

# La crítica en el periodismo de videojuegos desde una perspectiva de género: diferencias en el ejercicio profesional entre mujeres y hombres en España (1997-2022)

**Manuel García-Borrego**Universidad de Málaga  **María-Inmaculada Montes-Rodríguez**Universidad de Málaga  **Juan García-Cardona**Universidad de Málaga  <https://dx.doi.org/10.5209/hics.99352>

Recibido 20 de febrero de 2025 • Aceptado el 22 de junio de 2025

**Resumen.** En este trabajo se describen las diferencias entre mujeres y hombres en el ejercicio de la crítica cultural del periodismo de videojuegos. Se analizaron todas las críticas publicadas en seis cabeceras españolas –*Meristation, Vandal, Hobby Consolas, IGN, Nintenderos* y *AreaJugones*– desde los orígenes de la prensa digital especializada, en 1997, hasta 2022 (n=23.230). Los resultados evidencian cómo, pese a los prejuicios de género asociados a las mujeres –y la discriminación histórica aparejada–, las diferencias entre grupos (mujeres y hombres) son prácticamente nulas: la puntuación promedio coincide sin importar medios, fechas, clasificación por edades o géneros predominantes. La diferencia se manifiesta en los videojuegos con contenido sexual, donde las mujeres son más críticas.

**Palabras clave:** videojuegos, periodismo, mujer, estudios de género, medios de comunicación.

## ENG Critique in video game journalism from a gender perspective: differences in professional practice between women and men in Spain (1997-2022)

**Abstract.** This paper describes the differences between women and men in the exercise of cultural criticism within video game journalism. We analyzed reviews published in six Spanish magazines –*Meristation, Vandal, Hobby Consolas, IGN, Nintenderos* and *AreaJugones*– from the origins of the specialized digital press, in 1997, to 2022 (n=23,230). The results show how, despite the gender prejudices associated with women –and the historical discrimination entailed– the differences between groups are practically null: the average score coincides regardless of media outlets, dates, age classification or predominant genres. The main difference is found in video games with sexual content, where women are more critical.

**Keywords:** video games, journalism, women, gender studies, media.

**Sumario:** 1. Introducción. 1.1. Las mujeres en el sector del videojuego. 1.1.1. Jugadoras y lectoras de prensa especializada. 1.1.2. Periodista especializada como crítica de videojuegos. 1.1.3. Objetivos. 2. Metodología. 2.1. Descripción de la muestra. 3. Resultados. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** García-Borrego, M.; Montes-Rodríguez, M. I. y García-Cardon, J. (2025). La crítica en el periodismo de videojuegos desde una perspectiva de género: diferencias en el ejercicio profesional entre mujeres y hombres en España (1997-2022). *Historia y Comunicación Social* 30(2), 367-378.

## 1. Introducción

La industria del videojuego en España ocupa en la actualidad una posición consolidada en el top 10 de principales mercados mundiales, y sus ingresos alcanzan cifras superiores a las esperables en relación con su PIB (DEV, 2022). Esta consolidación del sector se ratifica cada año en el anuario publicado por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), que en su última edición de 2024 revela un nuevo paso adelante en el volumen de negocio de sus empresas, con un crecimiento del 16,29 % en su facturación total de 2023. El

universo de los videojuegos supone para el país, con más de 20 millones de videojugadores/as según la AEVI (2024), la primera opción de ocio audiovisual, convirtiéndose en un motor cada vez más importante para la economía española.

Junto a este afianzamiento de la industria del videojuego, ha crecido también el periodismo cultural dedicado a ella, que ha recibido en los últimos años una atención académica progresiva (Estanyol, Montaña y Planells, 2018; Patridge, 2018; Bigl y Schlegelmilch, 2021; López-Redondo, 2021; Paredes-Otero, 2021). La rama del periodismo cultural, donde se enmarca la subespecialización de videojuegos, está caracterizada frente al resto de áreas por poseer un carácter prescriptivo, mediante el cual periodistas escogen qué productos merecen atraer mayor foco mediático a partir de su juicio experto. Es lo que Bourdieu (1984) o, más recientemente, Janssen y Verboord (2015) han categorizado con el término “intermediación cultural”.

El análisis de videojuegos —nombre que suele recibir el género de la crítica, el que define y distingue al periodismo cultural— remite a la selección, evaluación y jerarquización del cuantioso número de obras disponible para el público (Garbisu y Blanco, 2019). De esta manera, se sustancia la función prescriptiva del periodismo cultural, ya que quienes consumen tienden a tomar como guía a la hora de acercarse a ciertos productos el filtro del personal especializado encargado de marcar la agenda cultural (Tubau, 1982; Rivera, 1995; Rodríguez-Pastoriza, 2006).

En los últimos años, además, se ha dejado atrás la concepción del videojuego como artefacto cultural, pues ha obtenido la legitimidad intelectual necesaria para ser considerado cultura (Muriel y Crawford, 2018; Styhre, Szczepanska y Remneland-Wikhamn, 2018), un avance en el que ha colaborado el crédito otorgado por la prensa. Sin embargo, este crecimiento, tanto en el ámbito económico como en su concepción artística, no ha ido de la mano de una mayor integración de las mujeres en su seno, como demuestra la literatura académica, y su papel sigue siendo secundario en sus principales vertientes: jugadora, desarrolladora y crítica. La presente investigación trata de ahondar en la explicación a parte de este fenómeno abordando las diferencias existentes en el ejercicio de la crítica cultural videolúdica en el periodo histórico comprendido entre 1997 y 2022.

## 1.1. Las mujeres en el sector del videojuego

Desde sus inicios, la industria del videojuego se ha erigido como un espacio eminentemente masculino y, aunque se ha detectado en ella una desaparición progresiva de estereotipos basados en el género a lo largo de los años, se mantiene aún una clara brecha entre mujeres y hombres. Esta disparidad, que tiene como consecuencia directa una presencia insuficiente de las mujeres en todas las esferas, se ha achacado, entre otros motivos, a la hipersexualización de personajes femeninos como protagonista de videojuegos (Boris, 2018; Paredes-Otero, 2018; Pérez, 2018; Caro-Rodríguez, 2019), la escasez de referentes en el sector de los videojuegos (Rubio-Méndez y Cabañas-Martínez, 2012; Fernández-Vara, 2014; Santana-Rodríguez, 2020), la discriminación, el sexismo y el acoso que soportan las periodistas y jugadoras (Manzano-Zambruno y Paredes-Otero, 2020; Buyukozturk, 2021; Kuss et al., 2022), la perpetuación de estereotipos y desigualdades en todos los escalafones de la industria (Maclean, 2016; Afonso-Noda y Aguilera-Ávila, 2021; Xuejing-Yao et al., 2022) o el desnivel en materia de conocimientos e integración de las mujeres en sectores estratégicos de las TIC (Gil-Juárez, Vítores y Feliu, 2010; Gil-Juárez y Feliu, 2017; Moldes-Farelo, 2019).

### 1.1.1. Jugadoras y lectoras de prensa especializada

Al revisar los datos disponibles sobre el sector de los videojuegos en España, recogidos por la AEVI (2024), no se observa una brecha clara en el género de personas que juegan a videojuegos: de 20,05 millones a lo largo del país, el 49 % son mujeres (9,73 millones) y el 51 % son hombres (10,14 millones), diferencias similares a las que presentan otros mercados europeos como Italia, Reino Unido, Francia o Alemania. Donde sí se observan diferencias es en los ingresos generados por la industria en relación al género de los usuarios: según un estudio en conjunto de la Federación Europea de Software Interactivo (IFSE) y la AEVI en 2021, los hombres aportan un 62 % de la facturación en los principales mercados europeos frente al 38 % procedente de las mujeres y la distancia se amplía aún más en la vertiente profesional debido a la escasez de programadoras, desarrolladoras, traductoras, creativas o directivas (Méndez-Martínez, 2017; Alvarado, 2018; Tur, 2018): solo un 18,5 % de los más de 15.000 trabajos enmarcados en la industria del videojuego en España, representada por más de 650 empresas y estudios, están ocupados por mujeres (AEVI, 2021).

A pesar de que los números señalan esta presencia femenina, las jugadoras tienden a ser invisibilizadas en estos espacios, reforzando la idea de que los videojuegos son un lugar masculino (Mihura-López et al., 2023), e incluso autoexcluidas como forma de protección para limitar la toxicidad de la industria. Esta invisibilidad comienza a tejerse por el tipo de videojuegos predilectos, determinado desde etapas tempranas donde ya hace efecto la socialización diferencial (Campo-Pereira, 2022), pues presenta diferencias en cuanto al género de quienes los consumen: mientras que al hombre se le asocia con juegos de deportes, acción, rol, o de contenido violento (lucha, bélicos, etcétera), los videojuegos relacionados con las mujeres responden a las categorías de simulación, estrategia o aventuras (Ricoy y Ameneiros, 2016; Klevjer y Hovden, 2017; López-Fernández, Williams y Kuss, 2019; Afonso-Noda y Aguilera-Ávila, 2021). Los géneros favoritos de los varones, según estos estudios, coinciden con los más populares atendiendo a las ventas por unidades recogidas en el informe de la AEVI (2024): acción, aventura, deporte y rol.

Entre los factores que explican esta brecha se encuentra la citada masculinización del sector, a la que se une una “visión sexista y patriarcal de la sociedad” en la que se excluye a las mujeres, y que, cuando se las representa, toman la forma de “personajes débiles, sensibles, sentimentales” o que se inclinan hacia la

“hipersexualización o infantilización”, con lo que la audiencia tiende a considerarlos figuras de menor peso o autoridad (Méndez-Martínez, 2017: 548-550). Diversos estudios confirman este rechazo por parte de las mujeres a videojuegos protagonizados por personajes femeninos hipersexualizados (Labrador et al., 2022), e incluso se ha observado, a partir de una muestra compuesta por alumnado de primaria, que tanto niños como niñas valoran positivamente títulos como *Among Us* o *Minecraft*, caracterizados por estar poco atraídos por estos estereotipos (Campo-Pereira, 2022).

A estos factores se adhieren otros motivos como la distribución de espacios, el contexto social o el dispositivo que permite el acceso a estos videojuegos. No solo la representación dentro de los videojuegos es eminentemente masculina, también los lugares o círculos sociales son considerados entornos masculinizados (tiendas especializadas, salones recreativos o clubs), mientras que las mujeres quedan relegadas a espacios individuales “donde no se encuentra bajo la mirada crítica de otros agentes sociales” (Méndez-Martínez, 2017: 552). Los videojuegos online, por ejemplo, configuran un ambiente donde los episodios de violencia se producen de forma más recurrente, especialmente cuando se dan interacciones entre personas desconocidas que degeneran en insultos, bromas machistas, desprecio e infravaloración a las mujeres y acoso (López y Esteban, 2022). Ese encasillamiento de las mujeres en el ámbito privado y doméstico fomenta el uso de dispositivos secundarios, no especializados exclusivamente en la función lúdica y de fácil dominio tecnológico, como el teléfono móvil (Gil-Juárez et al., 2010; Ricoy y Ameneiros, 2016; Afonso-Noda y Aguilera-Ávila, 2021; Labrador et al., 2022; López y Esteban, 2022).

La estrategia del mercado también influye en la predilección femenina por determinados videojuegos mediante el marketing y la publicidad, que abusan de estereotipos y roles de género (Subrahmanyam y Greenfield, 1998; Taylor, 2008; Oceja y González-Fernández, 2020), o en el diseño de productos “a partir de temas como la moda, la belleza y la cosmética” o “dirigido específicamente a la audiencia femenina bajo el color rosa” (Márquez, 2013: 108-109). La consola Nintendo DS y los videojuegos lanzados para esta supusieron un antes y un después en la industria, según D. P. Gómez (2018: 269-270), en tanto que marcan el punto de inflexión a partir del cual las mujeres empiezan a sentirse representadas “de forma natural (o al menos no sexualizada)”. Videojuegos como *Brain Training*, *Nintendogs* o la serie *Imagina ser...* gozaron de gran éxito en este sentido, si bien continuaban alimentando ciertos estereotipos, según esta autora: las mujeres quedan asociadas al rosa y con “trabajos de cuidados, de desarrollo estético y de ambiciones relacionadas con la feminidad”, al involucrar “una simulación de vida apacible o en la que se desarrollen aspiraciones sociales o laborales”; mientras tanto, a los hombres se les atribuye el color azul y empleos de alto *standing* y mayor valoración social.

Todo lo esgrimido hasta el momento avala la tesis de que “los juegos para niñas solo existen como un pequeño nicho, una concesión de la industria hacia las jugadoras que les permite inmiscuirse temporalmente en un área que, en el fondo, no les pertenece” (García, 2018: párr. 5). El sesgo de género viene desde el inicio marcado por las compañías y desarrolladoras de videojuegos, que orientan ciertos productos al público masculino y otros al femenino, con características basadas en la optimización de beneficios a través de la explotación del estereotipo. Esto provoca, en última instancia, que las mujeres no se sientan parte de la industria al mismo nivel que los hombres, a pesar de que las cifras de jugadores y jugadoras se mantengan igualadas (AEVI e ISFE, 2021).

A este fenómeno no escapa la prensa especializada en videojuegos, que muestra a la figura de la jugadora como contraposición natural al público objetivo y mayoritario del producto: el masculino. En las portadas de revistas del sector y los anuncios sobre videojuegos aparecidos en ellos se detecta una clara infrarrepresentación de las mujeres, relegadas a un segundo plano, que, o bien quedan hipersexualizadas, o bien se convierten en alivio cómico ideado para complacer al jugador (D. P. Gómez, 2018). En definitiva, los contenidos de la prensa especializada en videojuegos también presentan un enfoque que prioriza lo masculino y arrincona lo femenino, como puede verse en las estrategias de publicidad o en los reclamos utilizados para la venta de productos, basados en clichés de género (Díez-Gutiérrez, 2004; D. P. Gómez, 2018). Como consecuencia de ello, se fomenta el desinterés de las mujeres tanto por la industria del videojuego como por la prensa especializada que se genera en torno a ella:

[...] La primera impresión sobre los videojuegos para las chicas jóvenes a través de la publicidad es que no era un producto para ellas: no tenían cabida en la diversión entre los chicos y los juegos ni tenían nada que, *a priori*, les pudiera interesar (...) la publicidad en la prensa especializada puso toda su creatividad a trabajar al servicio de su público objetivo: varones blancos, heterosexuales, de edad joven, con cierta capacidad adquisitiva y con unos gustos muy enfocados en la cultura pop [...] (D. P. Gómez, 2018: 259-261).

### 1.1.2. Periodista especializada como crítica de videojuegos

La escasez de mujeres en la industria no solo se encuentra en las fases de creación y desarrollo de videojuegos: también la profesión periodística carece de trabajadoras, como sostienen los testimonios de empleadas del sector (Trivi, 2018). Aunque no hay datos exactos, se extiende el consenso de que, a pesar de que el número de periodistas especializadas ha incrementado tanto a nivel nacional como global, las mujeres siguen quedando infrarrepresentadas en la mayoría de las cabeceras (Trivi, 2018; García-Borrego et al., 2022). L. Gómez (2018: 79) apunta que, al hablar de la desigualdad de género en este ámbito, el panorama español es especialmente representativo: las mujeres “no están tan valoradas, sus aportaciones parecen casi anecdóticas para el usuario común y es impensable que vivan de escribir porque sus condiciones laborales son más precarias que las de sus homólogos masculinos”.

A esta falta de mujeres se suma la diferencia en las tareas que son asignadas en función de su género. Los hombres desempeñan puestos directivos y, en general, altos cargos, mientras que a las mujeres se les asignan tareas de menor calado como la presentación de vídeos, la locución o la adaptación de notas de prensa, a menudo desde figuras laborales externas a la empresa; una estructura que se reproduce con independencia de la plataforma (prensa, radio y televisión). En definitiva, las mujeres quedan relegadas a posiciones de apoyo, como redactoras o colaboradoras, y su presencia en los equipos de trabajo principales es muy reducida (Kerr, 2017; Trivi, 2018; García-Borrego et al., 2022).

La brecha de género se acentúa al atender al tipo de videojuego analizado: las mujeres suelen recibir encargos de una relevancia menor o en los que aplicar la perspectiva de género (L. Gómez, 2018; Trivi, 2018). A pesar de esta limitación, L. Gómez (2018) considera este último enfoque una de las cuestiones más revolucionarias en la actualidad, pues se trata de análisis que bien no existían, bien habían quedado invisibilizados.

El trabajo más reciente (García-Borrego et al., 2022) evidenciaba que las mujeres poseen una representación anecdotica en las cabeceras de referencia en España —menos del 20 % de las plantillas—, y en líneas generales gozan de una jerarquía inferior —más colaboradoras externas, menos puestos de mando e intermedios—. Además, se recogía que únicamente el 3,6 % de todas las críticas de videojuegos publicadas desde 1997 han sido firmadas por mujeres, y que estas aparecen sobre todo en títulos que se corresponden con el estereotipo femenino antes descrito: musicales, aventuras gráficas y simulación, o juegos recomendados para público general (a partir de 7 años).

Un último aspecto es la discriminación a la que hacen frente las periodistas culturales por ser mujeres. Son dos los ejemplos erigidos como los más mediáticos de misoginia en el sector en España: *Gaming Ladies* y *GamerGate* (González-Sánchez, 2015; Perreault y Vos, 2016, 2020; L. Gómez, 2018). El primero, iniciativa encabezada por la periodista de videojuegos Marina Amores, pretendía construir un espacio seguro para reflexionar sobre el papel de las mujeres en el ámbito *gaming*. El evento fue boicoteado por su estatus no mixto y se canceló ante la incapacidad de asegurar la seguridad del público asistente. Por otro lado, *GamerGate* fue la oleada de ataques personales y acoso que recibieron varias trabajadoras del sector, articulados desde el anonimato a partir del hashtag #GamerGate en redes sociales y foros.

El *Gaming Ladies* y el *GamerGate* se emplean para exemplificar la hostilidad sufrida por las mujeres en la industria del videojuego, así como el cuestionable compromiso por parte de la prensa especializada a la hora de combatir esta discriminación: en ambas ocasiones se observó cómo la mayor parte de cabeceras respondía de manera tardía, sin posicionarse y con una actitud equidistante que eludía la condena de los acosadores, cuando no devanía en mutismo para evitar la controversia (Mortensen, 2016; Perreault y Vos, 2016; Massanari, 2017; Blodgett, 2020). A raíz de estos dos incidentes mediáticos, que atrajeron la atención de la prensa generalista, se aportó mayor visibilidad a las realidades que afronta en su día a día la periodista especializada en videojuegos, y que comportan atmósferas hostiles, tratos desiguales y acoso (González-Sánchez, 2015: 366-367). Pese a ello, existen muchas otras vivencias que apenas han salido a la luz y que someten a las mujeres en la industria del videojuego a presiones en el ámbito laboral, como la discriminación, las actitudes paternalistas, el síndrome de la impostora o la autocensura denunciadas en Manzano-Zambruno y Paredes-Otero (2020).

### 1.1.3. Objetivos

Conocida la situación de desigualdad de las mujeres en el ámbito de la prensa de videojuegos, este artículo se marca un único objetivo fundamental (O1): describir las diferencias en el ejercicio de la crítica cultural entre hombres y mujeres, con la finalidad de comprobar si difiere el ejercicio profesional de los y las analistas en función del género, un aspecto hasta el momento inexplorado en la literatura académica disponible. En concreto, se procurará examinar de qué manera varían las puntuaciones de ambos colectivos tanto en términos promedios como en distribución de las valoraciones (OE1), en función de la revista en la que se desarrollan profesionalmente (OE2), realizando un recorrido histórico a la evolución de las valoraciones (OE3) y observando la incidencia de variables relacionadas con el videojuego como la clasificación por edades (OE4), el tipo de contenidos que representa (OE5) o los géneros en los que se enmarca (OE6).

## 2. Metodología

La metodología de este trabajo se basa en un análisis de contenidos aplicado a las críticas vertidas en las principales revistas españolas especializadas en videojuegos. En primer lugar, se elaboró una preselección amplia y diversa de las publicaciones con más impacto del sector. Al no existir un indicador único que mida la difusión de todos los medios, se emplearon como criterios el ranking Comscore y el número de seguidores en X / Twitter. Dado que la premisa del trabajo se apoya en el ejercicio de la crítica desde una perspectiva cuantitativa, en segunda instancia se omitieron aquellas revistas que evitan otorgar una puntuación numérica a los análisis de videojuegos y, por tanto, impiden el cruce de variables —a resultas de lo cual, cabeceras como 3DJuegos, AnaitGames o Eurogamer quedaron excluidas de la selección final—. La muestra definitiva la componían los siguientes seis medios: AreaJugones, Hobby Consolas, IGN España, Meristation, Nintenderos y Vandal.

Una vez acotada la muestra, se procedió a la extracción de los datos a través de técnicas de *scrapeo*. Para proporcionar una imagen lo más fidedigna posible del panorama actual y de su evolución histórica, se recabaron todas las críticas publicadas por estas cabeceras desde que iniciaron su actividad *online* —los

primeros trabajos datan de 1997– hasta febrero de 2022. Entre el 2 y el 10 de febrero de 2022 se descargaron, en total, 23.230 críticas, que fueron trasladadas a la siguiente ficha de análisis de contenidos:

- Nombre de la publicación. Variable nominal: *AreaJugones*, *Hobby Consolas*, *IGN*, *Meristation*, *Nintenderos* o *Vandal*.
- Año de publicación del análisis. Variable de escala, entre 1997 y 2022.
- Género del autor del análisis. Variable nominal que recoge cómo se identifica públicamente el autor del texto: hombre, mujer u otro. Esta última categoría la conforman todas las modalidades de firma que, debido a su escasa representatividad sobre el total (otras identidades de género, autorías mixtas, perfiles no identificados, etcétera), se debieron excluir del análisis.
- Puntuación del videojuego. Variable de escala de 0 a 10, con un decimal. En *Hobby Consolas*, que puntuó de 0 a 100, se recalcularon los valores de manera proporcional.
- Calificación del videojuego. Variable ordinal con seis posiciones: suspenso, para videojuegos con menos de 5 puntos sobre 10; aprobado (entre 5 y 5,9); bien (entre 6 y 6,9); notable (entre 7 y 8,9); sobresaliente (entre 9 y 9,9); y matrícula de honor (10).
- Clasificación por edades del videojuego. Variable ordinal, en función del grupo de edad a partir del cual el sistema *Pan European Game Information* (PEGI) considera adecuado el contenido: +3, +7, +12, +16 y +18.
- Descriptores de contenido del videojuego. Múltiples variables nominales en función de si incluían alguno de los contenidos sensibles que contempla PEGI: discriminación, drogas, juegos de azar, lenguaje soez, miedo, sexo y/o violencia.
- Género del videojuego. Variable nominal con los trece géneros más comúnmente asignados por las revistas: acción, arcade, aventura, aventura gráfica, conducción, deportes, estrategia, FPS, musical, plataformas, puzzle, o RPG y/o simulación.

## 2.1. Descripción de la muestra

De las 23.230 críticas de videojuegos recogidas, hasta un 93,3 % estaban firmadas por hombres, frente al 3,6 % de mujeres, una proporción hasta 26 veces superior, como ya han señalado otros trabajos (ver García-Borrego et al., 2022). El 2,6 % restante pertenece a la categoría “Otros”. *Meristation* y *Vandal*, las dos revistas más veteranas del sector, copan conjuntamente más del 70 % de la muestra, aunque es en el período 2012-2021, cuando ya publican críticas con regularidad las seis revistas estudiadas, donde se concentra mayor número de textos. El género de acción es el más habitualmente presente en los videojuegos consignados (41,1 %), seguido de aventura (15,9 %) y RPG (10,2 %), y apenas una minoría (13,6 %) está recomendada para mayores de edad. El 12,2 % de los videojuegos incluyen el descriptor contenido violento, un 4,6 % de lenguaje soez, un 1,2 % de miedo o un 0,9 % de sexo. Todos estos datos están recogidos de manera pormenorizada en la Tabla 1.

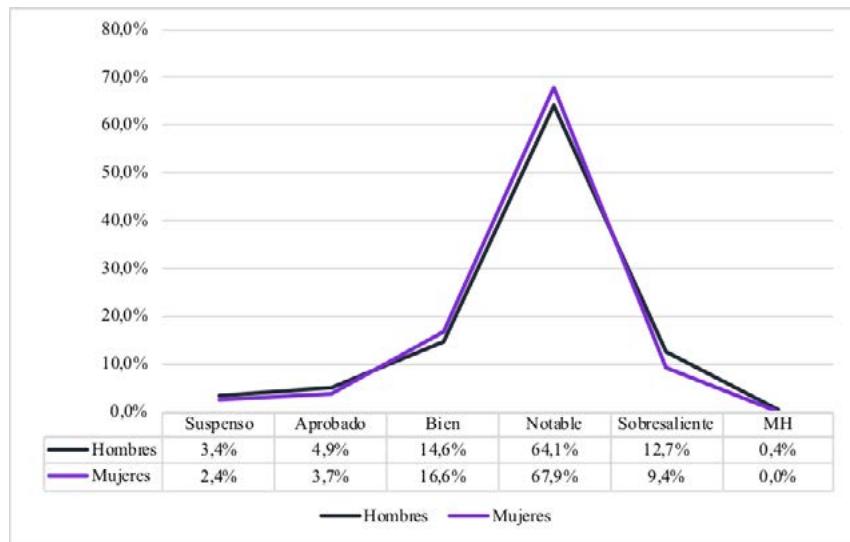
Tabla 1. Descripción de la muestra

n	23.230					
Autores	Hombres = 93,8%			Mujeres = 3,6%		
Medios	<i>AreaJugones</i> = 1,2%		<i>Hobby Consolas</i> = 11,3%		<i>IGN</i> = 8,0%	
	<i>Meristation</i> = 39,2%		<i>Nintenderos</i> = 7,3%		<i>Vandal</i> = 32,9%	
Año	1997 = 0,3%	1998 = 0,8%	1999 = 0,8%	2000 = 1,6%	2001 = 1,8%	2002 = 2,5%
	2004 = 3,5%	2005 = 3,6%	2006 = 3,4%	2007 = 3,9%	2008 = 3,7%	2009 = 3,3%
	2011 = 3,4%	2012 = 5,5%	2013 = 5,6%	2014 = 5,8%	2015 = 6,1%	2016 = 5,6%
	2017 = 6,6%	2018 = 7,2%	2019 = 6,1%	2020 = 5,7%	2021 = 4,6%	2022 = 0,3%
Género	Acción = 41,1%		Arcade = 8,1%		Aventura = 15,9%	
	Deportes = 6,8%		Estrategia = 8,2%		FPS = 4,6%	
	Puzzle = 4,9%		RPG = 10,2%		Plataformas = 8,1%	
PEGI	+3 = 31,7%		+7 = 15,4%		+12 = 23,4%	
	+16 = 17,2%		+18 = 13,6%		Simulación = 4,7%	
Contenido	Discriminación = 0,0%			Drogas = 0,4%		Juego = 0,4%
	Lenguaje soez = 4,6%			Miedo = 1,2%		Sexo = 0,9%
						Violencia = 12,2%

## 3. Resultados

La puntuación promedio otorgada a todos los videojuegos analizados es de 7,53, cifra que coincide con la valoración media de los hombres (7,53) y también con la de las mujeres (7,52). La diferencia real hombres y mujeres es, de hecho, de tan solo cinco milésimas: 0,005. La desviación estándar es, además, parecida en ambos casos: 1,27 para ellos, 1,12 para ellas. Este alto grado de similitud entre ambos grupos se puede observar de manera clara en el Gráfico 1, que refleja la distribución de las puntuaciones a modo de calificación: hombres y mujeres arrojan casi idénticos porcentajes en todas las categorías, y la distancia promedio en cada una no supera los dos puntos porcentuales.

Gráfico 1. Distribución de las puntuaciones en función del género del autor y la calificación asignada.



Tan solo parece existir una pequeña brecha, en términos relativos, en las obras mejor puntuadas: en las mujeres la proporción de sobresalientes es hasta un 26,1 % inferior (de 12,7 % a 9,4 %: 3,3 puntos porcentuales) y, en lo tocante a las matrículas de honor, hasta 86 veces ha otorgado un hombre esta puntuación, mientras que entre las mujeres esta cifra asciende a 0. También ocurre, a menor escala, en los suspensos: los hombres son algo más propensos a considerar insuficientes los juegos probados: la diferencia es de un solo punto porcentual, pero, en términos relativos, se da un 29,1 % menos en las mujeres.

Como evidencia la Tabla 2, no parecen existir grandes diferencias, tampoco, entre los medios seleccionados: en *Nintenderos*, donde la brecha de puntuaciones es mayor entre hombres y mujeres, ellas otorgan de promedio medio punto menos (0,47) que ellos, mientras que en *IGN* se da el fenómeno opuesto (0,37 puntos más). En ambos casos, las diferencias en la tasa de aprobados se encuentran por debajo de los tres puntos porcentuales. En *Meristation* y *Vandal*, donde se concentra un mayor número de críticas en el período histórico —y, por tanto, donde tradicionalmente han participado más mujeres en términos absolutos— es donde las puntuaciones de ambos grupos concurren en mayor medida: la separación no llega siquiera a la décima.

Tabla 2. Promedio de puntuaciones, porcentaje y diferencias (absolutas y relativas) en función del género del autor y el medio.

	Promedio de puntuaciones				% de aprobados			
	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)
<i>AreaJugones</i> <sup>1</sup>	8,13	8,50	+0,37	+4,5%	99,3%	100,0%	+0,7%	+0,7%
<i>Hobby Consolas</i>	8,09	7,90	-0,18	-2,2%	99,0%	98,2%	-0,7%	-0,7%
<i>IGN</i>	7,35	7,72	+0,37	+5,1%	97,8%	99,1%	+1,3%	+1,3%
<i>Meristation</i>	7,26	7,17	-0,09	-1,2%	94,6%	95,1%	+0,5%	+0,5%
<i>Nintenderos</i>	7,48	7,01	-0,47	-6,3%	97,3%	94,3%	-2,9%	-3,0%
<i>Vandal</i>	7,68	7,63	-0,05	-0,7%	97,5%	99,6%	+2,1%	+2,1%

<sup>1</sup> Se toman como base menos de 10 críticas de mujeres (en concreto, solo se registró 1 en todo el período estudiado).

Tratando de observar, pues, si el juicio generalizado de que las mujeres en la prensa de videojuegos ejercen de manera distinta a los hombres obedecía a razones históricas, se procedió a estudiar la línea temporal [Gráfico 2]. Tomando como referencia de origen 2008, el primer año en el que las mujeres se instalan regularmente en la cifra mínima de 10 críticas anuales —hasta ese año la media no llegaba a 5—, se observa que los promedios de ambos colectivos son prácticamente idénticos en todo el período de estudio, con las oscilaciones propias de muestras reducidas —mientras que ellos han alcanzado con facilidad en los últimos diez años las 1.000 críticas anuales, ellas rara vez superan la barrera de los 50—.

En relación con los tramos de edad para los que es aconsejable cada título, la Tabla 3 pone de manifiesto las escasas diferencias de valoración en este sentido: en los videojuegos para mayores de 18 años, donde se da la mayor brecha entre géneros, la diferencia difícilmente supera la décima y media (7,82 en hombres, 7,66 en mujeres); en el resto, no llega a la décima. Los porcentajes de aprobado, aunque apoyan ligeramente este discurso, apenas son significativos: en producciones para mayores de 12 años las mujeres aprueban hasta un 2 % menos, y en las demás hasta un 2 % más.

Gráfico 2. Promedio de puntuaciones en función del género del autor y el año de publicación de la crítica.

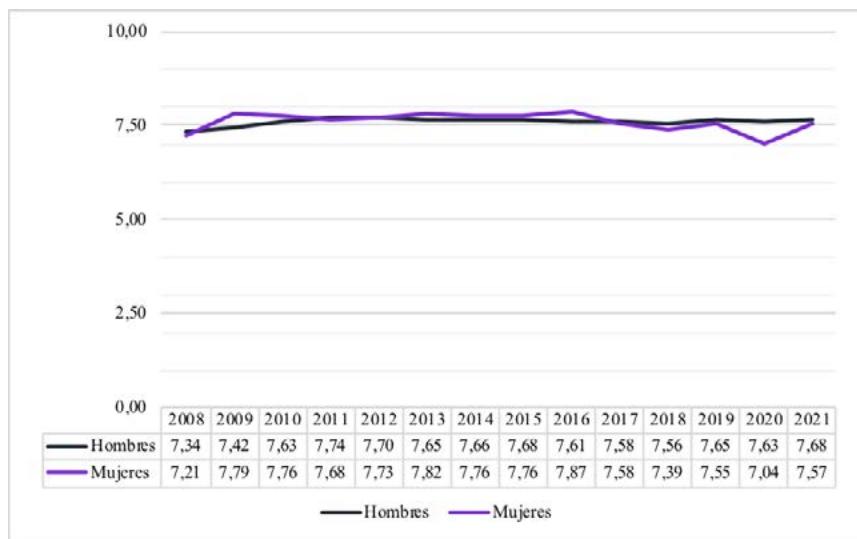


Tabla 3. Promedio de puntuaciones, porcentaje y diferencias (absolutas y relativas) en función del género del autor y la clasificación por edades del videojuego.

	Promedio de puntuaciones				% de aprobados			
	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)
PEGI +3	7,42	7,42	-0,01	-0,1%	95,1%	96,7%	+1,6%	+1,7%
PEGI +7	7,63	7,57	-0,06	-0,8%	98,5%	99,5%	+1,0%	+1,0%
PEGI +12	7,59	7,57	-0,02	-0,3%	97,4%	99,0%	+1,6%	+1,6%
PEGI +16	7,62	7,65	+0,03	+0,4%	97,6%	95,7%	-1,9%	-2,0%
PEGI +18	7,82	7,66	-0,16	-2,0%	97,3%	96,4%	-0,9%	-0,9%

Las variaciones son sensiblemente mayores cuando se repara en los descriptores que incluye el videojuego, de acuerdo con la clasificación PEGI, aunque en ningún caso superan las siete décimas en términos absolutos. De hecho, en los dos descriptores donde mayor es la separación entre hombres y mujeres, el número de críticas de mujeres no llega a una cifra mínima de 10 –8 cuando aparecen drogas, 6 para juegos de azar–. En el resto, las mayores diferencias se dan en el descriptor de sexo: las mujeres suspenden los videojuegos con contenido sexual en un 8,3 % de los casos frente a solo un 1,0 % de los hombres, es decir, con una frecuencia más de ocho veces superior (Tabla 4).

Tabla 4. Promedio de puntuaciones, porcentaje y diferencias (absolutas y relativas) en función del género del autor y los descriptores de contenido del videojuego.

	Promedio de puntuaciones				% de aprobados			
	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)
Discriminación <sup>1</sup>	6,40	6,50	+0,10	+1,6%	100,0%	100,0%	-	-
Drogas <sup>2</sup>	7,97	7,36	-0,60	-7,6%	97,3%	87,5%	-9,8%	-10,1%
Juego <sup>3</sup>	8,74	8,03	-0,70	-8,0%	100,0%	100,0%	-	-
Lenguaje soez	7,97	7,68	-0,29	-3,7%	99,2%	95,8%	-3,4%	-3,4%
Miedo	7,76	7,76	+0,00	+0,0%	97,7%	100,0%	+2,3%	+2,4%
Sexo	7,84	7,72	-0,13	-1,6%	99,0%	91,7%	-7,3%	-7,4%
Violencia	7,92	7,58	-0,34	-4,3%	99,2%	98,1%	-1,1%	-1,1%

<sup>1</sup> Se toman como base menos de 10 críticas de mujeres (en concreto, solo se registró 1 en todo el período estudiado).

<sup>2</sup> Se toman como base menos de 10 críticas de mujeres (en concreto, solo se registraron 8 en todo el período estudiado).

<sup>3</sup> Se toman como base menos de 10 críticas de mujeres (en concreto, solo se registraron 6 en todo el período estudiado).

Pese a que trabajos anteriores han evidenciado que las mujeres suelen ocuparse en mayor medida del género musical o las aventuras gráficas, estas dinámicas no parecen corresponderse con mayores puntuaciones promedio a estos videojuegos. De hecho, las diferencias en la crítica de videojuegos musicales son casi calcadas a la del arcade, una modalidad monopolizada por los hombres. La conducción, el género por excelencia al que se dedican ellos, presenta promedios entre géneros igualados a la décima, y, de hecho, goza de un 100 % de aprobados por parte de las mujeres frente al 95,1 % de los hombres. Todos estos datos están recogidos, con mayor detalle, en la Tabla 5.

Tabla 5. Promedio de puntuaciones, porcentaje y diferencias (absolutas y relativas) en función del género del autor y los descriptores de contenido del videojuego.

	Promedio de puntuaciones				% de aprobados			
	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)	Hombres	Mujeres	Dif. (abs.)	Dif. (%)
Acción	7,55	7,63	+0,08	+1,1%	96,3%	98,4%	+2,1%	+2,1%
Aventura	7,68	7,61	-0,08	-1,0%	97,6%	100,0%	+2,4%	+2,5%
Estrategia	7,58	7,11	-0,47	-6,2%	97,6%	94,6%	-3,0%	-3,0%
Deportes	7,50	7,50	-0,01	-0,1%	96,3%	96,2%	-0,1%	-0,1%
RPG	7,87	7,61	-0,26	-3,3%	99,0%	97,8%	-1,2%	-1,2%
Arcade	7,36	7,69	+0,33	+4,5%	95,2%	100,0%	+4,8%	+5,0%
Plataformas	7,75	7,85	+0,10	+1,3%	97,1%	98,0%	+0,9%	+0,9%
Conducción <sup>1</sup>	7,54	7,46	-0,08	-1,1%	95,1%	100,0%	+4,9%	+5,2%
Simulación	7,51	7,60	+0,09	+1,2%	96,5%	98,6%	+2,1%	+2,2%
Puzzle	7,53	7,71	+0,18	+2,3%	96,9%	100,0%	+3,1%	+3,2%
FPS	7,72	7,80	+0,09	+1,2%	96,3%	90,5%	-5,8%	-6,0%
Aventura gráfica	7,51	7,34	-0,18	-2,3%	97,5%	94,7%	-2,8%	-2,8%
Musical	7,65	7,99	+0,33	+4,3%	97,4%	100,0%	+2,6%	+2,7%

<sup>1</sup> Se toman como base menos de 10 críticas de mujeres (en concreto, solo se registraron 9 en todo el período estudiado).

#### 4. Discusión y conclusiones

A la discriminación sufrida históricamente por las mujeres en la mayor parte de las esferas profesionales no ha sido ajena la industria del videojuego, donde numerosos estudios han evidenciado distintos tipos de brecha de género (Gil-Juárez et al., 2010; Rubio-Méndez y Cabañas-Martínez, 2012; Fernández-Vara, 2014; Maclean, 2016; Caro-Rodríguez, 2019; Moldes-Farelo, 2019; Santana-Rodríguez, 2020; Buyukozturk, 2021; Afonso-Noda y Aguilera-Ávila, 2021; Kuss et al., 2022; Xuejing-Yao et al., 2022). En el ámbito del periodismo, la sección de videojuegos es una de las más desiguales, con redacciones copadas al completo por hombres, desequilibrios flagrantes en el número de firmas y repartos de tareas que cronifican determinados prejuicios de género (García-Borrego et al., 2022). Este trabajo aborda, por primera vez, las diferencias reales entre el ejercicio de ambos grupos, en aras de determinar hasta qué punto esta desigualdad obedece a motivaciones o maneras de desempeñarse profesionalmente distintas.

El objetivo principal de la investigación (O1) consistía en describir, a grandes rasgos, las diferencias de género en el ejercicio de la crítica cultural, tomando como referencia las puntuaciones otorgadas a los títulos, tanto en términos promedios como de distribución de las mismas (OE1). Los resultados aportados dejan patente que la distancia es prácticamente inexistente: no solo la puntuación media es igual a la décima, sino que se reparten de manera casi idéntica entre cada una de las calificaciones. Las únicas divergencias, aunque mínimas en términos absolutos, se producen en las notas más altas y las más bajas. El hecho de que todos los títulos que reciben un 10 –hasta 86– estén firmados por hombres podría responder tanto a la mera casualidad como a un espíritu crítico menos acentuado en ellos, que les empuja a valorar más positivamente los títulos que analizan, aunque dado lo que se conoce de la prensa de videojuegos parece más probable la hipótesis de que esta divergencia se deba a cómo se reparten el trabajo, y sean los profesionales varones los que acaben quedándose con los mejores títulos (L. Gómez, 2018; Trivi, 2018). Esto contrasta con el hecho de que en los hombres recaigan más videojuegos suspensos que en las mujeres, aunque de nuevo aflora un relato quizá más razonable: las críticas que generan mayor impacto son las más cercanas a los extremos –en positivo o en negativo–, y por eso podría entenderse que, en cierta manera, los títulos deficientes sean también piezas codiciadas para quienes se encargan de las críticas. Teniendo en cuenta la marcada brecha laboral de género en el sector de la prensa de videojuegos –ellos dominan las redacciones y copan los puestos de mando, a ellas se les reservan más las figuras de colaboración externa (García-Borrego et al., 2022)– no resulta descabellado suponer que, aun ejerciendo las funciones propias de la crítica cultural de manera similar, se den desequilibrios en el reparto de tareas que favorecen al sector masculino de la redacción. Tampoco parece descartable, en esta misma línea, que el mayor estatus social y laboral del que disfrutan los hombres les permita ser más extremos en sus posicionamientos y explorar los límites de la crítica con más libertad que las mujeres.

Los hallazgos de los objetivos específicos apuntan también en una misma dirección: las diferencias en el ejercicio de la crítica entre hombres y mujeres son casi inapreciables. Al reparar en el medio de comunicación en el que desarrollan sus tareas (OE2), se pudo comprobar que la variación en las puntuaciones es mínima –siempre por debajo de las cinco décimas en términos de promedio– en la mayoría de revistas, y, de hecho, se reduce cuanto mayor es la muestra. En otras palabras: es en *Meristation* y *Vandal*, las dos publicaciones que iniciaron su actividad en 1997 y, por tanto, cuentan con mayor número de críticas –lo que elimina las habituales oscilaciones derivadas de un tamaño muestral reducido–, donde las valoraciones son mucho más parecidas que en el resto de cabeceras. Así pues, se pone de manifiesto que la tendencia no conduce sino a la convergencia de ambos colectivos.

Las puntuaciones de hombres y mujeres se han mantenido, además, estables a lo largo de todo el período histórico contemplado (OE3), con una ligera variabilidad motivada por la escasa representación de las mujeres en el sector de la prensa videolúdica. En cualquier caso, los datos recabados permiten afirmar que, si existe una discriminación histórica hacia las mujeres en el área, esta no responde a que su desempeño profesional se haya transformado o hayan diferido significativamente en el tiempo, sino a otros factores externos.

Pese a que las mujeres valoren más asiduamente títulos para todos los públicos y los productos para mayores de edad se sitúen en mayor medida dentro de la esfera de los hombres (García-Borrego et al., 2022), esta brecha apenas se corresponde con las puntuaciones promedio de estos videojuegos (OE4): ambos grupos empatan en los títulos para mayores de tres años (media de 7,42) y apenas les separa una décima y media en los juegos para mayores de 18 años (7,82 los hombres, 7,66 las mujeres), pese a que ellas valoran algo mejor los de mayores de 16 (7,65 a 7,62).

Probablemente el quid de la cuestión se encuentre en el tipo de contenidos que se representan en cada videojuego (OE5). En una industria en la que a los personajes femeninos se les reserva un papel hipersexualizado, factor que suele provocar rechazo en las jugadoras (Méndez-Martínez, 2017; Boris, 2018; D. P. Gómez, 2018; Paredes-Otero, 2018; Pérez, 2018; Caro-Rodríguez, 2019; Labrador et al., 2022), se constata como ellas son mucho más proclives –hasta ocho veces más– a suspender videojuegos que muestran escenas de sexo, y puede asociarse a una mayor sensibilidad a la hora de detectar situaciones de violencia en los videojuegos con esta clase de contenidos. La explicación a este fenómeno se antoja más que evidente a tenor de lo expuesto y se refuerza al ampliar la mirada al resto de descriptores de contenido (violencia, miedo, drogas...), donde las divergencias vuelven a desaparecer.

El último objetivo (OE6) se relacionaba con los géneros de los videojuegos y su relación con las puntuaciones asignadas por cada grupo. Pese a que las mujeres suelen ocuparse sobre todo de análisis de videojuegos musicales y aventuras gráficas, ello no implica que sus valoraciones sean menos exigentes: con respecto al primero, las diferencias son casi iguales a las del género arcade –mayormente analizado por los hombres–; con respecto al segundo, las mujeres se muestran, de hecho, menos favorables que los hombres a estos títulos, tanto en porcentaje de aprobados como de nota media. En el resto de los géneros, el grado de semejanza en el ejercicio profesional de los dos colectivos vuelve a ser meridiano.

En base a las respuestas proporcionadas a cada uno de los objetivos, no parece arriesgado concluir que las mujeres y los hombres realizan una labor prácticamente idéntica en el ejercicio de la crítica cultural de videojuegos, al menos en lo relativo al elemento que concentra el sentido general del análisis: la puntuación. En definitiva, no existen apenas diferencias, ni han existido desde que hay registros observables, en cómo emiten sus valoraciones hombres y mujeres, y esto es así con independencia de la revista en la que escriban, el género del videojuego, su clasificación por edades o los contenidos delicados que aparecen en él. Por tanto, la desigualdad observada a todos los niveles no puede sustentarse en los prejuicios de género tan repetidamente difundidos, y apunta a factores estructurales de la propia industria que, guiada por su lógica comercial, ha alimentado los mecanismos que engrandecen esta brecha. Este trabajo contribuye, con datos empíricos, a derribar algunas de las ideas preconcebidas instaladas desde hace décadas en el ámbito de la prensa de videojuegos y constata como estas supuestas distancias obedecen más a mitos escasamente fundamentados que a realidades medibles.

## 5. Referencias bibliográficas

- AEVI (2024). *La industria del videojuego en España. Anuario 2023*. [https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2024/05/02\\_DEF\\_AEVI\\_Anuario-2023\\_com.pdf](https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2024/05/02_DEF_AEVI_Anuario-2023_com.pdf)
- AEVI (2021). *La industria del videojuego en España. Anuario 2020*. [https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI\\_Anuario\\_2020.pdf](https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/04/AEVI_Anuario_2020.pdf)
- AEVI e ISFE (2021). *Las mujeres juegan, consumen, participan. Las numerosas formas en que las mujeres contribuyeron a la industria de los videojuegos en 2020*. <https://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2021/07/Las-mujeres-juegan-consumen-participan-Informe-Ipsos-Mori.pdf>
- Afonso-Noda, Sara y Aguilera-Ávila, Laura (2021). “Desigualdades en el mundo de los videojuegos desde la perspectiva de los jugadores y jugadoras”, en *Revista de Investigaciones Feministas*, vol. 12, n.º 2, pp. 677-689. <https://doi.org/10.5209/infe.60947>
- Alvarado, Irene (2018). “El legado de la programación: el peso de ser mujer en un medio artificialmente masculinizado”, en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*, Anait Games, pp. 277-298.
- Bigl, Benjamin y Schlegelmilch, Christoph (2021). “Are Video Games Still a Boys’ Club? How German Public Television Covers Video Games”, en *Games and Culture*, vol. 16, n.º 7, pp. 798-819. <https://doi.org/10.1177/1555412020975637>

- Blodgett, Bridget M. (2020). "Media in the post #GamerGate era: coverage of reactionary fan anger and the terrorism of the privileged", en *Television & New Media*, vol. 21, n.º 2, pp. 184-200. <https://doi.org/10.1177/15274764198799>
- Boris, Paz (2018). "El caso Bioware: la evolución de la representación de la mujer", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Anait Games, pp. 191-221.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Oxfordshire: Routledge.
- Buyukozturk, Bertan (2021). "Reproducing the gaming gender hierarchy", en *Symbolic Interaction*, vol. 45, n.º 1, pp. 27-49. <https://doi.org/10.1002/symb.553>
- Campo-Pereira, Isabel (2022). "Videojuegos y socialización diferencial de género: preferencias y práctica", en *International Multidisciplinary Journal CREA*, vol. 2, n.º 1, pp. 61-72. <https://doi.org/10.35869/ijmc.v2i1.3895>
- Caro-Rodríguez, Inmaculada (2019). "Visión de la mujer en los videojuegos", en Suárez-Villegas, Juan Carlos, Marín-Conejo, Sergio y Panarese, Paola (coords.): *Comunicación, género y educación; representaciones y (de)construcciones*. Madrid: Dykinson, pp. 298-301.
- DEV (2022). *Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2021*. <https://dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20del%20desarrollo%20espanol%20de%20videojuegos%202021.pdf>
- Díez-Gutiérrez, Enrique Javier (dir). (2004) *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: CIDE/ Instituto de la Mujer.
- Estanyol, Elisenda, Montaña, Mireia y Planells, Antonio José (2019). Jóvenes y videojuegos. Percepciones sobre su tratamiento informativo en los medios de comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 129-145. <https://doi.org/10.5209/ESMP63720>
- Fernández-Vara, Clara (2014). "La problemática representación de la mujer en los videojuegos y su relación con la industria", en *Revista de Estudios de Juventud*, n.º 106, pp. 93-108.
- Garbisu, Margarita y Blanco, Ignacio (Coords.) (2019). *Periodismo cultural*. Madrid: Centro de estudios financieros.
- García-Borrego, Manuel, Montes-Rodríguez, Inmaculada, Ruiz-Aguiar, Alberto (2022). "Presencia y rol de la mujer en el periodismo de videojuegos: un análisis de las redacciones y la crítica cultural de los medios especializados españoles", en *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 80, pp. 114-136. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1771>
- García, Paula (2 de noviembre de 2018). *Historia de los videojuegos feminizados* [post]. Anait. Consultado el 17 de marzo de 2022 en <https://www.anaitgames.com/articulos/historia-videojuegos-feminizados#ref-2>
- Gil-Juárez, Adriana y Feliu, Joel (2017). "El género como obstáculo o por qué hay tan pocas chicas en la tecnología", en Monroy-Nasr, Zuraya, León-Sánchez, Rigoberto y Álvarez-Díaz de León, Germán (eds.): *Obstáculos epistemológicos en la enseñanza y el aprendizaje de la filosofía y de la ciencia*. México: Facultad de Psicología (Universidad Nacional Autónoma de México), pp. 251-262.
- Gil-Juárez, Adriana, Vidores, Anna y Feliu, Joel (2010). "Performatividad tecnológica de género: explorando la brecha digital en el mundo del videojuego", en *Quaderns de Psicología*, vol. 12, n.º 2, pp. 209-226. <https://doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.758>
- Gómez, Diana P. (2018). "La publicidad, la percepción del videojuego en la sociedad y la figura de la mujer", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Madrid: Anait Games, pp. 247-274.
- Gómez, Laura (2018). "Periodismo de videojuegos: de cómo las mujeres están salvando el medio", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Madrid: Anait Games, pp. 67-86.
- González-Sánchez, Jorge (2015). "El fenómeno GamerGate. Un escándalo de violencia contra la mujer en el mundo del videojuego", en Martínez de Salazar-MUÑOZ, Ignacio y Alonso-Urbano, David (coord.): *Videojuegos: diseño y sociología*. Madrid: ESNE, pp. 355-369.
- Janssen, Susanne y Verboord, Marc (2015). "Cultural Mediators and Gatekeepers", en Wright, James D. (ed.): *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Países Bajos: Elsevier, pp. 440-446.
- Kerr, Aphra (2017). *Global Games: production, circulation and policy in the networked era*. Nueva York: Routledge/Taylor & Francis Group.
- Klevjer, Rune y Hovden, Jan Fredrik (2017). "The structure of videogame preference", en *Game Studies*, vol. 17, n.º 2, pp. 1-20. [https://gamestudies.org/1702/articles/klevjer\\_hovden](https://gamestudies.org/1702/articles/klevjer_hovden)
- Kuss, Daria J., Kristensen, Anna-Marie, Williams, A. Jess, López-Fernández, Olatz (2022). "To be or not to be a female gamer: a qualitative exploration of female gamer identity", en *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 19, n.º 3, p. 1169. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031169>
- Labrador, Francisco J., Fernández-Arias, Ignacio, Martín-Ruipérez, Sofía, Bernaldo-De-Quirós, Mónica, Vallejo-Achón, Marina, Sánchez-Iglesias, Iván, Labrador, Marta y Estupiñá, Francisco J (2022). "Women and video-games: What do they play?", en *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, vol. 38, n.º 3, pp. 508-517. <https://doi.org/10.6018/analesps.504281>
- López-Fernández, Olatz, Williams, A. Jess y Kuss, Daria J. (2019). Measuring female gaming: gamer profile, predictors, prevalence and characteristics from psychological and gender perspectives. *Frontiers in Psychiatry*, 10, 1-13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00898>
- López-Redondo, Isaac (2021). "El videojuego como área de especialización periodística. Rasgos distintivos y perspectivas profesionales para un sector en auge", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 27, n.º 1, pp. 319-332. <https://doi.org/10.5209/esmp.72248>
- López, César y Esteban, Beatriz (2022). "Videojuegos online: escenarios de interacción y experiencias de violencia en mujeres gamers", en *HUMAN REVIEW. International Humanities Review/Revista International de Humanidades*, vol. 14, n.º 3, pp. 1-16. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4116>

- Maclean, Erin (2016). "Girls, guys and games: how news media perpetuate stereotypes of male and female gamers", en *Press Start*, vol. 3, n.º 1, pp. 17-45. <https://press-start.gla.ac.uk/index.php/press-start/article/view/44>
- Manzano-Zambruno, Laura y Paredes-Otero, Guillermo (2020). "El periodismo de videojuegos desde una perspectiva feminista y de género. Las periodistas especializadas ante el acoso y la discriminación en España dentro de las redes sociales", en Candón-Mena, José: *Actas del III Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC* (2020). Sevilla: Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social de la Universidad de Sevilla, pp. 84-98.
- Márquez, Israel V. (2013). "Roles, estereotipos y usos: género y videojuegos", en *TELOS, Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, n.º 96, pp. 106-114. [https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/es/que\\_hacemos/media/publicaciones/telos\\_96.pdf](https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/es/que_hacemos/media/publicaciones/telos_96.pdf)
- Massanari, Adrienne (2017). "#Gamergate and The Fappening: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures", en *New Media & Society*, vol. 19, n.º 3, pp. 329-346. <https://doi.org/10.1177/1461444815608807>
- Méndez-Martínez, Aurora (2017). "Las mujeres y la creación en la industria de los videojuegos en España: oportunidades y dificultades en espacios masculinizados", en *Revista de Investigaciones Feministas*, vol. 8, n.º 2, pp. 545-560. <https://doi.org/10.5209/INFE.54912>
- Mihura-López Rocío, Piñeiro-Otero Teresa y Seoane-Nolasco Antonio (2023). 'No soy una gamer' Sexismo, misología y toxicidad como moduladores de la experiencia de las mujeres videojugadoras. *Investigaciones Feministas*, 14(2), 215-227. <https://doi.org/10.5209/infe.87614>
- Moldes-Farelo, Rocío (2019). "E-sports y brecha de género: la percepción de las profesionales españolas", en *Arxiu de Ciències Socials*, n.º 40, pp. 139-148. <https://hdl.handle.net/10550/71982>
- Mortensen, Torill Elvira (2016). "Anger, fear, and games: the long event of #GamerGate", en *Games and Culture*, vol. 13, n.º 8, pp. 787-806. <https://doi.org/10.1177/1555412016640408>
- Muriel, Daniel y Crawford, Garry (2018). *Video games as culture: considering the role and importance of video games in contemporary society*. Routledge.
- Oceja, Jorge y González-Fernández, Natalia (2020). "Estudiantes universitarios y videojuegos: Cultura del medio percibida, uso y preferencias en función del género", en *Education Policy Analysis Archives*, vol. 28, pp. 1-23. <https://doi.org/10.14507/epaa.28.4181>
- Paredes-Otero, Guillermo (2018). "Análisis de la imagen de la mujer transmitida en las actuales carátulas de videojuegos", en *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, n.º 40, pp. 1-10. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.23>
- Paredes-Otero, Guillermo (2021). "La cobertura mediática de los eventos españoles de videojuegos en la prensa digital especializada: el caso de Madrid Games Week", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 27, n.º 1, pp. 375-385. <https://doi.org/10.5209/esmp.69503>
- Patridge, Stephanie (2018). "Videogames and gendered invisibility", en Robson, Jon y Tavinor, Grant: *The Aesthetics of Videogames*. Oxfordshire: Routledge, pp. 161-180.
- Pérez, María (2018). "Diseño y estética del personaje femenino en videojuegos", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Madrid: Anait Games, pp. 87-110.
- Perreault, Gregory y Vos, Tim (2016). "The GamerGate controversy and journalistic paradigm maintenance", en *Journalism*, vol. 19, n.º 4, pp. 553-569. <https://doi.org/10.1177/1464884916670932>
- Ricoy, María del Carmen y Ameneiros, Aida (2016). "Preferencias, dedicación y problemáticas generadas por los videojuegos: una perspectiva de género", en *Revista Complutense de Educación*, vol. 27, n.º 3, pp. 1291-1308. [https://doi.org/10.5209/rev\\_RCED.2016.v27.n3.48445](https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2016.v27.n3.48445)
- Rivera, Jorge B. (1995). *El periodismo cultural*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez-Pastoriza, Francisco (2006). *Periodismo cultural*. Madrid: Síntesis.
- Rubio-Méndez, María y Cabañes-Martínez, Eurídice (2012). "El sexo de los píxeles. Del yo-mujer al yo-tecnológico", en *Revista de Estudios de Juventud*, n.º 98, pp. 150-166. [https://www.injuve.es/sites/default/files/Revista98\\_11.pdf](https://www.injuve.es/sites/default/files/Revista98_11.pdf)
- Santana-Rodríguez, Nira (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*. Cátedra Telefónica de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria. [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)
- Styhre, Alexander, Szczepanska, Anna Maria y Remneland-Wikhamn, Björn (2018). "Consecrating video games as cultural artifacts: Intellectual legitimization as a source of industry renewal", en *Scandinavian Journal of Management*, vol. 34, n.º 1, pp. 22-28. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2017.11.003>
- Subrahmanyam, Kaveri y Greenfield, Patricia M. (1998). "Computer games for girls: What makes them play?", en Cassell, Justine y Jenkins, Henry (eds.): *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and computer games*. Cambridge: The MIT Press, pp. 46-71.
- Taylor, T. L. (2008). "Becoming a player: networks, structures, and imagined futures", en Kafai, Yasmin B., Heeter, Carrie, Denner Jill y Sun, Jennifer (eds.): *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender, Games, and Computing*. Cambridge: The MIT Press, pp. 51-66. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7477003.0008>
- Trivi, Marta (2018). "El futuro es femenino; el pasado, no tanto: un repaso a la historia de las mujeres en los videojuegos", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Madrid: Anait Games, pp. 41-64.
- Tubau, Iván (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: ATE.

- Tur, Judit (2018). "Masculino por defecto: traducción y videojuegos", en VV.AA.: *Protesto. Videojuegos desde una perspectiva de género*. Madrid: Anait Games, pp. 223-244.
- Xuejing Yao, Shay, Ewoldsen, David R., Ellithorpe, Morgan E., Van der Heide, Brandon y Rhodes, Nancy (2022). "Game girl vs. girl gamer: stereotypical gamer traits increase men's play intention", en *Computer in Human Behaviour*, vol. 131, pp. 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107217>