

Misoginia, toxicidades y convergencias ideológicas a través de los videojuegos y sus comunidades. Entrevista con Marta Trivi, una periodista cultural especializada en videojuegos

Marta Trivi

Periodista y analista cultural *freelance*. Málaga (España)

e-mail: martatrivi@proton.me

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8568-3537>

Angel Gordo

Universidad Complutense de Madrid e Instituto Complutense de Sociología para el Estudio de las Transformaciones Sociales Contemporáneas (TRANSOC)

e-mail: ajgordol@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4493-2910>

María José Rubio-Martín

Universidad Complutense de Madrid

e-mail: majrubio@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5979-7830>

<https://dx.doi.org/10.5209/ciyc.95729>

Enviado: 29/04/2024 • Aceptado: 17/06/2024

ES Resumen: Marta Trivi, una periodista cultural especializada en videojuegos, sugiere que las comunidades que surgen en torno a los videojuegos desde finales de los ochenta son precursoras de las estrategias de desinformación desplegadas por la extrema derecha desde hace décadas, coincidiendo con el surgimiento del trumpismo. Con este escenario de fondo también plantea una serie de correspondencias entre estas comunidades, entendidas como laboratorios de marketing y manipulación social, y la violencia y misoginia actuales. El texto que presentamos a continuación da buena cuenta de estas conexiones. Está basado en la entrevista concedida el 25 de septiembre de 2023 y en las reflexiones e intercambios que la siguieron.

Palabras clave: alt-right; comunidades gamer; Gamergate; humor edgy; QAnon; violencias.

ENG Misogyny, toxic behaviors, and ideological convergences within video games and their communities: An interview with Marta Trivi, a cultural journalist specialized in video games

Abstract: Marta Trivi, a cultural journalist specializing in video games, posits that the communities emerging around video games since the late 1980s have served as precursors to the disinformation tactics long employed by the extreme right, coinciding notably with the advent of Trumpism. Against this backdrop, she elucidates a nexus between these communities—viewed as crucibles of marketing and social manipulation—and contemporary manifestations of violence and misogyny. The ensuing discourse illuminates these interconnections. Rooted in an interview conducted on September 25, 2023, and the subsequent dialogues, Marta Trivi asserts, among other insights, the existence of direct linkages between *gamer* communities and the ethos of Trump.

Keywords: alt-right; edgy humor; gamer communities; Gamergate; QAnon; violence.

FR Misoginia, toxicidades e convergências ideológicas através dos videogames e suas comunidades: Entrevista com Marta Trivi, uma jornalista cultural especializada em videogames

FR Résumé: La recherche présentée ci-dessous vise à analyser comment Benjamin Netanyahu a utilisé les deux techniques de propagande politique que Edward Bernays considérait comme nécessaires pour conditionner l'opinion publique, à savoir la simplification et la déformation, à la suite des attentats du Hamas sur le sol israélien le 7 octobre. À cette fin, une méthodologie quantitative minimale a été utilisée à travers la plateforme en ligne Fanpage Karma, ainsi qu'une méthodologie qualitative à travers l'Analyse Critique du Discours sur un échantillon de 12 interventions de Netanyahu entre le 7 octobre et le 24 novembre. Les résultats démontrent que la propagande politique du gouvernement israélien repose sur trois axes discursifs: 1) l'instrumentalisation politique du traumatisme collectif du peuple juif; 2) une rhétorique théologique justifiant les actions militaires; et 3) la liaison du groupe islamiste Hamas avec le nazisme et l'État islamique.

Mots-clés: Israël, propagande, populisme, sécuritarisme, nazisme, Hamas.

Sumario: Introducción. Tan influyentes y tan desconocidos: Los videojuegos, una paradoja sociocultural. Estereotipias de género y la industria cultural del videojuego: Sus inicios. Gustos y preferencias en la comunidad *gamer*: In/diferencias de género. Entre la in/visibilidad y la segregación de las mujeres en modalidad competitiva. El ámbito de los *e-sports* y sus misoginias amplificadas. Las estrategias *fan communication*: Promotores de marca, de comunidad, de *wefan*. Recursos y estrategias para crear y promover las comunidades *gamer*. Entre Steve Bannon/Trump y los videojuegos hay una línea recta que los une. La misoginia, el discurso del odio y la estigmatización de la identidad *Gamer* desde sus inicios: *The Death of Gamers*. Conclusiones y discusión. Referencias.

Como citar: Trivi, M.; Gordo, A.; Rubio-Martín, M. J. (2024). Misoginia, toxicidades y convergencias ideológicas a través de los videojuegos y sus comunidades. Entrevista con Marta Trivi, una periodista cultural especializada en videojuegos, en *Cuadernos de Información y Comunicación* 29, 149-164.

La creciente digitalización y su impacto en diversos aspectos de la vida, desde la educación y la economía hasta la comunicación y el ocio, son bien conocidos. Vivimos en una realidad mediada por las imbricaciones entre lo online, lo offline y sus intersticios, donde la violencia de género digital (VGD), en especial la que se dirige contra mujeres y niñas, representa un problema acuciante (GREVIO, 2021). La compleja red de nuevas tecnologías ha dado lugar a una variedad de formas de VGD entre las que se incluyen insultos, amenazas, difamación o humillaciones (ciberacoso), expresiones ofensivas que fomentan conductas violentas (discursos de odio), difusión sin consentimiento de imágenes íntimas de contenido sexual (pornovenganza), extorsión mediante imágenes sexuales (sextorsión), acosos, ofensas y hostigamientos a mujeres (*gendertrouling*) o engaños por parte de pederastas (*grooming*).

Las redes sociales, las plataformas de *streaming* o los videojuegos online son pieza clave no solo del entretenimiento sino de nuestra socialización en gran parte del norte global. Estos artefactos tienen capacidad para mediar y reformular la conducta social y los valores culturales hasta llegar a redefinir las funciones y contornos de instituciones clásicas como la familia, la escuela o el grupo de pares (Livingstone y Sefton-Green, 2016; Fernández-Enguita y Vázquez, 2016; de Rivera et al., 2021). En esta ecología de nuevos medios el extraordinario desarrollo y consumo de la modalidad online multijugador ha consolidado el espacio de los videojuegos como un verdadero lugar de socialización (Gallego, 2023; Puente, 2015) en el que se reproducen, amplifican y crean nuevas configuraciones misóginas y VGD. En este ámbito de los videojuegos online

multijugador, casi la mitad (45,2%) de las mujeres declara ocultar su identidad cuando juegan por miedo a que las insulten o saboteen, y 4 de cada 10 chicas adolescentes que juegan semanalmente a videojuegos online dicen haber sufrido acoso sexual en la red (Gómez y Calderón, 2023).

A partir de la popularización de los videojuegos, desde los años 70 a los 90 aproximadamente, el término *gamer* aludía a una subcultura conformada casi exclusivamente por hombres (Kowert, 2020). Posteriormente, con la expansión de estos juegos, la comunidad *gamer* se fue diversificando y diferenciando entre sí. Golding (2014) ha señalado cómo la llegada de nuevos usuarios (mujeres, identidades de género no normativas, minorías étnicas, etc.) tuvo como consecuencia una reacción defensiva de ese espacio de homosocialidad tan querido por los varones identificados con la imagen clásica del *gamer*. Como consecuencia, se creó una jerarquía que en esencia distingue entre los verdaderos jugadores (*hardcore gamers*), que juegan a “juegos de verdad” (Gallego, 2023: 10; Muriel, 2018), y desarrollan habilidades muy específicas como resultado de una alta dedicación, y otros jugadores más ocasionales (*casual gamers*) y aficionados a juegos simples, que requieren pocas competencias. Mientras que el arquetipo del verdadero *gamer* lo constituiría un varón, joven, blanco, heterosexual, la representación del jugador ocasional y poco capacitado caería del lado de las mujeres, de las minorías étnicas o del colectivo LGBTQ+.

El *Gamergate* fue una campaña de hostigamiento acaecida en 2014 en el que se produjeron prácticas misóginas y discriminatorias de todo tipo. Estuvo a cargo de grupos de *gamers* clásicos en un intento de reafirmar su supremacía frente advenedizos/as entre las que, según su imaginario, destacaban mujeres *gamers* que no sabían jugar, desarrolladoras sin los conocimientos necesarios, pero que ocupaban un campo tradicionalmente asignado a los hombres, o feministas que cuestionaban el diseño o la narrativa sexista de muchos videojuegos. Siendo los casos más famosos los de Zoë Quinn y Brianna Wu, o analistas feministas como Anita Sarkeesian que escribían sobre videojuegos. El *Gamergate* toma su nombre del *hashtag* utilizado en 4Chan, Reddit y Twitter para instrumentalizar esta campaña misógina y ha sido ampliamente estudiado (véase Massanari, 2017; Quinn, 2017; Sarkeesian y Adams, 2018; Burgess et al., 2017; Jane (2017); Salter 2017; Mortensen y Sihvonen, 2020; Amores, 2024). No obstante, no son muchos los trabajos que contemplan el *Gamergate* como ejemplo paradigmático de ciberacoso, *doxing* y amenazas de muerte y violación, como una de las primeras manifestaciones de la entonces incipiente ideología *alt-right*. El texto que presentamos a continuación, basado en la entrevista que hicimos a Marta Trivi el 25 de septiembre de 2023 y las reflexiones e intercambios que la siguieron, da buena cuenta de estas conexiones.

Marta Trivi es una periodista cultural especializada en videojuegos. Ha escrito sobre cine, literatura, videojuegos y cultura pop en medios como *Canino Mag*, *Nivel Oculto*, *Verne*, *Gamereport*, *El Color del Cine* (Onda Azul), entre otros. Ha sido directora y redactora en *AnaitGames*, un medio *online* de noticias y análisis de videojuegos. Además, participa en los *podcasts* de *Anait* (*Reload* y *Recarga Activa*). También, conduce un *podcast* cultural llamado *Choquejuergas*, junto a Alberto Corona. Y dirige una sección sobre el mundo de los videojuegos en el canal de Twitch *Chiclana & Friends*, ‘Cuéntaselo a Chiclana’. Ha realizado numerosas publicaciones académicas, entre otras ‘El futuro es femenino; el pasado, no tanto: Un repaso a la historia de las mujeres en los videojuegos’ (Trivi, 2018) incluida en el libro *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género* (Amores, 2018). Fue guionista y colaboradora en *Nerfeadas*, una serie documental sobre machismo y videojuegos dirigida por Marina Amores (Blissy). Sugiere que las comunidades que surgen en torno a los videojuegos desde finales de los ochenta son precursoras de las estrategias de desinformación desplegadas por la extrema derecha desde hace décadas, coincidiendo con el surgimiento del trumpismo. Con este escenario de fondo también plantea una serie de correspondencias entre estas comunidades, entendidas como laboratorios de marketing y manipulación social, y la violencia y misoginia actuales.

Tan influyentes y tan desconocidos: Los videojuegos, una paradoja sociocultural

Como analista cultural, ¿qué opinas acerca de la ambivalencia o paradoja que acompaña a los videojuegos? En una entrevista con Valeria Castro, Directora de Asociación de Empresas

Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos de España (DVE) recuerdas que el sector de videojuegos es la segunda industria cultural de España, después de la editorial y por delante del cine o de las artes escénicas (Trivi, 2019). Sin embargo, según tus declaraciones, el protagonismo económico de los videojuegos no encuentra correspondencia con la atención que reciben por parte de las industrias culturales más oficiales o mainstream.

Marta Trivi: Estoy muy dolida con este tema y no pierdo ocasión de mencionarlo. Los espacios culturales o secciones de los periódicos y los medios en general, excepto muy pocas salvedades, solo hacen hueco a los videojuegos a través de las polémicas. Por ejemplo, el titular tan común, “acosan a mujeres”. Claro, acosan a mujeres, pero pasan otras cosas. Los videojuegos en sí son un medio cultural que se les debe prestar la misma atención que al cine, porque tiene las mismas ideas y aún más. A mí, que me encanta entender la forma que interaccionamos con el mundo, ahora que la utopía en el cine y en la literatura parece que está muerta, disponemos de formas de crear utopías en videojuegos que son totalmente novedosas. Lo que pasa es que, en los sitios culturales, solo se quiere hablar de “acosan a no sé quién, no sé qué videojuego engancha a no sé a cuantas personas”. Me ofende muchísimo. Yo se lo digo a todo el mundo: “¿cómo pueden ser a la vez tan influyentes los videojuegos y a la vez tan desconocidos?”.

Estereotipias de género y la industria cultural del videojuego: Sus inicios

M.J. Rubio y A. Gordo: La discriminación de las mujeres en las comunidades de videojuegos también es un tema que atraviesa tus análisis e intervenciones como crítica cultural. ¿Cuál es tu comprensión de esta problemática a grandes rasgos? ¿A qué crees que obedece?

Marta Trivi: Para entender las dinámicas misóginas que imperan actualmente en estos ámbitos hay que tener en cuenta que cuando salieron en los ochenta los videojuegos se presentaron como un electrodoméstico, como una televisión. La publicidad que se hacía no tenía marcas de género. No iban dirigidos a hombres ni a mujeres, solo a quien pudiera comprarlos. En ese momento los que tenían más dinero para dedicarlo a sus hobbies seguían siendo los hombres, por lo que la publicidad de videojuegos empezó a centrarse en ellos. De hecho, había videojuegos que lo jugaban indistintamente hombres y mujeres, como *Mario*, de Nintendo, que, años después de su lanzamiento, se promociona con una publicidad abiertamente machista. Hay un anuncio muy famoso en el que un chico y una chica están en el baile de graduación, el *prom* americano, y la chica aparece bailando, muy enamorada, y el chico, por detrás, está jugando con una *Game Boy*. Durante esta época se prestaba mucha atención a lo que los hombres decían que les gustaba cuando querían jugar, y se hacían muchos videojuegos en consecuencia.

Personalmente siento que hay juegos que históricamente me han rechazado. Se me ocurre por ejemplo *Tomb Raider*. Es una tontería de juego. Al final lo que estás resolviendo son puzles sin mayor complejidad en un escenario. Pero el hecho de que sexualizara al personaje principal, Lara Croft, y la forma en la que los jugadores hablaban de ella como si fuera un producto de consumo masculino impedía que me sintiera atraída a jugar e identificarme con Lara. Muchas mujeres lo han hecho, pero yo, personalmente, no. ¿Qué pasa? Que cuando se han relanzado los juegos de la compañía *Raider*, con la promoción de los *Tomb Raider*, han cambiado la caracterización de Lara. Sigue siendo una mujer muy atractiva, pero el diseño me atrae más y siento que no es una cosa que se haya hecho así como para que lo cojan los tíos y hagan capturas para verle las bragas. Es algo a lo que puedo jugar yo. Entonces, sí que es cierto que las mujeres hemos jugado todo el tiempo, que muchas veces hemos jugado con personajes muy sexualizados, o con personajes diseñados con misoginia. El otro día estaba leyendo que la novela bélica o parte de la novela histórica atrae mucho a los hombres y tiene menos lectoras femeninas. Esto sucede exactamente igual en los videojuegos. Supongo que parte de la forma en la que se narra la historia es a través del conflicto bélico y a lo mejor nos interesa menos, porque las mujeres puede que no tengamos la noción de que formamos parte de estas cosas.

Gustos y preferencias en la comunidad gamer: In/diferencias de género

M.J. Rubio y A. Gordo: En tu opinión, ¿cuáles son los videojuegos, o los elementos de su diseño o estética, que atraen más a las mujeres?

Marta Trivi: En los últimos años se ha intentado variar y hacer videojuegos que apelen al gusto de las mujeres. Normalmente son estéticas más *cartoon*. Para las mujeres es importante el diseño de los personajes femeninos, de forma que veamos que están caracterizados para que nosotras nos identifiquemos y no para que los hombres los consuman. Por ello, puede que el arte más atrevido, el arte más *cartoon*, atraiga más a las mujeres. Otro aspecto importante es que las acciones que ejecutamos en ese juego no sean violentas. De lo contrario, muchas mujeres lo rechazarían de plano. Otras veces, este no es el caso. En el *Counter-Strike: Global Offensive* (conocido también por el acrónimo CS:GO), uno de los videojuegos clásicos de disparos, no haces más que pegar tiros y les gusta a muchas mujeres, pero en general la violencia no nos atrae. Hay un ensayo muy interesante de Brie Code (2017) que plantea que la mayoría de los hombres, no todos, se sienten interpe-lados por las peleas, por el patrón de *fight-or-flight* (lucha o huida) También plantea que las mujeres suelen tener otro tipo de reacciones como proteger y avanzar. Entonces, ahora hay muchos videojuegos que intenta estimular esos patrones más próximos a la comunicación y el cuidado.

M.J. Rubio y A. Gordo: Algunos trabajos indican que las mujeres tienen una mayor preferencia por los videojuegos que promueven la cooperación y la resolución pacífica de conflictos y una mayor capacidad para empatizar con los personajes de los videojuegos (Melo-Sánchez et al., 2023; Desai, Zhao y Szafron, 2016; Fullerton et al., 2008; Williams et al., 2009). Esto podría explicar, en parte, lo que comentabas sobre por qué las mujeres juegan más a videojuegos menos violentos, que cuentan historias o que permiten crear personajes propios. No obstante, al margen de estas explicaciones de corte biologicista, hemos podido apreciar la gran acogida entre mujeres de los juegos de disparos más recientes como *Valorant*, si bien esa mejor acogida, según los/as *gamers* entrevistados/as, responde a la mayor variedad de roles de los personajes.

Marta Trivi: Sí, es cierto, [este argumento] puede verse algo reduccionista, incluso puede que sexista, porque entiendo que no a todas las mujeres les atrae o se sienten identificadas con estos roles tan estereotipados. Últimamente están apareciendo personajes que permiten que no nos sintamos incómodas jugando, que no veamos la misoginia que nos rodea en la pantalla. Por ejemplo, *Nier:Automata* es un juego que gusta a muchas mujeres. A mí también. Se trata de un juego de rol que cuenta en su primera parte con personajes androides que llevan a cabo una incursión junto con otros androides en el territorio de las máquinas, para de este modo eliminar posibles peligros y resistencias que puedan encontrar. Sin embargo, el personaje central, una de las androides femeninas, va medio desnuda y es un robot. No tiene que ir medio desnuda. Cuando sube unas escaleras, si te quedas parado, puedes mover la cámara hacia arriba y verle las bragas. En fin, no sé cuáles son los criterios, pero sí que aprecio cada vez más que a las jugadoras les gusta que haya personajes de las que ellas se puedan disfrazar. Puede parecer una tontería, pero es así. Entiendo que será por distracción. Por ejemplo, en *Overwatch*, un juego de acción multijugador, que le gusta mucho a las mujeres, hay un personaje coreano, D.Va, que es una videojugadora. Las feministas coreanas la han adoptado como símbolo de las mareas feministas. ¿Qué pasa? Que han diseñado a D.Va específicamente para que le guste a las mujeres: lleva una ropa guay, es muy colorida, tiene frases muy chulas cuando gana, y además es muy adorable y todo eso.

Entre la in/visibilidad y la segregación de las mujeres en modalidad competitiva

M.J. Rubio y A. Gordo: En las entrevistas que hemos realizado para nuestras investigaciones había un sentir común acerca de la invisibilidad forzada y el silencio al que se ven avocadas muchas mujeres en los videojuegos. En los juegos como *Valorant*, con interacción a través de chat de voz, las mujeres suelen permanecer calladas cuando no conocen al resto de su equipo. Así lo indica uno de nuestros informantes cuando, refiriéndose a su compañera habitual de juego dice que en las partidas de *Valorant* “a la que hay tres personas que conoce y dos que no, ella no habla”. La misma empresa Riot Games (2021), creadora de *Valorant* y *League of Legends*, anuncia un campeonato exclusivo para mujeres, *Game Changers*, que según la propia empresa ofrece “nuevas

oportunidades y visibilidad para mujeres y otros géneros marginados dentro de los *e-sports*".
¿Cuál es tu parecer acerca de este tipo de *apartheid* de género?

Marta Trivi: Las mujeres han jugado desde siempre. Lo que sucede es que en los foros online o en las salas de chats mucha gente no sabe que eres una mujer. Muchas tenemos la sensación de que no tenemos que estar en este sitio, de que no es nuestro sitio, y estamos invadiendo los videojuegos. Este sentir pasa a convertirse en un lugar común contra las videojugadoras. Así lo plantea Zoë Quinn, la mujer a la que más acosaron en la campaña de hostigamiento conocida como *Gamergate* (Quinn, 2017; Sarkeesian y Adams, 2018; Burgess et al., 2017)¹ con la que se intentó frenar la entrada de ideas feministas en los videojuegos. En agosto del año 2014, el exnovio de la creadora de videojuegos Zoe Quinn publicó un artículo que hacía referencia a intimidades de la que fue su pareja, ejerciendo así acoso hacia la creadora y provocando una oleada de ataques machistas hacia Quinn con amenazas de muerte e, incluso, de violación. Quinn (2017) señala que a las mujeres que jugaban se las acusaba de "entrar en los videojuegos para destruirlos, para cambiarlos", para pasar a afirmar que "desde que las mujeres juegan, esto es peor". Las mujeres estamos en todos los sitios jugando a todas las cosas, lo que pasa es que no somos visibles. Es importante tener en mente que el 50% de gente que juega son mujeres, y en algunos sitios incluso más. Cuando hablo con mis compañeras, una cosa en común que tenemos todas es que utilizamos un *nick* neutro, no encendemos el micro y muchas veces jugamos en servidores pequeños. Sé que hay muchas comunidades de mujeres que se crean sus propios servidores y solo juegan entre ellas. *Terebi Magazine*², que es una publicación española, tiene servidores donde solo juega gente de *Terebi*. Estamos en todos los lados, pero no se ve. Otra cosa que pasa es que las competiciones y los equipos competitivos muchas veces no aceptan mujeres, dando aún más la sensación de que solo juegan hombres, o solo se lo toman en serio los hombres, o que ellos son los buenos. Pero al final es simplemente que no hay mujeres en los equipos competitivos porque no se puede o no quieren o las mujeres que han empezado han sufrido demasiado acoso. No es que sea contradictorio. Es simplemente que no se ve a las mujeres que están jugando, pero las mujeres estamos en todos los lados y aquí desde siempre. Es cierto que en los últimos años me parece que ha aumentado en un 5% el número de mujeres que juegan, pero creo que es porque es más aceptable que las mujeres digan que jugamos, sobre todo las mujeres que tienen hijos, y las más mayores.³

El ámbito de los e-sports y sus misoginias amplificadas

M.J. Rubio y A. Gordo: Los/as jugadores/as que hemos entrevistado hasta ahora también reparan en la escasa presencia de las mujeres en estas modalidades competitivas y menos aún en los *e-sports*. Un entrevistado *gamer* decía que, a pesar de que en el caso del videojuego *Valorant* los equipos de *e-sports* son mixtos, "prácticamente todos están compuestos por hombres porque son los que llevan jugando toda su vida".

Marta Trivi: El principal problema de videojuegos como la *Liga de las Leyendas (LoL)* es la gente que viene de las comunidades de los *e-sports*, donde prevalece la competición deportiva en lugar del espectáculo. La competición se basa muchas veces en denostar al otro equipo y a los seguidores del otro equipo. Entonces en *LoL* muchos de los equipos representan a un país. Si tú eres de tal equipo que es español y tú de otro equipo, si eres coreano, pues "eres un asqueroso y un no sé qué". Y ahí, sobre todo, se recurre y utiliza la rivalidad y el odio entre países. Entonces, por un lado, tienes esa toxicidad. Por otro lado, el hecho de que los juegos como el *LoL* sean tan

¹ Para una compilación exhaustiva y actualizada de esta campaña de acoso véase el artículo "Gamergate (harassment campaign)" en [wikious.com](https://www.wikious.com), 2024. Una muestra de los análisis feministas más reconocidos del *Gamergate* son los trabajos de Jane (2017), Massanari (2017) y Salter (2017). Para algunos estudios acerca de las implicaciones y consecuencias actuales del *Gamergate* consultar Mortensen et al., (2020); Amores (2024).

² <https://terebimagazine.es>

³ Véase Bryter (2023) y Batchelor (2023).

competitivos hace que la gente se lo tome muy en serio y, por lo tanto, si tú solo estás jugando, no estás compitiendo, suscitas muchos insultos y odio. Y, por supuesto, como todas las comunidades de Riot Game, que es una de las empresas con más dedicación a sus comunidades de videojugadores/as, son muy cerrados y tienen todo este odio misógino de llevar muchísimos años en Internet. Para mí, *LoL* es el sitio donde más misoginia veo y odio encuentro. En el *Counter Strike (CS: GO)* también hay muchísimo odio hacia las mujeres, pero no tiene las visualizaciones que tiene el *LoL*. Conozco a muchas mujeres jugando al *CS: GO* pero en *LoL* hay muchas más mujeres que se identifican como mujeres porque juegan, por ejemplo, en *streaming*, o porque son presentadoras. Por ejemplo, Ainhoa Campos Zurriaga, más conocida como Noa, es una persona que ha estado muy dentro de los *e-sports* competitivos. Actualmente es comentarista de la Liga Profesional de Videojuegos (LVP), la mayor organización de *e-sports* del mundo en lengua hispana. Presentaba partidas con Ibai, el *influencer* que afianzó su fama tras su colaboración con el exjugador de fútbol Piqué. Noa ha sido jugadora de *LoL* y también de *Valorant*, si no me equivoco, y de *Overwatch*. Además, ella ha escrito mucho desde la perspectiva feminista. Dejó de participar en *e-sports* porque la insultaban por ser presentadora. Como señala Carlos ‘Liber’ Díaz (2022), Noa es un referente no solo en el ‘casteo’, o transmisión en vivo de competiciones de videojuegos, “sino en labrar una carrera pese a las críticas y la dificultad de crecer en el sector”.

Las estrategias *fan communication*: Promotores de marca, de comunidad, de *wefan*

M.J. Rubio y A. Gordo: En los casos de uso problemático o no deseado de los medios digitales por parte de los jóvenes o adolescentes, de la telefonía móvil, por ejemplo, de manera habitual se apela a la responsabilidad de las familias y de los educadores. Apenas se repara en la responsabilidad de las compañías. Nosotros estamos interesados en el papel activo de estas compañías, en el modo que vuelcan sus intereses, sus prejuicios y estereotipos, en el diseño de los espacios digitales y las comunicaciones que propician. En concreto, intentamos analizar la toxicidad y la misoginia en los videojuegos desde su dimensión estructural, institucional, por ejemplo, atendiendo al papel activo de los diseños de los entornos digitales en los casos de violencia de género. Apreciamos que en los videojuegos hay elementos que incitan a ser utilizados de una u otra manera, como si te empujaran a hacer o dejar de hacer, a decir esto o lo otro. Empezamos recurriendo a la noción de disposiciones o *affordances* y posteriormente conceptos más específicos como *nudging*, diseños persuasivos, tóxicos u oscuros. Por ejemplo, en el caso del videojuego *Valorant*, algunos de los/as *gamers* entrevistados indican que la posibilidad de elegir personajes valiéndose de software a terceros o *bot* (haciendo *instanpick*), sin tener que hablarlo y consensuarlo previamente con el resto de tu equipo, añade enfado y tensión de partida, sobre todo en las partidas competitivas ya de por sí desafiantes. Como indica uno de nuestros entrevistados: “Pero si nada más empezar, alguien coge y [*instan*]pickea un personaje porque quiere, y sin preguntar, de forma egoísta, el equipo ya va a estar enfadado”. Otro entrevistado repara en este sistema de elección de personajes y el malestar que supone cuando dice: “Si tú empiezas molesto en una partida que va a durar cuarenta minutos, porque el competitivo dura cuarenta minutos [...], cualquier mínima molestia que te ocasionen, vas a explotar. Y como estás detrás de una pantalla, nadie te está viendo, nadie te puede hacer nada, puedes soltar lo que te apetezca, puedes decir las barbaridades que quieras”.

Esta es a grandes rasgos nuestra idea, nuestro propósito (Rubio y Gordo, 2024).

Marta Trivi: Entonces, lo que estáis buscando es qué hay en la naturaleza del diseño de los espacios comunes de juego que hace que se produzca o facilite esta violencia contra las mujeres. Lo primero que he pensado cuando os estaba escuchando es en ejemplos de lo contrario. Pensaba específicamente en Nintendo, una compañía que de base no deja que la gente se comunique directamente y solo permite interacciones positivas estrictamente relacionadas con el juego. Si una persona está jugando y lo ha hecho muy bien, le puedes poner un corazón, o le puedes poner un emoticono de victoria. Las mujeres que conozco, cuando juegan online, juegan a muchos juegos de Nintendo porque no hay un chat de voz para decirle a alguien “qué mala eres, que no sé qué”. Solo

puedes dar *feedback* positivo. Si te enfadas, el único *feedback* negativo que puedes dar es irte, dejar la partida. Lo que pasa es que muchas compañías intentan crear comunidades online. La gente que desde hace años juega a videojuegos, son gente que siempre se ha movido con un poco de libertad en Internet, y que sabe cómo funciona, y que ha estado muy pegada a comunidades online. Y las compañías se han dado cuenta de que, si tú tienes una comunidad online muy fuerte, puedes dirigir la comunicación o hacer campañas de marketing muy específicas. Entonces, todas las grandes compañías intentan por todos los medios crear comunidades.

Recursos y estrategias para crear y promover las comunidades *gamer*

M.J. Rubio y A. Gordo: Has comentado la importancia de las comunidades para las empresas del sector del videojuego. Señalabas que las estrategias de comunicación y marketing en buena medida dependen de estas comunidades. ¿Cuáles son los principales recursos y estrategias que las compañías despliegan para promover y consolidar estas comunidades? ¿Cómo encajan los/as *streamers* en el mantenimiento o dinamización de estas comunidades, cuyas primeras manifestaciones se remontan a finales de los años 80?

Marta Trivi: Los *streamers* tienen ahora una posición muy destacada en los juegos competitivos. Hay otros juegos, como *Cyberpunk 2020* y su adaptación posterior *Cyberpunk 2077*. Se trata de un juego de ficción que transcurre en la ciudad ficticia estadounidense de Night City, que presenta una sociedad estratificada de guerra de pandillas, rivalidades corporativas y maquinaciones políticas en las que los jugadores deben sobrevivir. Sus comunidades de jugadores cuentan, por ejemplo, con artistas que hacen *fan art*; un arte hecho por fans y que alude a creaciones existentes del cine, televisión, videojuegos o cómic. Si entras en sus *reels*, hay mucha gente que hace arte, mucha gente que escribe historias: es una comunidad *fan*. En mi caso, por ejemplo, me gustan mucho los simuladores de granjas, y estoy jugando a un juego que se llama *Coral Island*. Una persona muy importante en nuestra comunidad ha hecho una aplicación que te dice qué cultivo sale cada día en el juego. Es una persona muy influyente. Respecto a los juegos competitivos y el modo en que las empresas cultivan sus comunidades, tienen canales centrados en hacer comunidad. Activision Blizzard, una empresa de videojuegos estadounidense propiedad de Microsoft, tiene la BlizzCon, una convención grandísima específicamente dirigida a ir vestido de tu personaje favorito. En ese canal solo hablamos de actividades dirigidas a sus miembros, a *wefan*. Riot Game es otra empresa muy centrada en los *fans*. Por ejemplo, si no eres *fan* del *LoL*, no te interesa un juego de puzzle protagonizado por uno de sus personajes que no sabes quién es. Hay muchísimas compañías que tienen sus propios eventos para *fans*, tienen sus propias palabras para dirigirse a los *fans* en redes sociales. Si no formas parte de esa comunidad dices “bueno, ¿esto qué es?”. Antes era normal que muchos desarrolladores formaran parte de la comunidad y hablaran en los foros y postearan. Ahora, con los *streamers* los desarrolladores han pasado a un segundo plano. Aparte, los desarrolladores ya son un poco más mayores, pero antes era bastante usual que discutieran con gente en Twitter y cosas de esas, pero eso ya creo que se ha superado un poco.

M.J. Rubio y A. Gordo: ¿Cómo describirías a esas comunidades? ¿Cuál sería en tu opinión su principal cometido?

Marta Trivi: Las comunidades son muy cerradas. Y es muy fácil que se genere un microcosmos, que no son estrictamente parte del juego, pero están favorecidas por las compañías, en las que se crea un sistema por el cual las personas que pertenecen a las comunidades se identifican muy fuerte entre ellos. Los demás son ‘los otros’. En esas comunidades cuesta mucho entrar y, además, en esas comunidades muchas veces se coordinan oleadas de acoso. Yo lo he visto contra periodistas, pero claro en esas comunidades se sienten como: “nos están atacando, están diciendo cosas contra nuestro juego, nos están llamando no sé qué”. Entonces eso no es una comunidad estrictamente del juego. Muchas veces pasa en red, en los foros de una página. Pero quieras que no, las compañías hacen grandes esfuerzos por crear esas comunidades, por mantener esas comunidades y por hacerlas sentir que son especiales. En general, yo creo que todas las comunidades competitivas online son bastante cerradas.

M.J. Rubio y A. Gordo: Entonces, por una parte, dices que las propias empresas, las compañías, fomentan comunidades con identidades muy fuertes, muy sostenibles en el tiempo, con valores muy autorreferenciales. Por otra parte, planteas que las propias comunidades ostentan rituales de pertenencia. Es como una prueba de fuego, por decirlo de alguna forma. Sobre este tema, en concreto, una jugadora que entrevistamos decía que juegos como *Valorant*, de disparos en primera persona, le enganchan, aunque reconoce y vive la violencia como jugadora y como mujer. Por otra parte, otro jugador también señalaba que la toxicidad de estos ambientes es adictiva de manera que “estoy tan enganchado que literalmente ya no lo veo tóxico, lo veo normal [...] y, luego, después de eso, en casos bastante extremos, también hay que decir, te vuelves parte de la comunidad tóxica”. Este mismo jugador además señalaba que esta violencia en su opinión le ayuda a desahogarse del estrés del día a día, pero además que incluso le viene bien en partidas no competitivas, previas a las competitivas, para llegar a estas más relajado, desfogado. En este sentido, no sé si podríamos plantear que el odio hacia las mujeres, su tono exacerbado en los videojuegos online (“eres un paquete”; “vete a tu casa”; “vete a fregar”; “prepárame un café”; “puta”; “zorra”) formaría parte de rituales que al tiempo que regulan a quién se incluye y a quién no, encuentran en la violencia un tipo de correa de transmisión, de espacio liminal entre el afuera y adentro de la comunidad ¿Crees que tiene sentido lo que estamos diciendo?

Marta Trivi: Hay que tener en cuenta que había comunidades de videojuegos cuando todavía no había comunidades de otro tipo de cosas, de pintura o de croché o de lo que queráis decir. Como eran pioneras en Internet, sí que es cierto que mucha gente de ultraderecha, mucha gente especialmente nacionalistas blancos en Estados Unidos, accedían a estas comunidades para intentar propagar ciertos discursos. Esta misma idea la plantea de manera muy acertada Laura Bates (2021) en su último libro *Men who hate women*. No es normal que la gente que juega a videojuegos por defecto sea machista, pero sí que es cierto que en estas comunidades había mucha gente, sobre todo jóvenes, que pasaba muchísimas horas dentro de esos foros y salas de chat. En estas comunidades también había gente de ultraderecha que empieza a hacer humor basado en el odio o la violencia contra las mujeres (humor *edgy*). Este tipo de humor en Internet funcionaba muy bien, primero, porque no es lo mismo hacer un chiste misógino delante de una mujer, que hacer un chiste misógino cuando tú crees que todos los que te escuchan son hombres. Al principio son bromas, y tú respondes a las bromas, porque la comunidad es joven y es *edgy*, como digo, y tienes que demostrar que todo esto te está pareciendo muy gracioso. Al final, este tipo de mensajes que empiezan como broma, se queda como una ideología. Entonces, evidentemente, yo creo que los chavales que hace diez o veinte años se metieron en comunidades de videojuego, a lo mejor no eran más o menos machistas que el resto de los hombres que hay en todos los lados. Pero si parte de las cosas que se dicen y hacen en tu comunidad, por ejemplo, decir, “hazme un sándwich”, cuando entra una tía, o “enséñame las tetas o pirate”, u otra barbaridad, pues empiezas a decirlo, aunque sea una broma. Si tú hace quince años estabas en una sala de chat o en un foro sobre videojuegos, tú hacías chistes misóginos. Muchas veces lo hacías porque era una broma. Tú misma le decías a otro tío “hazme un sándwich”, y tú eras una chica. Al final eso te hace misógino/a al menos que digas “oye, por qué estoy diciendo esto, esto no es solo una broma. Esto es al final algo que va contra ti”. Zoë Quinn (2017) también lo comenta en un libro titulado *Chras override*, donde habla precisamente que es sus años como creadora de videojuegos ella hacía mucho humor *edgy*. Entraba en 4chan y decía cosas tales como que “hay que echar a las mujeres fuera de los videojuegos”. Al final tú quieres ser parte de esa comunidad, y si ser mujer es algo que va a generar cierto conflicto, o lo escondes como decía, o te haces la mujer más misógina o tragas, hasta que te das cuenta de “oye, todas las mujeres... Mis amigas juegan y no son como están diciendo esos hombres, a lo mejor se equivocan”. Así que, sí que tiene sentido lo que proponéis.

Entre Steve Bannon/Trump y los videojuegos hay una línea recta que los une

M.J. Rubio y A. Gordo: Lo que comentabas acerca de las primeras comunidades de videojuegos en Internet como uno de los primeros espacios para ensayar estrategias de persuasión nos

recuerda las propuestas de algunos estudiosos y críticos de la nueva extrema derecha (Ahmed y Pisiou, 2020; Fried, 2022; Wells et al., 2023). ¿Podríamos decir que algunas de estas comunidades tan cerradas, replegadas sobre sí mismas, se prestaban a ser instrumentalizadas por lobbies afines a la extrema derecha? ¿Cabría establecer algún tipo de correspondencia entre estas comunidades y las estrategias de comunicación y de posverdad que encontramos en la *alt-right* durante la última década y entre ellas movimientos tan extremos como QAnon, incorporados en el trumpismo? En un estudio reciente, Azade E. Kakavand (2024) analiza la comunicación de la extrema derecha en las redes sociales generalistas occidentales a la luz de las posibilidades tecnológicas, centrándose en la interacción entre el diseño de las plataformas y su uso. El trabajo concluye que el diseño de las redes sociales y sus características tecnológicas influyen significativamente en la forma en que los actores de la extrema derecha se organizan, difunden su ideología y se conectan con otros (Tabla 1).

Tabla 1. Disponibilidades (*affordances*) tecnológicas y las redes sociales

	Facebook	Instagram	Twitter	Telegram	YouTube
Persistence	High for posts, low for stories	High for posts, limited for stories	High	High (also for deleted content)	High
Replicability	High	High	High	High	High
Scalability	Possibly high (algorithmic)	Possibly high (algorithmic)	Possibly high (algorithmic)	Low (not algorithmic)	Possibly high (algorithmic)
Connectivity	High	Medium	Medium	Low	Low
Identifiability	High	Medium	Medium	Low	Medium
Searchability	High, curated	High, curated	High, curated	Low, uncurated	High, curated

Fuente: Kakavand (2024, p. 42)

Marta Trivi: Totalmente. Las conexiones que sugerís son algo que tenemos absolutamente aceptado en el mundo del videojuego. Todo lo que ha pasado con Trump, todo esto de Steve Bannon, ha pasado antes en videojuegos. Bannon fue el principal ideólogo y estratega que llevó a Donald Trump a la Casa Blanca, con una campaña populista, racista, plagada de *fake news*, procede del mundo de la banca y de las industrias culturales del entretenimiento. Como señala Marisa Kohan (2021) este modelo desvergonzado de hacer política fue adoptado por diversos partidos ultraconservadores de Europa y del resto del mundo (Jair Bolsonaro en Brasil, Mateo Salvini en Italia y el partido Vox en España) (Tabla 2).

El *Gamergate*, que tuvo lugar en 2014, fue la prueba de cómo puedes instrumentalizar una comunidad para hacer daño y para propagar ciertas ideas, y cómo además se puede estar diciendo una cosa y que todo el mundo dentro de la comunidad sepa que no es verdad, pero tengan que actuar así por algo mayor. Quiero decir, en el *Gamergate* la idea oficial que decían en redes sociales y que ponían delante de la cámara era “Queremos proteger la prensa del videojuego”, eso es lo que decían. Pero después, en su propio foro, en 4chan, la realidad era bien distinta: “vamos a atacar a esta mujer, porque sí. Vamos a atacarla, vamos a filtrar sus fotos desnuda, vamos a ir a su casa y echarla de su casa, vamos a ir al trabajo de su padre y vamos a hacer que despidan a su padre, porque no nos gusta. No nos gusta que haya mujeres aquí”. Entonces es eso, el doble mensaje. Están diciendo que es a la vez por proteger a la prensa, pero saben que no hay ningún problema con la prensa. Les podías decir: “mirad, habéis empezado a atacar Zoë Quinn porque decís que ella ha utilizado el sexo para que reseñen bien su juego, pero el periodista con el que decís que se ha acostado nunca ha escrito acerca de su juego. Así que esto que decís es mentira”. Y te van a decir: “No, pero ellos protegen la prensa del videojuego / ¿Cómo se protege? / Atacando a esta señora y echándole de este espacio y luego vamos a buscar a otra señora, Anita Sarkeesian⁴, y vamos a

⁴ Anita Sarkeesian, comunicadora, crítica cultural y objeto de ciberacoso en la campaña Gamergate, publicó un video en la serie *Tropos contra Mujeres* en el que conciencia sobre el sexismo y trata el rol de las mujeres en los videojuegos. El caso enfureció a la comunidad masculina de *gamers* machistas <https://eldiariofeminista.info/2018/04/06/feminismo-en-los-videojuegos-y-el-caso-gamergate/>

echarla también. / ¿Qué ha hecho Anita Sarkeesian? / Habla de feminismo y videojuegos. / ¿Qué tiene eso de malo? / No es bueno para la prensa”. O sea, te van a buscar ese tipo de cosas y al final son las mismas estrategias, pero idénticas. Y, de nuevo, en *Muerte a los Normies: Las guerras culturales en Internet que han dado lugar al ascenso de Trump y la alt-right* de Angela Nagle (2019) y *Rebirth* de Stanley Aronowitz (2013) se habla ya de eso. En 2016 se publicó el libro sobre el Gamergate, titulado *The State of Play* (Goldberg y Larsson, 2015). Por tanto, está muy asentada la idea que estas comunidades en torno a los videojuegos eran campo donde se probarían estas estrategias de redes sociales a largo plazo. Naomi Klein (2023) en su nuevo libro, a través de una figura tan incómoda y fascinante como la del doble (o «doppelgänger» en su etimología alemana), también propone a los videojuegos como aquello que pasó primero, en el sentido de verdad alternativa o “verdad del espejo”. En el libro los seguidores de QAnon representan esa verdad alternativa. Algo parecido sucede con los videojuegos mucho antes del *Gamergate* donde a todas las videojugadoras se las tacha de corruptas y se las culpa de haber “hecho un grupo para destruir los videojuegos porque nos odian, pero a la vez sabemos que eso es mentira, pero a la vez queremos creer esto”. Es imposible hablar, de hecho, porque nada es verdad y nada es mentira. Pero, efectivamente, entre Bannon y los videojuegos hay una línea así recta que los une.

Tabla 2. Cuadro resumen de la ideología alt-right

V · T · E		Alt-right
Ideas	Core	American nationalism · Anti-communism · Antifeminism · Anti-immigration · Antisemitism · Anti-Zionism · "Blood and soil" · Cultural racism · Fourteen Words · Ghost skin · Gun rights · Homophobia · Increase in birth rates · Islamophobia · Isolationism · Large families · Nativism · Protectionism · Racism · Right-wing populism · Scientific racism · Transphobia · White ethnostate · White nationalism · White supremacy · Xenophobia
	Conspiracy theories	Cultural Marxism · Eurabia · George Soros · Great Replacement · Homosexual agenda · Kalergi Plan · Murder of Seth Rich · New World Order · Pizzagate · USS Liberty incident · White genocide · Zionist Occupation Government
	Related	Accelerationism · Alt-lite · Alt-right pipeline · Alternative media · Boogaloo movement · Christian Identity · Creativity · Deznat · Ethnofuturism · Holocaust denial · Identitarian movement · Incel · Kinism · Manosphere · Men Going Their Own Way · MAGA Communism · National Socialist black metal · Neo-Confederate · Neo-fascism · Neo-nationalism · Neo-Nazism · Northwest Territorial Imperative · Nordic racial paganism/Odalism · Nouvelle Droite · Paleoconservatism · Paleolibertarianism · QAnon · Radical right · Reactionary (Dark Enlightenment) · Third Position
Online culture	Alt-tech	4chan (/pol) · 8chan · BitChute · Epik · Gab · Gettr · Minds · Parler · Terrorgram · Truth Social · Voat (defunct)
	Websites	American Renaissance · Breitbart News · The Daily Stormer · InfoWars · Kingdom Identity Ministries · Kuruc.info · Metapedia · Occidental Observer · The Occidental Quarterly · Rebel News · Red Ice · Reddit (r/The_Donald) · The Right Stuff · StoneToss · Stormfront · TruNews · Vanguard News Network · VDARE · WorldNetDaily
	Memes	"Basket of deplorables" · "Beta male" · "Cuckservative" · "Deus vult" · Fashwave · Happy Merchant · "It's okay to be white" · Moon Man · NPC · OK gesture · "Owning the libs" · Pepe the Frog · "Red pill and blue pill" · Right Wing Death Squad · "Remove Kebab" · "Shadilay" · "Snowflake" · "Social justice warrior" · Trash Doves · Triple parentheses · Undercut
Groups	AltRight Corporation · American Freedom Party · Anti-Communist Action · Antipodean Resistance · Atomwaffen Division · The Base · Deplorable Pride · Diagonol · Groypers · Hundred-Handers · Identity Evropa (defunct) · Identitarian Movement of Austria · Lads Society · Les Identitaires · London Forum · National Justice Party · National Policy Institute · New Century Foundation · Patriot Front · Patriot Prayer · Proud Boys · Rise Above Movement · Traditionalist Worker Party (defunct) · Vanguard America · Washington Summit Publishers	
Events	Incidents	Berkeley protests · Comicsgate · DeploraBall · End Domestic Terrorism rally · Gamergate · Macron e-mail leaks · Unite the Right rally (Unite the Right 2)
	Attacks	Assault of DeAndre Harris · Buffalo shooting · Charleston church shooting · Charlottesville car attack · Christchurch mosque shootings · El Paso shooting · Murder of Blaze Bernstein · Murder of Timothy Caughman · Pittsburgh synagogue shooting · Portland train attack
	Lists	List of Atomwaffen Division members in the United States who faced criminal charges · Timeline of activities involving the Proud Boys
People	James Allsup · Andrew Anglin · Andrew "weev" Auernheimer · Steve Bannon · Theodore "Vox Day" Beale · Carl "Sargon of Akkad" Benjamin · Owen Benjamin · Don Black · Peter Brimelow · Christopher Cantwell · Mike Cernovich · Alain de Benoist · John Derbyshire · Jack Donovan · David Duke · Mike Enoch · Guillaume Faye · Haakon Forward · Daniel Friberg · Nick Fuentes · Jean-François Gariépy · Ben Garrison · Austin "Augustus Sol Invictus" Gillespie · Tim "Baked Alaska" Gionet · Faith Goldy · Paul Gottfried · Christopher Paul Hasson · Matthew Heimbach · Michael A. Hoffman II · Sam Hyde · Charles C. Johnson · Greg Johnson · William Daniel Johnson · Alex Jones · Arthur J. Jones · Jason Jorjani · Ruuben Kaalep · Tom Kawczynski · Jason Kessler · Steve King · Elliott Kline · Nick Land · Alex Linder · Lana Lokteff · Laura Loomer · Norman Lowell · Kevin MacDonald · Jeremy MacKenzie · James Mason · Stephen McNallen · Merlin Miller · Stephen Miller · Stefan Molyneux · Paul Nehlen · Paul "GypsyCrusader" Nicholas Miller · Ethan Nordean · Jack Posobiec · Bronze Age Pervert · Paul Ray Ramsey · William Regnery II · Jack Renshaw · Colin "Millennial Woes" Robertson · Steve Sailer · Martin Sellner · Thomas Sewell · Lauren Southern · Richard B. Spencer · Brett Stevens · Jared Taylor · Tila Tequila · Daryush "Roosh V" Valizadeh · Varg Vikernes · Paul Joseph Watson · Lucian Wintrich · Curtis Yarvin · Milo Yiannopoulos	
Opposition and criticism	People	Antifa · Steven "Destiny" Bonnell II · Ian "Vaush" Kochinski · Harris "Hbomberguy" Brewis · Ian "Innuendo Studios" Danskin · Robert Evans · Emily Gorcenski · Daryle Lamont Jenkins · Angela Nagle · David Niewart · Shaun · Abigail "Philosophy Tube" Thorn · Natalie "ContraPoints" Wynn · Donna Zuckerberg
	Media	Alt-America · Culture Warriors · Devil's Bargain · Feels Good Man · I Don't Speak German · It Came From Something Awful · Kill All Normies · Knowledge Fight · White Right: Meeting the Enemy

Fuente: wikious.com (2024) [https://wikious.com/en/Gamergate_\(harassment_campaign\)](https://wikious.com/en/Gamergate_(harassment_campaign))

La misoginia, el discurso del odio y la estigmatización de la identidad Gamer desde sus inicios: *The Death of Gamers*

M.J. Rubio y A. Gordo: Antes has señalado que un sector de la comunidad del videojuego percibe la participación de las mujeres como una amenaza para la identidad *gamer*. Decías que esta narrativa a principios de la década pasada desencadena una campaña de hostigamiento y ataques hacia profesionales de la industria de los videojuegos, sobre todo mujeres como fue el caso de Zoë Quinn y Anita Sarkeesian. Esta campaña, conocida como *Gamergate*, ha sido de sobra documentada. Tú misma tienes varias publicaciones e intervenciones en los medios especializados sobre esta campaña (Trivi, 2019, 2021). Lo que no es tan conocido es la aparición por aquel entonces de una serie de artículos que, en respuesta al *Gamergate*, apelan a la “muerte” de la identidad del jugador. Entre estos textos se incluye un artículo de Leigh Alexander (2014), en *Gamasutra*, al que se considera como el texto fundacional de esta agrupación. Todos los artículos coinciden en la falta de habilidades sociales y regulación personal de parte de la cultura de los videojuegos y señala su toxicidad y su impacto negativo en la cultura de los videojuegos. También abogan por la necesidad de erradicar este colectivo con el objetivo de promover una comunidad más inclusiva y saludable en el ámbito de los videojuegos. Nina P. Houe (2020) analiza estos ocho artículos conocidos como “Gamers Are Dead” y afirma la importancia de analizar y reflexionar sobre el discurso en torno al estereotipo del jugador de videojuegos para comprender cómo este discurso puede afectar a los jugadores y a la cultura de los videojuegos en su conjunto. En tu opinión, una década después del *Gamergate* ¿A qué se debe tanta concentración de toxicidades en torno a los juegos o comunidades competitivas de los *e-sport*?

Marta Trivi: Creo que durante muchos años las comunidades que se autodefinían como *gamer* estaban conformadas por hombres muy jóvenes con mucho conocimiento para moverse en Internet y que se relacionaban entre ellos de forma insular. Esto ha hecho que se normalicen una serie de comportamientos que son evidentemente tóxicos porque las comunidades no eran lo suficientemente diversas como para que dichos comportamientos se afearan. Cuando, con la apertura a las redes sociales, estas comunidades han chocado con otras y se les han recriminado sus comportamientos, lejos de dejarlos atrás los han reforzado como seña de identidad. Esto es algo que detalla mucho mejor que yo el investigador Daniel Muriel (2018) en *Identidad gamer*.

M.J. Rubio y A. Gordo: Desde esta óptica quizá podamos barajar la posibilidad de que un nuevo sector del videojuego, ahora desde una posición destacada en las industrias culturales, se haya apropiado de parte de estos estereotipos negativos como principal reclamo para un sector que desde la insatisfacción de las actuales tensiones ideológicas y dinámicas de género enganche con estos discursos. En este sentido la violencia, en términos generales y contra las mujeres en concreto, actuaría como lengua vernácula de los movimientos de extrema derecha, la subcultura *incel* y un machismo cuestionado que adquiere tonos misóginos en amplios sectores. Algunas analistas sociales han denominado a esta convergencia de tendencias como “manosfera” (Ging, 2019, Fernández y García-Mingo, 2022). ¿Cómo ves tú la posibilidad de que la violencia en estas comunidades de videojuego aglutine al tiempo que promueve la convergencia de la misoginia y el odio hacia las mujeres y el ideario y medios típicos de la *alt-right*? (Tabla 2).

Marta Trivi: Estoy de acuerdo con esta lectura. Creo que el odio contra las mujeres e, incluso más específicamente, la forma en la que se presenta este odio de forma humorística sirve para aglutinar a diferentes tipos de “sabores” dentro de la nueva derecha o la derecha alternativa. Al final es la vieja estrategia de buscar un enemigo común y presentar la idea de que este enemigo quiere destruir parte de tu identidad.

Conclusiones y discusión

La colaboración con Marta Trivi aparece como parte del proyecto de investigación ‘Visibilizar y Dimensionar las violencias sexuales en las universidades’ (RTI2018-093627-B-I00)⁵. En esta

⁵ Esta investigación ha sido co-financiada por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (MCIU), Agencia Estatal de Investigación (AEI), Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dentro del Progra-

investigación tuvimos la oportunidad de atender a los elementos materiales de algunos entornos digitales que promueven prácticas asiduas de VDG, como es el caso de algunos videojuegos online multijugador. Para el análisis de estas bases materiales de las VDG, sobre todo sus arquitecturas y diseños, nos inspiramos en un primer momento en las principales aportaciones de la perspectiva tecnosocial feminista frente a la misoginia online. La adopción de este enfoque permitía observar cómo los propios entornos digitales previenen, se muestran indiferentes o fomentan estas prácticas abusivas (Rubio y Gordo, 2021). Entre los trabajos más representativos de esta perspectiva destacan los estudios de Massanari (2017), Massanari y Chess (2018), Wood (2018), Thompson y Wood (2018) y Dragiewicz et al (2018). En línea con este enfoque, y de la mano de Marta Trivi, una reputada analista de videojuegos, en este texto abordamos aspectos relacionados con los diseños tóxicos u oscuros de los videojuegos y, por ende, en la responsabilidad institucional de las propias empresas y sus estrategias de desarrollo en las actuales violencias de género digitales.

Desde esta óptica, cuando atendemos a los elementos de diseño de los videojuegos que incitan o previenen violencias de género reparamos a su vez en la responsabilidad de las compañías y en el modo que vuelcan sus interés y valores en materia de género, más o menos prejuiciosos, más o menos estereotipados o violentos. Cuando analizamos estas bases materiales de las violencias de género apelamos necesariamente al papel activo de las mediaciones digitales y del sector del videojuego, en tanto instituciones socializadoras en toda regla. Esta mirada implica que las compañías desarrolladoras de videojuegos y sus comunidades asuman responsabilidades y rindan cuentas a los organismos y regulaciones competentes. No obstante, este rendir cuentas queda diluido en unas dinámicas políticas que, como también hemos podido apreciar en las declaraciones de Marta Trivi, instrumentalizan la violencia misógina como recurso de pertenencia, de identificación. Marta Trivi ha señalado a su vez el modo que esta violencia, entendida como uno de los principales recursos identitarios de la *alt-right*, ha encontrado en las comunidades *gamers* una de las más importantes correas de ensayo y transmisión.

Con este telón de fondo, la entrevista deja entrever el complejo mundo de los videojuegos. Un importantísimo sector de la industria cultural, que aún recibe poca atención para un análisis que vaya más allá de los tópicos y las generalizaciones. En ese mundo, la presencia de las mujeres resulta paradójica: mientras que su participación crece, son excluidas de los *e-sports* o ellas mismas se autosilencian por miedo a los ataques machistas; a la vez que la industria de los videojuegos las considera un *target* en expansión, insiste en representarlas a través de una estética *cartoon* y unos roles estereotipados. Al igual que ocurre en la sociedad, las mujeres están, pero invisibilizadas, “muteadas”. Al fin y al cabo, los videojuegos no son más que el fiel reflejo de un sexismo moderno, que mientras simula la igualdad de géneros deja impunes numerosas formas de machismo y demás toxicidades.

Referencias

- de Rivera J., Gordo A., García-Arnau A. y Díaz-Catalán C. (2021). Los factores estructurales e intervinientes de la socialización digital juvenil. Una aproximación mediante el método Delphi. *Revista Complutense de Educación*, 32(3), 415-426. <https://doi.org/10.5209/rced.70389>
- Desai, N., Zhao, R. y Szafron, D. (2016). Effects of gender on perception and interpretation of video game character behavior and emotion. *IEEE Transactions on Computational Intelligence and AI in Games*, 9(4), 333-341. <https://doi.org/10.1109/TCIAIG.2016.2570006>
- Díaz, C. (2022). Noa: La mayor referente femenina del casteo en los *esports* españoles. https://esports.as.com/entrevistas/Noa-referente-femenino-esports-espanoles_0_1632136773.html

- Ahmed, R. y Pisiou, D. (2020). Uniting the far right: How the far-right extremist, new right, and populist frames overlap on Twitter—a German case study. *European Societies*, 23(2), 232–254. <https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1818112>
- Alexander, L. (28 de agosto de 2014). 'Gamers' don't have to be your audience. 'Gamers' are over. http://www.gamasutra.com/view/news/224400/Gam_ers_dont_have_to_be_your_a_udience_Gamers_are_over.php
- Amores, M. (22 de marzo de 2024). ¿Gamergate 2? Por esto llevas días oyendo hablar de Sweet Baby Inc. <https://www.3djuegos.com/opinion/noticias/gamergate-2-esto-llevas-dias-oyendo-hablar-sweet-baby-inc>
- Amores, M. (Ed.) (2018). *¡Protesto!: Videojuegos desde una perspectiva de género*. Barcelona: Anaitgames Editores.
- Aronowitz, Stanley (2013). *The death and rebirth of American radicalism*. Routledge.
- Batchelor, J. (23 de agosto de 2023). European market report: Growing revenues, growing workforce and older gamers. <https://www.gamesindustry.biz/european-market-report-growing-revenues-growing-workforce-and-older-gamers>
- Bates, L. (2021). *Men who hate women: From incels to pickup artists: The truth about extreme misogyny and how it affects us all*. Sourcebooks, Inc.
- Bryter (2023). Women games report 2023. <https://www.bryter-global.com/women-gamers-report-2023>
- Burgess, M. C., Byars, F., Sadeghi-Azar, L. y Dill-Shackleford, K. E. (2017). Online misogyny targeting feminist activism: Anita Sarkeesian and Gamergate. En Sturmey, P. (Ed.), *The Wiley handbook of violence and aggression* (pp. 1-13). Wiley-Blackwell.
- Code, B. (8 de marzo de 2017). Slouching toward relevant video games. *Gamesindustry.biz*: <https://www.gamesindustry.biz/slouching-toward-relevant-video-games>
- Díaz-Fernández, S. y García-Mingo, E. (2022). The bar of Forocoches as a masculine online place: Affordances, masculinist digital practices and trolling. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448221135631>
- Dragiewicz, M., Burgess, J., Matamoros-Fernández, A., Salter, M., Suzor, N. P., Woodlock, D., Harris, B. (2018). Technology facilitated coercive control: domestic violence and the competing roles of digital media platforms. *Feminist Media Studies*, 18(4), 609–625. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447341>
- Fernández Enguita, M. y Vázquez Cupeiro, S. (2016). La larga y compleja marcha del clip al clic. *Escuela y profesorado ante el nuevo entorno digital*. Ariel.
- Fried, I. (20 de octubre de 2022). How the far right borrowed its online moves from gamers. <https://www.axios.com/2022/10/20/gamergate-right-online-harassment-joan-donovan-meme-wars>
- Fullerton, T., Fron, J., Pearce, C. y Morie, J. (2008). Getting girls into the game: Toward a virtuous cycle. En Kafai, Y. B., Heeter, C., Denner, J. y Sun, J. Y. (Eds.), *Beyond Barbie & Mortal Kombat. New perspectives on gender and computer games* (pp. 138-149). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7477.003.0016>
- Gallego, A. (2023). *La performatividad de género en los videojuegos de roleplay: Ser mujer en GTA RP*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad Complutense de Madrid.
- Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), pp. 638–657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>
- Golding, D. 2014. *Moving through space and time: A genealogy of videogame time*. [Tesis Doctoral]. University of Melbourne.
- Gómez, Alejandro y Calderón, Daniel (2023). *Videojuegos y Jóvenes. Lugares, Experiencias y Tensiones*. Fundación Fad Juventud.
- GREVIO (2021). Recommendation No. 1 on the Digital Dimension of Violence against Women. Adopted on 20 October 2021. <https://rm.coe.int/grevio-rec-no-on-digital-violence-against-women/1680a49147>

- Houe, N. P. (2020). The death of gamers: How do we address the gamer stereotype? Proceedings of Digital Games Research Association (DiGRA). https://pure.itu.dk/ws/files/85297925/GG_paper_final.pdf
- Jane, E. A. (2017). *Misogyny online: A short (and brutish) history*. SAGE Publications.
- Kakavand, A. E. (2024). Far-right social media communication in the light of technology affordances: a systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, 48(1), 37-56. <https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2280824>
- Klein, N. (2023). *Doppelgänger: A trip into the mirror world*. London: Allen Lane.
- Kowert, R. (2020). «Dark Participation in Games.Front». *Psychol.* 11: 598947. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.598947>
- Goldberg, F. y Larsson, L. (Eds.) (2015). *The state of play: Sixteen voices on video games*. Seven Stories Press.
- Kohan, M. (8 de enero de 2021). Steve Bannon, el ideólogo del 'trumpismo' que ha servido de inspiración a Vox incluso tras su caída. *Público*. <https://www.publico.es/politica/steve-bannon-ideologo-trumpismo-servido-inspiracion-vox-caida.html>
- Livingstone, S. y Sefton-Green, J. (2016). *The class: Living and learning in the digital age* (Vol. 1). NYU press.
- Massanari, A. (2017). #Gamergate and The Fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures. *New Media & Society*, 19(3), 329-346. <https://doi.org/10.1177/1461444815608807>
- Massanari, A. L. y Chess, S. (2018). Attack of the 50-foot social justice warrior: The discursive construction of SJW memes as the monstrous feminine. *Feminist Media Studies*, 18(4), 525-542. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447333>
- Melo-Sánchez, J., Revuelta Domínguez, F. I., Guerra Antequera, J. y Cerezo-Pizarro, M. (2023). Efectos socioeducativos de una infrarrepresentación de las mujeres en la cultura gamer: una revisión de la literatura. *Revista Curriculum*, 36, 61-85. <https://doi.org/10.25145/j.quiricul.2023.36.04>
- Mortensen, T. y Sihvonen, T. (2020). Negative emotions set in motion: the continued relevance of #GamerGate. En Holt, Th. J. y Bossler, A. M. (Eds.), *The Palgrave handbook of international cybercrime and cyberdeviance* (pp. 1353-1374). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-78440-3_75
- Muriel, D. (2018). *Identidad gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea*. Anaitgames.
- Nagle, A. (2019). *Muerte a los Normies: Las guerras culturales en Internet que han dado lugar al ascenso de Trump y la Alt-right*. Orciny Press.
- Puente-Bienvenido, Héctor (2015). *Interacción, performatividad y sociabilidad en espacios de juego en red: El caso de los jugadores españoles de género rol*, (DIABLO III). [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Quinn, Z. (2017). *Crash override: How Gamergate (nearly) destroyed my life, and how we can win the fight against online hate*. Public Affairs.
- Riot Games (23 de febrero de 2021). Valorant Game Changers. <https://playvalorant.com/es-mx/news/esports/valorant-game-changers/>
- Rubio-Martín, M. J. y Gordo, A. (2024). Violencias de género digitales. Una propuesta desde la arquitectura de los entornos digitales y la lingüística forense. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 187, 127-144. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.187.127-144>
- Rubio Martín, M. J., y Gordo, A. (2021). La perspectiva tecnosocial feminista como antídoto para la misoginia online. *Revista Española de Sociología*, 30(3), a64. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.64>
- Salter, M. (2017). Gamergate and the subpolitics of abuse in online publics. *Crime, justice and social media*. Routledge.
- Sarkeesian, A. y Adams, E. (2018). *History vs women: The defiant lives that they don't want you to know*. Feiwel & Friends.
- Thompson, C. y Wood, M. A. (2018). A media archaeology of the creepshot. *Feminist Media Studies*, 18(4), 560-574. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447429>

- Trivi, M. (2021) Gamergate [documental] *Nefeardas* (cap. 4º). <https://www.youtube.com/watch?v=b9D3tRUSTWg>
- Trivi, M. (2019, 18 de septiembre). Valeria Castro: "El machismo en los videojuegos va más allá del acoso y la violencia". *El País*. https://verne.elpais.com/verne/2019/09/02/articulo/1567410195_139388.html
- Trivi, M. (2018). El futuro es femenino; el pasado, no tanto: Un repaso a la historia de las mujeres en los videojuegos. En Amores, M. (Ed.) *¡Protesto!: Videojuegos desde una perspectiva de género* (pp. 41-66). Anaitgames.
- Wells, G., Romhanyi, A., Reitman, J. G., Gardner, R., Squire, K. y Steinkuehler, C. (2023). Right-Wing Extremism in Mainstream Games: A Review of the Literature. *Games and Culture*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/15554120231167214>
- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S. y Yee, N. (2009). Looking for gender: Gender roles and behaviors among online gamers. *Journal of Communication*, 59(4), 700-725. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01453.x>
- Wood, H. (2018). The Magaluf Girl: A public sex scandal and the digital class relations of social contagion. *Feminist Media Studies*, 18(4), 626-642. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447352>