. En el [Informe de las condiciones de vida y trabajo en el desarrollo de videojuegos en España](#), el 59,26% de las encuestadas asegura haber experimentado algún tipo de discriminación laboral. En 2018 se destapó [el acoso generalizado en las oficinas de Riot Games](#) (responsables de juegos como *League of Legends*). Dos años más tarde, [Ubisoft fue denunciada por inacción frente al acoso sexual](#), acusaciones que se volvieron a repetir en 2021. Activision Blizzard también fue protagonista de uno de los escándalos más grandes de la industria por [múltiples casos de acoso sexual](#), incluyendo uno que desembocó en el suicidio de una de sus trabajadoras. **“Esto es otra evidencia de que los protocolos antiacoso también son necesarios en la industria”**, añade Santana Rodríguez.

“Cuando veamos sexismo en el producto, dudemos de si la empresa lo es. Porque **si tú no eres sexista, el machismo no se cuele en tu juego.** El machismo no mejora la programación, no mejora el modelado, la animación, la banda sonora, las mecánicas, el marketing, no mejora nada”, declara la investigadora Santana. No se puede incluir a la mujer en la industria del videojuego si los mismos videojuegos no son capaces de dar una representación adecuada y, sobre todo, digna de la figura femenina. “Cuando no hay mujeres en los equipos la historia que va a primar es la historia de los hombres, porque son los que están configurando esos relatos bajo sus necesidades, expectativas, demandas y deseos”, explica la investigadora.

## El futuro de la mujer en la industria

“La industria está blanqueando ciertas actitudes. La situación está muy estancada y **nosotras seguimos reclamando las mismas cosas**”, comenta **María Rubio**. Las mujeres siguen buscando una respuesta por parte de las grandes compañías. “Ojalá existieran más compañías creadas por mujeres y lideradas por mujeres”, añade. Las empresas no se hacen responsables de las situaciones de acoso que sufren las jugadoras en sus juegos. “Se está permitiendo que haya comunidades muy tóxicas. Porque esto no se corta, no hay moderadores, no hay autoridad. No les conviene”, asegura Rubio.

“No sé si algún día llegaremos a un punto donde podamos decir que tenemos una representación equilibrada”, lamenta Ariadna Vilasó. La desarrolladora indie comenta que **aún queda muchísimo camino por recorrer**. Una de las soluciones posibles que se plantean es procurar siempre que los equipos de desarrollo sean lo más diversos posibles. Incluir no solo a mujeres, sino a personas de cualquier raza y nacionalidad, personas no binarias y personas LGBT. “Así es como se construyen culturas de trabajo mucho más sanas”, explica Vilasó. **“Si no hay diversidad en los equipos, tampoco lo habrá en el producto”**, opina Santana.

A la hora de construir historias la diversidad en los equipos es vital. Si queremos historias sobre mujeres que se sientan reales y sean una representación correcta, debemos **contar con mujeres para escribirlas**. “Cuando tú estás creando un producto, si tienes un equipo con experiencias diferentes y distintos *backgrounds*, al final siempre vas a tener muchos *inputs* distintos que te van a enriquecer mucho más a la hora de construir historias”, explica Vilasó.

“Si no hay diversidad en los equipos, tampoco lo habrá en el producto”, explica Nira Santana

Ariadna Vilasó explica que la “solución real” sería **una total reestructuración de los equipos**. “La cultura del acoso viene desde el jefe, el cual de primeras te está pagando menos que al resto de tus compañeros hombres”, asegura. La cultura de la pertenencia es importante también y se debe tener siempre en cuenta la opinión de las trabajadoras. “Tus compañeros te tratan con condescendencia incluso estando a su mismo nivel o por encima”, comenta Vilasó. La desarrolladora de videojuegos indie destaca la importancia de la labor pedagógica en las empresas. “Es imprescindible y deben dedicar tiempo para educar a sus trabajadores. Debe ser un trabajo a fondo y durante todo el año, con una revisión constante”, opina.

Ariadna Vilasó también hace referencia a **un relevo generacional**. La generación Z está entrando cada vez más a la industria del videojuego y está obligando al resto de trabajadores, que ya llevan muchos años en la industria, a amoldarse un poco a las peticiones de la gente más joven. “Creo que eso es algo muy positivo, pero siempre hay que seguir empujando un poco más”. Ellas continuarán trabajando para conseguir este cambio en la industria y lograr que la situación de la mujer mejore.

#### 4) Interpretación derivada de la investigación.

De la investigación sacada del reportaje he podido llegar a una serie de conclusiones sobre la situación de la mujer en la industria del videojuego.

##### **P1: ¿Cómo perciben las mujeres su situación actual en la industria como consumidoras y creadoras de contenido?**

En primer lugar, como consumidoras y jugadoras somos víctimas constante de acoso e insultos. Esto es causa de la mentalidad misógina de los hombres y la falsa creencia de que los videojuegos son “cosa de hombres”. Aquí influye también mi propia experiencia como jugadora, ya que yo misma he experimentado situaciones así de primera mano. La solución a esto es complicada. Se necesita un gran esfuerzo para educar a estas personas, ya que de primeras muchos se niegan a escuchar y cambiar sus comportamientos sexistas.

Además, en espacios competitivos los hombres son incapaces de aceptar que muchas mujeres son igual o más talentosas que ellos en los juegos, de nuevo volviendo al estereotipo de que es un mundo de hombres. ¿Cómo va a ganarle una mujer? Luego existe una superioridad moral en cuanto a los videojuegos que se consumen. Todos los juegos asociados a las mujeres son de puzzles o juegos más calmados, sin violencia. No somos *gamers* de verdad si no jugamos al *Dark Souls* o al *League of Legends*, pero luego si jugamos a esos géneros lo hacemos por atención. De nuevo influye aquí mi propia experiencia como jugadora. Recuerdo perfectamente cuando fui a comprar mi copia del *Elden Ring* hace dos años, el dependiente de la tienda me avisó que “es un juego muy difícil”. Aún me pregunto si le dijo algo similar a todos los hombres que fueron a recoger su reserva.

Respecto a la mujer como desarrolladora de videojuegos, creo que es una situación incluso más complicada que la de las jugadoras. Las empresas tienen mucho trabajo que hacer, necesitamos planes anti-acoso y realizar una labor pedagógica impresionante. Cuando piensas en referentes en la industria todo el mundo sabe mencionarte múltiples hombres: Hideo Kojima, Hidetaka Miyazaki, Neil Druckmann. Sin embargo, cuando preguntaba por mujeres todas se quedaban en blanco. La saga *Assassin's Creed* ha sido desarrollada por una mujer, Jade Raymond. Sin embargo, muy poca gente la menciona cuando se habla de desarrolladores y menos gente aún le pone cara. La falta de referentes sumado a la situación de desigualdad que vivimos las mujeres en cualquier puesto de trabajo no anima a otras a entrar a la industria.

##### **P2: ¿Ha mejorado la situación de las jugadoras en los últimos años?**

La situación ha mejorado en cierta medida. Actualmente existe un intento de inclusión en los estudios y en las propias ficciones de los videojuegos. Sin embargo, aún queda un largo camino por recorrer. Parece que las empresas se han estancado y, además, la respuesta por parte de los jugadores masculinos no es positiva. Se han realizado boicots a juegos por simplemente incluir personajes femeninos fuertes y en redes constantemente encontramos comentarios sexistas respecto a la mujer. Las empresas tienen que actuar y solucionar el acoso que sufren sus jugadores y trabajadoras mediante planes anti acoso y medidas de igualdad.

Cada vez somos más conscientes del contenido sexista y somos más críticas con ello. Este contenido afecta a nuestra experiencia e incluso si no hace que dejemos de jugar al juego, no nos callamos al respecto y lo criticamos abiertamente. Aunque lamentablemente nuestras quejas muchas veces tienen como respuesta acosos e insultos por parte de los hombres.

### **P3: ¿Se encuentran menos estereotipos machistas en los videojuegos ahora?**

En cuanto al sexismo en las ficciones personalmente creo que existe una mejora. Pero no lo suficiente. Siguen faltando referentes femeninos, siguen faltando personajes fuertes y juegos protagonizados por mujeres. Sigue, sobre todo, faltando una representación diversa del cuerpo femenino. ¿De qué me sirve una protagonista fuerte si al final del día sigue todos los cánones de belleza establecidos por el patriarcado? La mayoría de entrevistadas mencionan a Aloy o Lara Croft como ejemplos, pero aún faltan muchos más. Me gustaría ver mujeres con cualquier tipo de cuerpo, de cualquier raza o etnia, de cualquier orientación sexual. Aún nos falta mucho camino por recorrer y mucho trabajo para poder llegar a un punto donde realmente exista inclusividad.

Respecto a **otras ramas de estudio** que podrían derivar de esta, considero de especial interés investigar a fondo los casos de acoso sexual en las empresas. Es un problema extremadamente grave y han habido múltiples en la industria de los videojuegos. Otra investigación similar podría ser el *crunch* o la explotación laboral. También sería importante investigar sobre los cánones de belleza en los videojuegos. Tanto masculinos como femeninos, ya que ambos han sido impuestos y creados por los hombres.

## **5) Bibliografía y fuentes documentales.**

### **Artículos publicados en medios de comunicación**

Chalk, A. (2016, 21 junio). Teenage Overwatch player accused of cheating proves she's just that good with Zarya. *Pcgamer*.  
<https://www.pcgamer.com/teenage-overwatch-player-accused-of-cheating-proves-shes-just-that-good-with-zarya/>

Minutos. (2021, 1 junio). Las redes se llenan de absurdas críticas machistas a 'Horizon Forbidden West' por el aspecto supuestamente 'poco femenino' de su protagonista. *www.20minutos.es* - Últimas Noticias.  
<https://www.20minutos.es/videojuegos/noticia/4715325/0/redes-criticas-machistas-horizon-forbidden-west-aspecto-poco-femenino-protagonista/>

D'Anastasio, C. (2018, 14 agosto). Inside the culture of sexism at riot games. *Kotaku*.  
<https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>

Farokhmanesh, M. (2023, 5 octubre). Exdirectivos de Ubisoft son arrestados por acoso sexual en la empresa. *WIRED*.  
<https://es.wired.com/articulos/exdirectivos-de-ubisoft-son-arrestados-por-acoso-sexual-en-la-empresa#:~:text=octubre%20de%202023-,Exdirectivos%20de%20Ubisoft%20son%20arrestados%20por%20acoso%20sexual%20en%20la,dentro%20las%20oficinas%20de%20Ubisoft.>

Delgado, M. (2022, 6 marzo). Demandan a Activision Blizzard por el suicidio de una empleada víctima de acoso sexual. *Vandal*. <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350752023/demandan-a-activision-blizzard-por-el-suicidio-de-una-empleada-victima-de-acoso-sexual/>

### Investigaciones científicas

Asociación española de videojuegos. (2023). *LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN ESPAÑA EN 2023*. [https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2024/05/AEVI\\_INFOGRAFIA\\_2023\\_ESPANOL.pdf](https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2024/05/AEVI_INFOGRAFIA_2023_ESPANOL.pdf)

Santana Rodríguez, N., & Díaz Santana, O. (2020). *Género, gamers y videojuegos*. Recuperado 4 de abril de 2024, de [https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio\\_genero\\_gamers\\_y\\_videojuegos\\_1.pdf](https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio_genero_gamers_y_videojuegos_1.pdf)

Ramírez Macías, G. (2011). Estereotipos corporales en las portadas de los videojuegos de género deportivo. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte* vol. 11 (42) pp. 407-420. <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista42/artcuerpo213.htm>

Rennick, S., Clinton, M., Ioannidou, E., Oh, L., Clooney, C., Healy, E., & G. Roberts, S. (2023, 24 mayo). *Gender bias in video game dialogue*. Recuperado 5 de marzo de 2024, de <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.221095>

Radiografía de profesionales del desarrollo español de videojuegos. (2022). En *Desarrollo Español de Videojuegos*. Recuperado 19 de marzo de 2024, de <https://dev.org.es/images/stories/docs/informe%20gamedeves.pdf>

Calderón Gómez, D., & Gómez Miguel, A. (2022). Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud. En *FAD Juventud* (N.º 978-84-17027-77-3). Recuperado 9 de marzo de 2024, de [https://www.centroreinasofia.org/publicacion/investigacion\\_ocio\\_digital/](https://www.centroreinasofia.org/publicacion/investigacion_ocio_digital/)

García Párraga, R. (2021). Informe de las condiciones de vida y trabajo en el desarrollo de videojuegos en España. En *ResearchGate*. Recuperado 8 de marzo de 2024, de [https://www.researchgate.net/publication/350451286\\_Informe\\_de\\_las\\_condiciones\\_de\\_vida\\_y\\_trabajo\\_en\\_el\\_desarrollo\\_de\\_videojuegos\\_en\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/350451286_Informe_de_las_condiciones_de_vida_y_trabajo_en_el_desarrollo_de_videojuegos_en_Espana)

DEV, ICEX, Games from Spain, & Gobierno de España. Ministerio de industria, comercio y turismo. (2022). Libro blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2022. En *Desarrollo Español de Videojuegos*. Recuperado 13 de marzo de 2024, de <https://www.dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20del%20desarrollo%20espanol%20de%20videojuegos%202022.pdf>

## 6) ANEXO I: ANTEPROYECTO.

### 1. Definición de la temática, el enfoque y la justificación de su valor noticioso de acuerdo a criterios periodísticos.

La **temática** del trabajo es la mujer en la industria de los videojuegos. Las mujeres, a pesar del constante crecimiento de esta industria, aún carecen de espacios seguros donde llevar a cabo su hobby y a menudo denuncian experiencias machistas y desagradables. El mundo de los videojuegos, además, carece de figuras femeninas representativas, ya que en muchas ocasiones los propios videojuegos son incapaces de ofrecer una imagen femenina realista, inclusiva y digna.

A pesar de ser mundos de ficción, al igual que en la vida real las mujeres denuncian situaciones de acoso. Al mismo tiempo, las imágenes sexualizadas e idealizadas de los personajes femeninos son estereotipos dañinos que contribuyen a que se carezca de espacios seguros. No se puede esperar inclusión en una industria donde el propio producto no respeta a la figura femenina.

Esta imagen sexualizada de la mujer, además, tiene un impacto en las jugadoras. Por un lado es desagradable consumir un producto claramente sexista, sobre todo cuando los videojuegos son tu principal fuente de entretenimiento, si no que también se relaciona con el sexismo ejercido por parte de muchos hombres. Es un círculo vicioso.

El **enfoque** es uno feminista y crítico. Un trabajo sobre una industria generalmente machista con perspectiva de género. Se analizará la situación de la mujer gamer y sus experiencias para, no solo denunciar el machismo, sino también darle visibilidad a un problema real y actual.

En cuanto a la ficción, se enfocará también desde una perspectiva feminista y se analizarán diferentes ejemplos, así como la evolución de la representación femenina en los videojuegos, el problema de la sexualización, etc. Se expondrán ejemplos tanto buenos (Bloodborne o Silent Hill 3) como negativos. No solo se analizará y cuestionará el juego en sí, sino los personajes y si, además, estos están escritos por hombres y las consecuencias que puede llegar a tener esto en el desarrollo del juego y los personajes. Además, esto se relaciona a los espacios de mujeres gamers, debido a que la representación siempre es fundamental a la hora de crear espacios seguros para ellas.

### 2. Presentación de los **objetivos** de la investigación y de las principales **hipótesis**.

El objetivo principal del reportaje es mostrar la realidad que viven las mujeres en la industria de los videojuegos.

Las principales preguntas de investigación que se plantean son:

- P1: ¿Cómo perciben las mujeres su situación actual en la industria como consumidoras y creadoras de contenido?
- P2: ¿Ha mejorado la situación de las jugadoras en los últimos años?

- P3: ¿Se encuentran menos estereotipos machistas en los videojuegos ahora?

3. Cronograma de trabajo.

# Cronograma



## Leyenda

- Proceso de documentación
- Selección de fuentes
- Contacto con las fuentes
- Preparación de las entrevistas
- Entrevista a la primera fuente
- Entrevista a la segunda fuente
- Entrevista a la tercera fuente
- Entrevista a la cuarta fuente
- Creación del contenido multimedia
- Redacción de la memoria
- Publicación de entrevistas
- Redacción del reportaje
- Publicación del reportaje

4. Relación de **documentación** recabada sobre el asunto: listado de referencias, datos, informes, contexto y análisis de otros textos periodísticos similares ya publicados que aborden la temática desde enfoques diferentes.

## Representación femenina

### Documentación periodística

Santos, E., Santos, E., & Santos, E. (2023, 24 mayo). Los personajes femeninos de los videojuegos hablan menos y tienen diálogos menos relevantes. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2023-05-24/los-personajes-femeninos-de-los-videojuegos-hablan-menos-y-tienen-dialogos-menos-relevantes.html>

Cruz, C. F. (2021, 8 marzo). Así ha evolucionado la figura de la mujer en los videojuegos. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/ha-evolucionado-figura-mujer-videojuegos-824201>

Vandal. (2020, 17 agosto). *El papel de la mujer en los videojuegos*. <https://vandal.elespanol.com/reportaje/el-papel-de-la-mujer-en-los-videojuegos>

Fernández, L., Fernández, L., & Fernández, L. (2018, 29 junio). “Las niñas siguen creyendo que los videojuegos son cosas de chicos”. *El País*. [https://elpais.com/cultura/2018/06/29/actualidad/1530267485\\_070173.htm](https://elpais.com/cultura/2018/06/29/actualidad/1530267485_070173.htm)

### Documentación académica

Fernández Vara, C. F. V. (s. f.). La problemática representación de la mujer en los videojuegos y su relación con la industria. *Injuve, Instituto de Juventud*. [https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista106\\_6-la-problematica-representacion-de-la-mujer-en-los-videojuegos.pdf](https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista106_6-la-problematica-representacion-de-la-mujer-en-los-videojuegos.pdf)

Paredes-Otero, G. P. O. (2022, 21 enero). Empoderamiento en la representación de los personajes femeninos de videojuegos.: Sensibilización ante problemas sociales con The Last of Us Parte II. *RACO*. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/134144/Empoderamiento%20en%20la%20representaci%3%b3n%20de%20los%20personajes%20femeninos%20de%20videojuegos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De La Paz Rodríguez, L. (2019). *La imagen y el rol de la mujer en los videojuegos: desafíos ante estereotipos, rechazos y discriminaciones*. [Trabajo de Fin de grado, Universidad de Valladolid]. <https://core.ac.uk/download/pdf/225143857.pdf>

## Misoginia y estudios con perspectiva de género

### Documentación periodística

Clemente, L. M. (2021, 1 marzo). *Masculinidades en el mundo de los videojuegos* | *DF Diario Feminista*. *DF Diario Feminista*. <https://eldiariofeminista.info/2021/02/25/masculinidades-en-el-mundo-de-los-videojuegos/>

Crimental, E. (2023, 18 enero). Anatomía del machismo en el videojuego: 20% de desarrolladoras, pocas periodistas y acoso online. *elDiario.es*. [https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/anatomia-machismo-videojuego-20-desarrolladoras-periodistas-acoso-online\\_1\\_9870640.html](https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/anatomia-machismo-videojuego-20-desarrolladoras-periodistas-acoso-online_1_9870640.html)

### Documentación académica

Calderón Gómez, D. C. G., & Gómez Miguel, A. G. M. . (2023, 15 marzo). Desigualdad de género y violencia en los videojuegos: un análisis desde las experiencias videolúdicas de la juventud. *Methaodos.Revista de Ciencias Sociales*. <https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/648>

A. M. Vela, J. (2022). *VIDEOJUEGOS, GÉNERO y MASCULINIDADES* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/706719/martin\\_vela\\_jose\\_antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/706719/martin_vela_jose_antonio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flecha, R., Puigvert, L., & Rios, O. (2013, 30 marzo). The New Alternative Masculinities and the Overcoming of Gender Violence. *RIMCIS*. <https://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/rimcis/article/view/612>

Santana Rodríguez, N., & Díaz Santana, O. (2020). Género, gamers y videojuegos: Una aproximación desde el enfoque de género, al consumo de videojuegos y la situación de las jugadoras en el sector. En *Universidad de las Palmas de Gran Canarias*. [https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio\\_genero\\_gamers\\_y\\_videojuegos\\_1.pdf](https://www.ulpgc.es/sites/default/files/ArchivosULPGC/noticia/2020/Ene/estudio_genero_gamers_y_videojuegos_1.pdf)

A. M. Vela, J. (2018). Sexismo y construcción de la masculinidad en los videojuegos. *Research Gate*. [https://www.researchgate.net/profile/Begonya-Enguix/publication/337680408\\_Sexualidades\\_genero\\_disidencias\\_y\\_centros/links/5de53be5a6fdcc283700534f/Sexualidades-genero-disidencias-y-centros.pdf#page=74](https://www.researchgate.net/profile/Begonya-Enguix/publication/337680408_Sexualidades_genero_disidencias_y_centros/links/5de53be5a6fdcc283700534f/Sexualidades-genero-disidencias-y-centros.pdf#page=74)

### **Realidad de las mujeres gamers**

#### Documentación periodística

Gr, S. (2023, 2 junio). «*Todo vale y no hay consecuencias porque nos ocultamos en un 'nickname'*» – *Periodismo ULL*. <https://periodismo.ull.es/todo-vale-y-no-hay-consecuencias-porque-nos-escondemos-bajo-un-nickname/>

#### Documentación académica

O. Dowling, D., Goetz, C., & Lathrop, D. (2019, 25 julio). One Year of #GamerGate: The Shared Twitter Link as Emblem of Masculinist Gamer Identity. *Sage Journals*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412019864857?journalCode=gaca>

5. Selección, presentación y justificación de las **fuentes** propias y documentales que aparecerán en el reportaje. Deben estar confirmadas.

#### **Fuentes propias:**

Susana Martínez, conocida en internet como SugusSusana. Streamer española que podrá aportar una visión global sobre el machismo que sufren las mujeres gamers a través de sus experiencias personales.

Nira Santana Rodríguez, licenciada en Estudios Feministas, Políticas de Igualdad y Violencia de Género por la Universidad de La Laguna y experta en Diseño de Videojuegos por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Sus investigaciones están centradas en la situación de las mujeres en la industria cultural y de los videojuegos.

Ariadna Vilasó, desarrolladora y comunicadora de videojuegos. Actualmente forma parte del podcast de videojuegos El Batallón Pluto, donde se analizan las noticias más relevantes del sector y diversos análisis sobre narrativa y psicología en videojuegos. Además, es miembro de FemDevs, una asociación dedicada a promover el interés, la participación y la presencia de las mujeres en la cultura del desarrollo de videojuegos.

Maria Rubio Méndez, forma parte de ARSGAMES desde 2010 como investigadora en los *game studies*, especialmente en el ámbito de Filosofía y Videojuegos y de Pedagogía con videojuegos. Ha participado en diferentes estudios de género relacionados con los videojuegos, incluida su tesis doctoral.

Las **fuentes documentales** son las siguientes:

La asociación DEV (Desarrollo español de videojuegos). Por su valor informativo, aportando datos y estudios relacionados a la industria y sus jugadores. De esta fuente se utilizará su [Libro blanco del desarrollo español de videojuegos](#) y su informe [#GameDevEs: Radiografía de profesionales del desarrollo español de videojuegos](#).

El documento "[Informe de las condiciones de vida y trabajo en el desarrollo de videojuegos en España](#)", publicado en la plataforma de ResearchGate.

El informe [Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud](#), publicado en El Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la Fundación FAD Juventud. Este trata de un centro privado e independiente creado en 2013, que tiene como objetivo la promoción y el desarrollo de análisis multidisciplinares sobre el contexto social y cultural de adolescentes y jóvenes, sobre su socialización y los riesgos que amenazan a ésta.

El libro "Play like a girl" de Marina Amores, también conocida como Bliss. El libro aporta documentación y datos sobre las mujeres en la industria, como jugadoras y desarrolladoras. Además, también otorga un análisis feminista al completo sobre la situación.

## 6. Presentación del **autor** y breve **currículum**.

Blanca María Albaladejo Calderón, nacida en Elche, 31 de mayo de 2002, actualmente estudiante de último año de periodismo en la Universidad Miguel Hernández. Poseo conocimientos avanzados de inglés (C1) y básicos en valenciano y alemán.

Entre mis intereses se encuentran la política, la comunidad LGBT, feminismo y temas sociales relacionados a grupos minoritarios. Por otra parte me interesan los videojuegos, el cine y la literatura, aunque siempre intento consumir estos desde un punto de vista crítico y feminista.

He publicado diferentes reportajes en mi perfil de la plataforma de Medium, entre los cuales destaco "[¿Cómo son los parques de Elche? Seguridad, accesibilidad y la importancia del entorno](#)", "[El mito sexual lésbico](#)" y el fotoreportaje "[El Mercado Central de Alicante celebra una representación histórica de su inauguración](#)".

