

# Desigualdades en el mundo de los videojuegos desde la perspectiva de los jugadores y las jugadoras

Sara Afonso Noda<sup>1</sup> y Laura Aguilera Ávila<sup>2</sup>

Recibido: Enero 2020 / Revisado: Marzo 2020 / Aceptado: Marzo 2021

**Resumen. Introducción.** Con esta investigación se pretenden conocer diferentes cuestiones relacionadas con el uso de videojuegos por parte de hombres y mujeres. **Objetivos.** Se exploran posibles desigualdades entre jugadores y jugadoras de videojuegos, atendiendo a sus vivencias y opiniones, prestando especial atención a los y las *streamers*. **Metodología.** Se ha llevado a cabo un estudio con metodología mixta con la realización de una encuesta a 344 personas que juegan a videojuegos y de seis entrevistas a personas que se dedican a jugar a videojuegos y retransmitirlos. **Resultados.** Como resultados de la investigación, podemos concluir que existen desigualdades entre jugadores y jugadoras en función de su sexo, especialmente cuando las partidas se retransmiten por *streaming*. **Conclusiones y discusión.** Estas diferencias se manifiestan tanto al continuar considerando que los videojuegos son un espacio masculinizado como por los prejuicios y estereotipos a los que deben hacer frente las mujeres.

**Palabras clave:** sexismo; videojuegos; *streamers*; estereotipos; discriminación.

[en] Inequalities between video game players based on their sex in the world of video games

**Abstract. Introduction.** The purpose of this research is to find out about different issues related to the use of video games by men and women. **Objectives.** Possible inequalities between male and female video game players are explored, based on their experiences and opinions, with special attention to streamers. **Methodology.** A mixed methodology study was carried out with a survey of 344 people who play video games and six interviews with people who play video games and broadcast them. **Results.** As a result of the research, we can conclude that there are inequalities between male and female players depending on their gender, especially when the games are streamed. **Conclusions and discussion.** These differences are manifested both by continuing to consider video games as a masculinized space and by the prejudices and stereotypes that women have to face.

**Keywords:** sexism; videogames; streamers; stereotypes; discrimination.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Género y videojuegos. 2.1. Videojuegos. 2.2. *Streamers*. 3. Método. 3.1. Muestra. 3.2. Diseño. 3.3. Instrumento. 3.4. Procedimiento. 4. Resultados. 4.2. Resultados del cuestionario. 4.3. Resultados de las entrevistas. 5. Discusión y conclusiones. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Afonso Noda, S.; Aguilera Ávila, L. (2021). Desigualdades en el mundo de los videojuegos desde la perspectiva de los jugadores y las jugadoras, en *Revista de Investigaciones Feministas* 12(2), 677-689.

## 1. Introducción

El universo de los videojuegos se ha extendido de forma que, en la actualidad, existen infinidad de formas de jugar a los mismos y tipos de ellos. Concretamente, en los últimos años, se ha extendido el juego a través de plataformas online o la organización de eventos para jugar a videojuegos a los que acuden miles de personas, donde tanto hombres como mujeres de todo el mundo interactúan entre sí. Ya son algunas décadas en las que la investigación se ha ido acercando a las posibles consecuencias del uso de los mismos, sus efectos sobre la socialización y la autoestima, sobre las relaciones familiares, etc. Pero son mucho menos los años en los que se realizan estudios con una perspectiva de género. Como defienden Gil, Feliu y Vitores (2010), estudiar las

<sup>1</sup> Universidad de La Laguna (España).

<sup>2</sup> Universidad de La Laguna (España).

[laguiler@ull.edu.es](mailto:laguiler@ull.edu.es)

<https://orcid.org/0000-0003-3512-2692>

relaciones de género debe llevar consigo, en la actualidad, el estudio de las innovaciones tecnológicas, y por ende, el estudio de esta industria de los videojuegos.

Con este trabajo se pretende realizar un acercamiento a las opiniones y percepciones de jugadores y jugadoras de videojuegos, indagando sobre los estereotipos que persisten en este ámbito, la forma de expresarlos y la manera en que los viven. Asimismo, se hace una mención especial a los y las *streamers*, atendiendo a la multidireccionalidad de la relación durante el desarrollo del videojuego.

## 2. Género y videojuegos

La socialización de género alude a “los diferentes valores, normas, y comportamientos que socialmente se construyen y transmiten en función del sexo de cada persona” (Galet Macedo & Alzás García, 2014, p. 98). Podemos encontrar diferentes agentes de socialización, situándose hoy día como más relevantes la familia, la escuela o los medios de comunicación y la publicidad (Pibernat Vila, 2017). Estos últimos agentes, basándose principalmente en la imagen y los símbolos ejercen una fuerte influencia en la audiencia de cualquier edad, llevando a niños, niñas, adolescentes y personas adultas a asimilar, reforzar, reproducir y amplificar actitudes, roles y estereotipos (González-Anleo, Cortés del Rosario y Garcelán Vargas, 2018).

En lo que respecta a los videojuegos, que podríamos incluir como una parte de los medios de comunicación destinado al tiempo de ocio, las edades en las que niños y niñas comienzan su uso se sitúa en torno a los 11 años (AEVI, 2015) por lo que, si tenemos en cuenta que, como defiende Díez (2004), es en estas primeras etapas del desarrollo en las que se produce el aprendizaje de los roles de género, esta industria, y más en concreto sus productos, los videojuegos, son una importante herramienta que influye en la visión que se pueda generar de los roles femeninos y masculinos. Pero estos roles y estereotipos que se muestran habitualmente en los videojuegos están realizados desde una visión patriarcal y masculina, ya que quienes idean, producen y desarrollan los mismos son habitualmente hombres, de forma que en los videojuegos se muestra una representación social basada en los deseos, afinidades y aficiones de los varones (Díez, 2007).

Además, el mundo de los videojuegos es un sector considerado socialmente como masculino, en el que tanto quienes los desarrollan como el público al que van destinados, han sido principalmente hombres. Buscando un aún mayor mercado, y no tanto por procurar mitigar esta diferenciación, en los años 90 se intentó atraer al sector femenino a este mundo a través de la creación de videojuegos destinados a las niñas y mujeres. Así, el popular videojuego Pac-Man tuvo una versión femenina denominada Ms. Pac-Man, con una forma idéntica al original pero con atributos femeninos (Márquez, 2013). Teniendo esta visión estereotipada de los videojuegos por género, se crearon videojuegos relacionados con el combate y el deporte destinados a los niños y sobre moda, belleza y cosmética para las niñas. Esta división fomenta los estereotipos tradicionales, exagera las diferencias y refuerza la transmisión de roles y estereotipos clásicos (Janzy y Martins, 2007).

Estos videojuegos para mujeres basados en los estereotipos y roles de género resultaron ser un fracaso comercial (Márquez, 2013) pero no impidieron que las mujeres se hayan ido incluyendo durante los últimos años cada vez más en el mundo de los videojuegos, llegando a representar el 46% de la población jugadora en Europa (*Interactive Software Federation of Europe*, 2017), por lo tanto y atendiendo Tomkinson & Harper (2015), las mujeres no son una minoría en este mundo, simplemente se las margina, no se piensa en ellas al desarrollar el juego y cuando se hace es en términos estereotípicos. Tal como recoge Márquez (2013), las jugadoras tienden a rechazar los juegos “para chicas” por su interactividad limitada y las pocas alternativas que ofrecen para desarrollar la imaginación y creatividad. Los juegos considerados de género neutro como el Tetris, Myst o Frogger son bien acogidos por las niñas y adultas sin necesidades de feminizarlos (Márquez, 2013). En esta elección sobre los videojuegos tiene sin duda importancia el entorno y la familia ya que según Griffiths y Hunt (1995, citados en Tejeiro Salguero, 2002), la mayoría de los y las jugadoras se inician por alguien de su entorno social y/o familiar.

Algunas diferencias que se pueden apreciar entre jugadoras y jugadores se relacionan con los hábitos de juego; debemos destacar que según Paaßen, Morgenroth, & Stratemeyer (2017), las mujeres juegan de forma más ocasional y no se consideran jugadoras como tal, mientras que los hombres son jugadores auténticos, que se identifican con las comunidades *gamer* y participan en torneos y competiciones. Esta diferencia puede tener relación con las expectativas sociales y los estereotipos existentes trasladados al videojuego, las chicas no se van a sentir incluidas en comunidades donde no se las tiene en cuenta y las comunidades de juego no van a tener en cuenta al sexo que socialmente no se relaciona con el videojuego. También puede deberse al tiempo disponible para el juego, ya que muchas chicas juegan cuando los jugadores masculinos con los que conviven les ceden tiempo de juego (Jenson y de Castell, 2010).

Y es que el 22,2% de las mujeres juega con algún familiar, destacando que son las jugadoras esporádicas y las no videojugadoras, las que juegan habitualmente con la familia, mientras que las jugadoras prefieren hacerlo con amistades. Un 14,43% juega con amistades en red siendo este porcentaje superior en las jugadoras habituales (22,6%) y son muy pocas, un 2,85%, las que juegan con personas desconocidas (Observatorio del Videojuego y de la Animación, 2006); el 48,16% de ellas prefieren jugar solas. Sin embargo, algunas de las

motivaciones que las mujeres señalan para jugar a videojuegos son las posibilidades que éstos ofrecen para establecer relaciones sociales y como forma de mantener una relación (Williams *et al.*, 2009).

En cuanto a las diferencias de los juegos, no de las personas que los usan, se encuentran diferencias claras, aunque también se pueden vislumbrar otras tendencias con la incorporación de mujeres desarrolladoras. Algunas investigaciones afirman que las chicas prefieren juegos de tipo familiar, que contienen objetivos relacionados con la vida real, actividades sociales y de descubrir misterios para los que se requiere cooperación e investigación. Mientras que los chicos prefieren juegos violentos, basados en fantasías o con la dinámica de los buenos contra los malos (Greenfield and Subrahmanyam, 1998, citados en Tomkinson & Harper, 2015). En cambio, según el Observatorio del Videojuego y de la Animación (2006), los géneros de arcade, aventura gráfica y simuladores son los preferidos entre las mujeres. Si atendemos a los personajes de los videojuegos, los femeninos son mucho más reducidos y limitados que los masculinos; cuando aparecen mujeres suelen representar un papel subordinado, dependiente de un héroe que la salve (Márquez, 2013).

Este autor señala el estudio que Ferry Toles llevó a cabo en 1985, en el que de 100 videojuegos analizados, el 92% no incluía personas femeninas y sólo un 2% tenía a una mujer como personaje central activo. Dill y Thill (2007) señalan que las revistas de juego americanas muestran en un 83% de las veces personas masculinas frente al 62% de las veces en que se muestran mujeres y cuando éstas aparecen lo hacen de una forma sexualizada en el 60% de las ocasiones. Frente a esta imagen de subordinación de la mujer, en 1996, aparece el juego Tomb Raider, protagonizado por Lara Croft, pero tal como señalan Jansz y Martins (2007), este personaje no supera los estereotipos femeninos sino que refuerza la imagen de mujer objeto creando a un personaje hipersexualizado. Este fenómeno de la hipersexualización también se produce en el caso de los personajes masculinos pero son las mujeres y las niñas quienes más lo sufren (Zurbriggen et al, 2007). La clasificación que hacen Guerra Antequera y Revuelta Domínguez (2015) refleja esta persistencia de la sexualización y la sumisión de los personajes femeninos de los videojuegos. Pero en los últimos años podemos vislumbrar algunos cambios en este panorama. Así, juegos como Project Zero, Beyond Good and Evil, Unreal II o Primal presentan imágenes no estereotipadas de la mujer (Díez, 2004b).

## 2.1. Videojuegos

En 1951, surge el primer videojuego, marcando el inicio de lo que hoy conocemos como la industria de los videojuegos. Posteriormente, se comienzan a desarrollar diferentes consolas (Nintendo y Playstation) y juegos (Pacman o Mario), hasta que, en la actualidad, ya no sólo se juega con las consolas sino también con los ordenadores y dispositivos móviles (Eguia Gómez, Contreras-Espinosa, & Solano-Albajes, 2013).

Los videojuegos según Frasca (2001, citado en Eguia Gómez, Contreras-Espinosa, & Solano-Albajes, 2013) aluden a “cualquier forma de software de entretenimiento por computadora, usando cualquier plataforma electrónica y la participación de uno o varios jugadores en un entorno físico o de red” (p. 5). Cabe destacar, que no existe una única clasificación sobre los diferentes tipos de videojuegos, existe una variabilidad de ellas atendiendo a si se juega en grupo o de forma individual, a criterios como el género o en función de su contenido. En este trabajo vamos a emplear la clasificación utilizada por el Observatorio del Videojuego y de la Animación en su investigación “Mujeres y videojuegos” del año 2006 que emplea el criterio de los contenidos.

Tabla 1. Clasificación de los videojuegos.

Observatorio del Videojuego y de la Animación (2006)			
Arcade	Puzles	Estrategia	Infantiles
Aventura gráfica	Carreras	Eróticos	
Simuladores	Acción	Deportes	
Rol	On-line	Educativos	

Fuente: Elaboración propia basada en Observatorio del Videojuego y de la Animación (2006).

## Estadísticas de uso de videojuegos

Según la Interactive Software Federation of Europe (2017), el 44% de la población española comprendida entre los 6 y 64 años ha jugado a algún juego en los últimos doce meses. De esta población, el 56% eran hombres, y el 44% mujeres. Al margen del juego de niños, niñas y adolescentes, quienes un 78% de ellos y ellas juegan, la franja edad en la adultez en la que más se juega es la comprendida entre los 25 y 34 años de edad, en la que el 55% juega en cualquier formato o plataforma. El 83% de los y las jugadoras, juega online. De ellos y ellas, el 24% juega en solitario siempre, el 19% en solitario la mayor parte del tiempo, el 28% algunas veces solo/a y otras con jugadores/as, el 8% juega con otros jugadores/as la mayor parte del tiempo; y el 4% juega siempre con otras personas (*Interactive Software Federation of Europe*, 2012). Según *Entertainment Software*

*Association* (2016), el 40% de los jugadores y jugadoras, juega con amistades, el 21% con familiares, el 17% con sus padres y madres, y el 15% con su pareja.

El soporte preferido es el ordenador con un 24% seguido de las consolas en un 22% y los *smartphones* con un 21% (*Interactive Software Federation of Europe*, 2017). Con datos que muestran solo el perfil de personas adultas, el dispositivo más utilizado es la consola de sobremesa con un 61,1%, siendo los hombres quienes más la utilizan (66,2%) frente al *smartphone* que es el soporte que más emplean las mujeres con el 57,5% de los casos (AEVI, 2015b).

## 2.2. Streamers

En la última década, se ha extendido una nueva forma de entretenimiento basada en ver transmisiones en vivo de videojuegos, denominada *Streaming*. Estas pueden realizarse por jugadores o jugadoras informales que juegan desde sus casas, por personas dedicadas a jugar profesionalmente o incluso se han llegado a hacer campeonatos y torneos de deportes electrónicos a nivel internacional (Nascimento et al. 2014). Por lo tanto, podemos entender que el o la *Streamer*, “es el usuario o usuaria que transmite el contenido en vivo en su canal o una página en Twitch<sup>3</sup>” (Nascimento et al. 2014, p. 3).

Según Jungar (2016), podemos encontrar tres tipos de *stream*: *streams* de torneos, de jugadores profesionales o *streams* de variedades. Los primeros son los más populares y son transmitidos en canales de organismos dedicados a ello, como *Socialblade*. Los *streams* de jugadores profesionales incluyen a parte del propio jugador o jugadora, una cámara web desde la que se le puede observar y un chat a través del cual pueden interactuar los espectadores y espectadoras entre ellos/as o con el jugador/a. Normalmente, juegan a los juegos más populares del momento para atraer un mayor número de visitas. La última categoría incluye a las y los *streamers* que juegan a diversos videojuegos, de una forma más cercana, entretenida e incluso humorística.

De acuerdo a una investigación realizada por Hamilton, Garretson & Kerne (2014), los y las *streamers* indicaron que su personalidad influye en el número de espectadores/as. Uno de los entrevistados señaló, por ejemplo, que si son calmados y respetuosos atraerán a espectadores con las mismas características. Además, la única mujer *streamer* entrevistada afirmó que ellas se enfrentan continuamente a comportamientos sexistas, de forma que se atiende más a su papel como mujer que a su forma de jugar o sus capacidades para ello.

## 3. Método

### 2.1 Muestra

La muestra empleada en este trabajo está formada por un total de 344 personas, de las cuales el 51,5% son mujeres y el 48,5% hombres. Con edades comprendidas entre los 15 y 46 años, siendo la edad media 24,28 años. En cuanto al nivel académico, el 45,1% tiene estudios de Grado, Diplomatura o Licenciatura; el 17,7% Bachiller, el 16,6% Formación Profesional, el 16% Máster o Postgrado; el 3,5% la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y el 1,2% Doctorado.

En la siguiente tabla, la número 2, vemos más datos de la muestra:

Tabla 2. Características de la muestra del estudio.

Variable	Mujeres		Hombres	
	N	%	N	%
Sexo	177	51,3	167	48,4
Nivel académico				
ESO	4	2,3	8	4,8
Formación Profesional	21	11,9	36	21,6
Bachillerato	29	16,4	32	19,2
Grado, licenciatura o diplomatura	91	51,4	54	38,3
Máster o Posgrado	29	16,4	26	15,6
Doctorado	3	1,7	1	0,6
Edad	□ = 23,86	d.s.=4,35	□ = 24,2	d.s.=5,44

Fuente: Elaboración propia.

<sup>3</sup> Plataforma donde los usuarios/as pueden subir videos y otras personas visualizarlos. Además, permite chatear en tiempo real, y está conformado por canales que pertenecen a los usuarios. En 2014, tenía 45 millones de espectadores que transmitían, visualizaban o chateaban (Nascimento et al, 2014).

La muestra escogida para la realización de las entrevistas está conformada por 6 personas que realizan *Streaming*, concretamente, tres hombres y tres mujeres. Con edades comprendidas entre los 22 y 25 años, siendo la edad media de 23,83 años.

Cuatro de ellos/as llevan jugando a videojuegos desde la infancia, mientras que los/as dos restantes comenzaron más tarde, en torno a la adolescencia (15 años) o ya en la etapa adulta (21 años). En cuanto al tiempo que llevan realizando *Streaming*, las respuestas son muy dispares, yendo de sólo 6 meses hasta más de 6 años.

El perfil de quienes siguen sus transmisiones, según su propia información, está formado principalmente por hombres con edades superiores a los 18 años, aunque también tienen seguidoras que llegan a representar en algunos casos entre el 10% o el 50%. Los videojuegos a los que más juegan son sobre todo de acción, rol o simuladores.

## 2.2. Diseño

Se trata de un diseño de investigación mixto, con muestras independientes entre la parte cuantitativa y la cualitativa. Para recoger los datos cuantitativos se llevó a cabo un muestreo aleatorio simple seguido de un muestreo por bola de nieve en función del criterio de inclusión principal que era el ser videojugador o videojugadora. En la parte cualitativa el muestreo fue intencional.

## 2.3. Instrumento

Los instrumentos seleccionados para obtener los datos necesarios han sido un cuestionario y una entrevista.

El cuestionario se construyó (ad-hoc) con la finalidad de conocer la percepción de los y las jugadores; está dividido en tres bloques: datos sociodemográficos, opiniones y vivencias de los jugadores y jugadoras; auto-concepto y autoestima, aunque estos últimos datos no se han empleado en este trabajo.

La entrevista para la parte cualitativa del estudio está compuesta en primer lugar por seis preguntas sobre datos generales (sexo, edad, tiempo haciendo *streaming* entre otras), y un total de nueve preguntas donde se abordan las experiencias de los y las *streamers*.

## 2.4. Procedimiento

Una vez elaborados tanto el cuestionario como la entrevista, el proceso de recogida de datos se inicia a través de la publicación en Facebook y Twitter del enlace de Google Forms en el que se encuentra el cuestionario.

Además, de forma paralela, se contactó vía e-mail o a través de Twitter con varios/as *streamers* (con un mínimo de 1000 seguidores/as), para la realización de las entrevistas. Tras esto, y habiendo obtenido su interés en participar, se realizaron las entrevistas a través de Discord<sup>4</sup> y se procedió a su transcripción.

Posteriormente, se procedió al vaciado y análisis de los datos, realizando pruebas de Chi cuadrado para las variables nominales y contrastes de ANOVA de un factor para las variables numéricas, todos ellos con el programa estadístico SPSS en su versión de 2010. Con los datos obtenidos de las entrevistas se realizó un análisis de contenido.

## 3. Resultados

### 3.1. Resultados del cuestionario

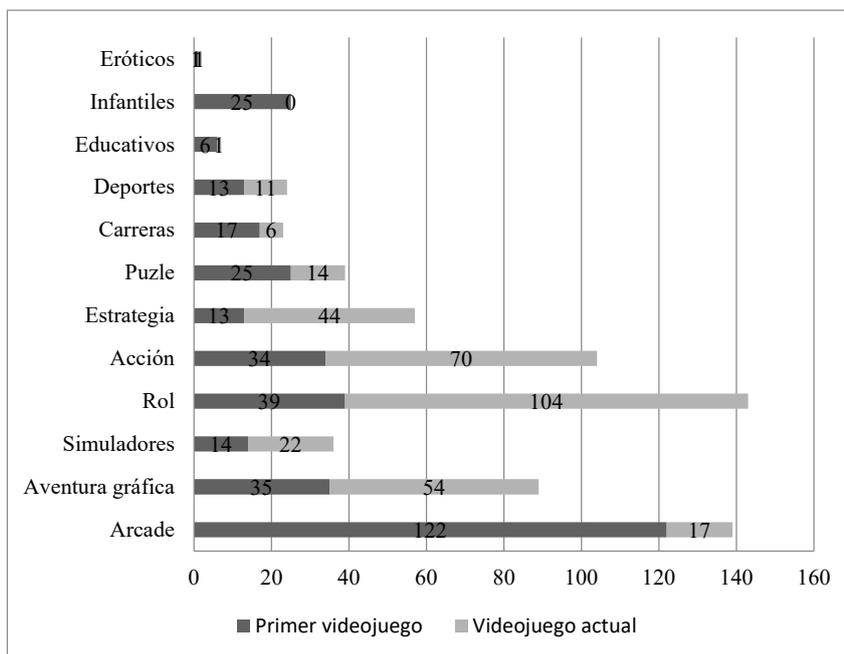
Comenzamos la exposición de los resultados con los datos de acceso a los videojuegos y dinámicas de uso. En este sentido, la edad media de inicio en los videojuegos de toda la muestra es de 7,78 y d.t. 3,31; las niñas se inician a una edad más tardía, con una media de 8,59 años y d.t. de 3,54 y los niños a los 6,93 años con una d.t. de 2,87. El debut en el ámbito de los videojuegos se produce mayoritariamente a través de familiares próximos que les regalaron o prestaron un videojuego (57,5%), luego a través de familiares lejanos (20,6%), de forma externa al núcleo familiar (13%), amigos/as (8,2%), y a través de su pareja (0,6%). No encontramos diferencias significativas en cuanto a la forma de inicio ( $X^2(4) = 2.262, p < 0.68$ ), siendo la forma más frecuente en ambos sexos haberse iniciado a través de familiares próximos, ambos en torno al 50%.

En cuanto al primer videojuego utilizado por toda la muestra, destaca el tipo arcade con un 35,6%, seguido por el de rol con un 11,4% y a continuación aventura gráfica (10,2%), seguido de los de acción (9,9%), puzzle (7,3%), infantiles (7%), carreras (5%), simuladores (4,1%), estrategia y deportes ambos con un 3,8%, educativos (1,7%) y eróticos en último lugar con un 0,3%. Actualmente su juego preferido es el de rol en un 30,2% de los casos, seguidos de los de acción (20,3%), aventura gráfica (15,7%), estrategia (12,8%), simuladores

<sup>4</sup> Aplicación gratuita de chat y voz para jugadores y jugadoras de videojuegos, similar a Skype.

(6,4%), arcade (4,9%), puzzle (4,1%) y deportes (3,2). En la gráfica 1 podemos ver la comparación entre el juego de inicio y el juego referido actualmente.

Gráfico 1. Tipo de videojuego con el que se inicia y tipo de videojuego actual.



Fuente: Elaboración propia.

En estos casos sí encontramos diferencias significativas entre hombres y mujeres tanto en el videojuego con el que se iniciaron ( $X^2(11) = 35.282, p < 0.00$ ) como en el videojuego actual ( $X^2(10) = 49.172, p < 0.00$ ). Podemos ver los datos relativos a estas variables en la tabla 3.

Tabla 3. Frecuencias y porcentajes en el juego de inicio y juego actual en función de sexo.

	Primer videojuego				Videojuego actual			
	Mujeres		Hombres		Mujeres		Hombres	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Arcade	51	28,8	71	42,8	5	2,8	12	7,2
Aventura gráfica	28	15,8	7	4,2	46	26	8	4,8
Simuladores	12	6,8	2	1,2	16	9	6	3,6
Rol	22	12,4	17	10,2	50	28,2	54	32,3
Acción	16	9	18	10,8	28	15,8	42	25,1
Estrategia	8	4,5	5	3	16	9	28	16,8
Puzzle	10	5,6	15	9	10	5,6	4	2,4
Carreras	5	2,8	12	7,2	3	1,7	3	1,8
Deportes	6	3,4	7	4,2	2	1,1	9	5,4
Educativos	6	3,4	0	0	1	0,6	1	0,3
Infantiles	13	7,3	11	6,6	0	0	0	0
Eróticos	0	0	1	0,6	0	0	1	0,6

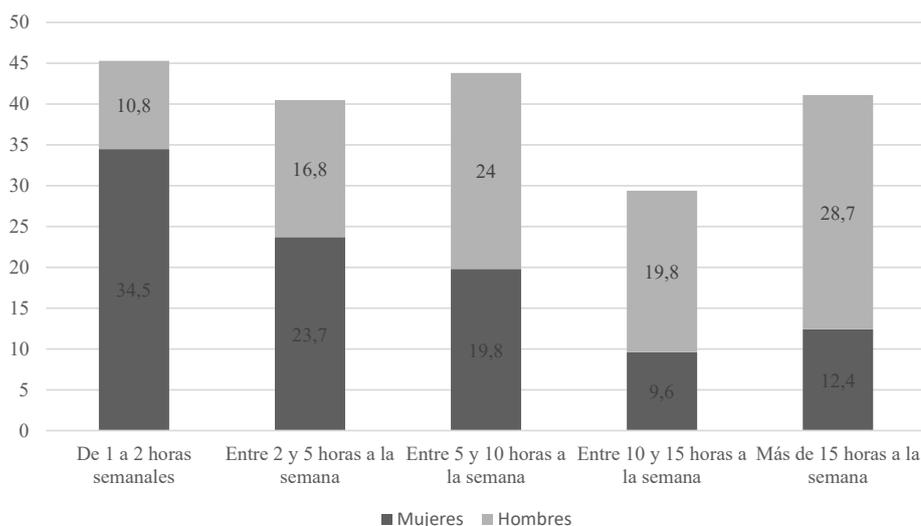
Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere al soporte más utilizado para jugar encontramos el ordenador con un 63,7% de los casos, seguido de la consola (23%), *Smartphones* (7%), consolas portátiles (4,7%) y la tableta (1,7%). Aquí también encontramos diferencias significativas entre los soportes empleados por mujeres y por hombres ( $X^2(4) = 22.441, p < 0.00$ ). Ambos sexos siguen el mismo orden de preferencia pero con porcentajes muy diferentes y es que las mujeres usan el ordenador en el 53,1% de las ocasiones pero los hombres en el 74,9%; la consola es utilizada por el 27,1% de las mujeres y por el 18,6% de los hombres; los *Smartphones* suponen el soporte empleado por ellas en el 11,3% de los casos y en el 2,4% de los hombres; las consolas portátiles son

empleadas por el 6,8% de las mujeres y por el 2,4% de los hombres; por último, la tableta tiene datos de uso muy similares, el 1,7% para ellas y el 1,8% para ellos.

También encontramos diferencias significativas entre jugadores y jugadoras en el tiempo empleado a videojuegos ( $X^2(4) = 41.060$ ,  $p < 0.00$ ). El rango de horas más frecuente por parte de toda la muestra es de 1 a 2 horas con un 23%, pero el 34,5% de las mujeres juegan este tiempo y sólo un 10,8% de los hombres juegan este rango más bajo de tiempo. El siguiente porcentaje lo encontramos en el rango de las 5 a las 10 horas semanales, siendo en este caso el 19,8% de las mujeres las que juegan este tiempo frente al 24% de los hombres. Con un 20,3% de representatividad encontramos tanto el rango de las 2 a las 5 horas semanales y el de más de 15 horas a la semana. En el primer rango, de 2 a 5, encontramos un 23,7% de mujeres y un 16,8% de hombres y en el rango mayor un 12,4% de mujeres emplean este tiempo, siendo un 28,7% de hombres los que juegan más de 15 horas. Por último, encontramos representado el rango de 10 a 15 horas a la semana con un 14,5% del total de la muestra. en este caso suponen el 9,6% de las mujeres y el 19,8% de los hombres.

Gráfico 2. Tiempo de juego en función de la variable sexo en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia.

Los jugadores y las jugadoras juegan principalmente, en el 33,4% de los casos, algunas veces solos/as y otras con otros/as jugadores/as, seguido de la opción en solitario la mayor parte del tiempo con un 31,4%. Juegan con otros jugadores o jugadoras la mayor parte del tiempo en el 17,7% de las ocasiones, seguido de las opciones en solitario siempre (11,9%) y siempre con otros/as jugadores/as (5,5%). Pero en esta variable también encontramos diferencias significativas entre hombres y mujeres ( $X^2(4) = 23.294$ ,  $p < 0.00$ ); de modo que las mujeres juegan en solitario la mayor parte del tiempo y algunas veces solas y otras acompañadas en porcentajes muy similares, el 33,3% y el 33,9% respectivamente. A estas opciones le siguen las de en solitario siempre con un 17,5%, con otros jugadores o jugadoras la mayor parte del tiempo (13,6%) y por último siempre con otras personas con un 1,7%. En cambio, los hombres juegan algunas veces solos y otras acompañados en un 32,9% de las ocasiones, en solitario la mayor parte del tiempo en el 29,3% de las veces, seguido de con otras personas la mayor parte del tiempo (22,2%), seguido de la opción siempre por otros jugadores y jugadoras (9,6%) y por último, con un porcentaje de 6%, en solitario siempre.

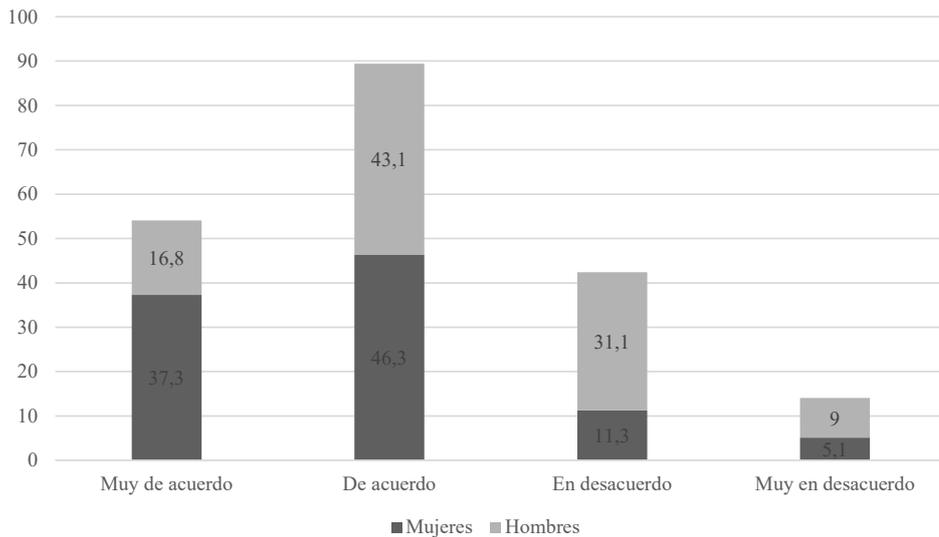
Cuando juegan en compañía de otras personas, suelen jugar con sus amigos (58,1%), su pareja (22,7%), sus amigas (7,3%), con familiares hombres (7%), familiares mujeres (4,7%) o su padre (0,3%). Cuando analizamos estos datos en función del sexo, también encontramos diferencias significativas ( $X^2(5) = 65.364$ ,  $p < 0.00$ ). las mujeres juegan con amigos en el 38,4% de las veces o con su pareja en el 33,3%, a esta compañía le sigue la de sus amigas (12,4%), la de familiares mujeres (7,9%), familiares hombres (7,3%), separando a la figura de su padre, con quienes juegan en el 0,6% de las veces. Los hombres juegan con sus amigos en el 79% de las veces, en un 11,4% de las ocasiones con su pareja, porcentajes seguidos de los de familiares hombres (6,6%), sus amigas (1,8%), familiares mujeres (1,2%) y ninguno señala jugar con su padre.

En el siguiente bloque de preguntas se indaga sobre los sentimientos y percepciones de distinciones en el ámbito de los videojuegos en función de su sexo. Así, ante la pregunta de cómo se han sentido ellos y ellas jugando con personas del sexo contrario al suyo encontramos diferencias significativas en sus respuestas ( $X^2(5) = 104.361$ ,  $p < 0.00$ ). Los jugadores se han sentido cómodos en el 92,2% de las ocasiones; otros sentimientos que manifiestan son el de motivados en el 5,4%, juzgados en el 1,2% de las veces y en la misma proporción, 0,6%, inseguros e incómodos. Las jugadoras se han sentido cómodas en el 41% de las ocasiones, juzgadas en el

20,2% de los casos, inseguras en el 19,7% de las veces, motivadas los 12,7%, incómodas el 4,6% de las veces y valoradas el 1,7%. Probablemente, tener estos sentimientos al jugar ha hecho que las jugadoras oculten su sexo en el 42,4% de las ocasiones mientras que ellos no lo han hecho en el 99,4% de las veces (ellas no lo ocultan el 53,7% de las veces y no recuerdan si lo han hecho o no en el 4%). Estas diferencias son significativas con una Chi cuadrado con valor de 98.607, con 2 grados de libertad y una significación de 0.00.

Ante la pregunta de si creen que los videojuegos tienen un público masculino también encontramos datos estadísticamente significativos ( $X^2(3) = 31.469$ ,  $p < 0.00$ ). Los datos relativos a esta pregunta los podemos ver en el gráfico 3.

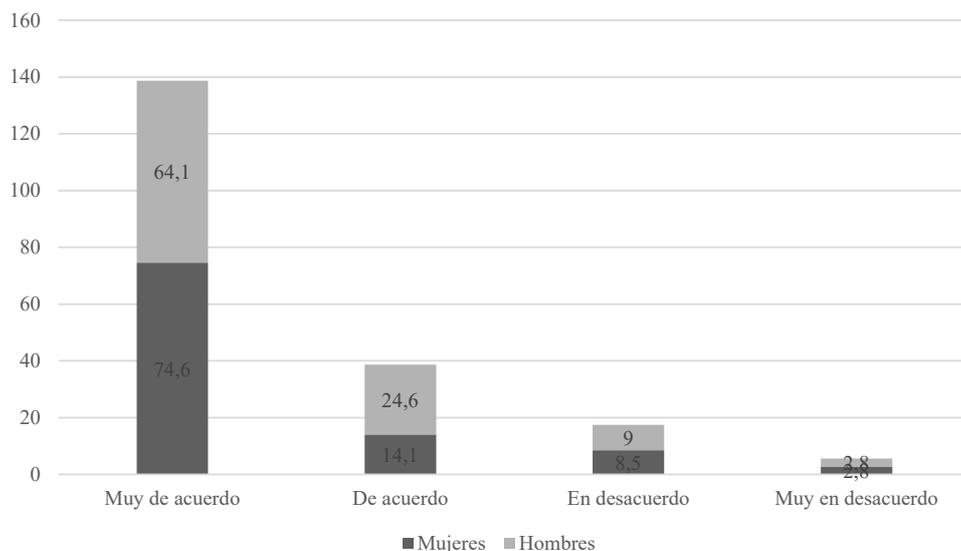
Gráfico 3. Grado de acuerdo con la afirmación de que los videojuegos tienen un público masculino según la variable sexo en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia.

Con una menor significación pero también con relevancia estadística encontramos diferencias entre hombres y mujeres en la respuesta a que no hay diferencia en los videojuegos entre hombres y mujeres ( $X^2(3) = 6.320$ ,  $p < 0.09$ ). También vemos los datos en una gráfica.

Gráfico 4. Grado de acuerdo con la afirmación de si hay diferencia en los videojuegos entre hombres y mujeres según la variable sexo en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia.

Por último, en la tabla 4 podemos ver los resultados del ANOVA de un factor realizado a las respuestas a otras preguntas también relacionadas con sus experiencias y opiniones como hombres y mujeres en su vertiente de videojugadoras/es. El rango de respuesta es de 1 a 4.

Tabla 4: Resultados del ANOVA de un factor con las variables de opinión sobre estereotipos de género en los videojuegos en función de la variable sexo.

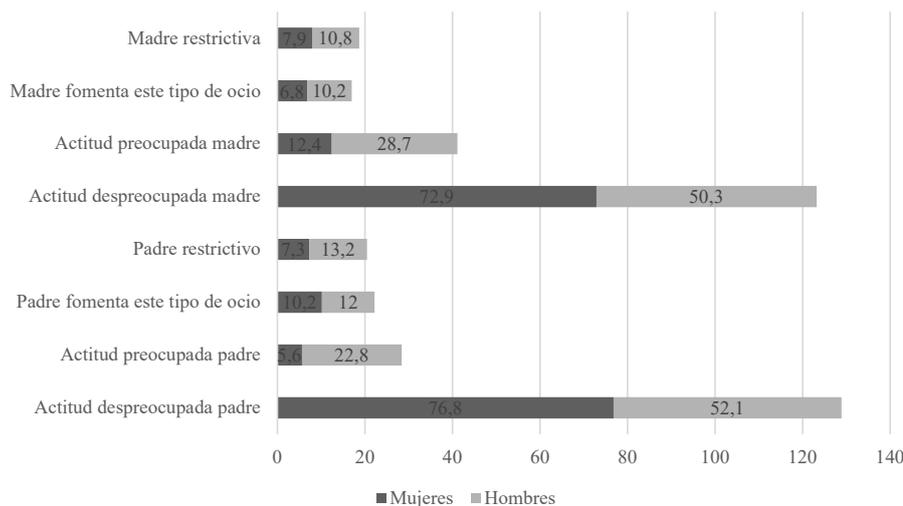
	Mujeres		Hombres		Valor de F <sup>2</sup>		Significación
	Media	d.t.	Media	d.t.	F	g.l.	
Los videojuegos no son machistas	3,02	0,76	2,88	0,74	3,078	1	.080
Una mujer debe hacerse valer más que un hombre en el mundo de los videojuegos	2,18	1,02	2,55	0,99	12,034	1	.001
Hay videojuegos para mujeres y videojuegos para hombres	2,95	0,89	2,96	0,88	0,009	1	.925
Los juegos de acción y combate son sólo para hombres	3,47	0,66	3,62	0,54	5,199	1	.023
Juega mal porque es mujer	3,55	0,56	3,69	0,52	6,236	1	.013
Considera necesarios los eventos exclusivos para mujeres	2,21	1,01	2,70	1,02	20,042	1	.000

Fuente: Elaboración propia.

Dada la temprana edad en la que se comienza a emplear videojuegos y la importancia de la familia en la socialización, también se realizaron preguntas acerca de la influencia y actitud de los padres y madres en el uso de los videojuegos.

La actitud de padres y madres ante el uso de los videojuegos en el tiempo del ocio tiende a ser de despreocupación, pero también encontramos diferencias entre mujeres y hombres en la actitud de los padres ( $X^2(3) = 29.254, p < 0.00$ ) y de las madres ( $X^2(3) = 20.253, p < 0.00$ ). Vemos los datos en la siguiente gráfica.

Gráfico 5: Actitud de madres y padres frente al uso de videojuegos en función del sexo en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al apoyo percibido por su padre y su madre para realizar este tipo de ocio también encontramos diferencias significativas entre las jugadoras y los jugadores en el apoyo percibido por su padre ( $X^2(2) = 36.372, p < 0.0$ ) y por su madre ( $X^2(2) = 23.574, p < 0.00$ ). Las jugadoras sintieron el apoyo de su padre en el 40,1% de las veces pero no recuerdan si lo tuvieron o no en el 42,9% de las ocasiones. Manifiestan no haberlo tenido el 16,9% de las veces. Los jugadores no tuvieron ese apoyo en el 44,9% de las veces, sí haberlo tenido en el 34,7% de las ocasiones y no lo recuerdan en el restante 20,4%. Respecto a la madre, las jugadoras sí tuvieron su apoyo en el 48% de las veces y manifiestan no haberlo tenido el 20,9%. No recuerdan si lo tuvieron o no el 31,1%. Los jugadores sí tuvieron el apoyo de su madre en el 37,1% de las veces y no lo tuvieron el 32,6%. No recuerdan si lo tuvieron o no con un 24,7%.

Por último, se les pregunta si han jugado tanto con su madre como con su padre. Las respuestas a esta pregunta no mostraron diferencias significativas entre hombres y mujeres.

### 3.2. Resultados de las entrevistas

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de las entrevistas a streamers. Cuando se les pregunta por las principales dificultades con las que se han encontrado haciendo *streaming*<sup>5</sup> responden que una de ellas

<sup>5</sup> Transmisión en vivo de videojuegos.

está más relacionada con la plataforma utilizada, Twitch<sup>6</sup>, ya que según refieren es muy grande y se priman los canales grandes o los streamings sobre determinados videojuegos. También, refieren alguna dificultad en los medios para realizar streamings como “un Pc... Internet bueno, etc” (Entrevistado nº1). Cabe destacar, que una de las entrevistadas no refiere haber tenido dificultades.

También se les pregunta por si se han encontrado ante situaciones incómodas durante los streamings y si las tuvieron, cuáles fueron. Dos de los hombres entrevistados refieren no haberse encontrado ante situaciones incómodas, aunque las otras cuatro personas entrevistadas sí; en este sentido, las tres mujeres entrevistadas refieren haberse sentido incómodas ante diversas actitudes machistas. Algunos ejemplos de los que refieren son:

“Me han preguntado si mi novio me deja hacer stream, como si tuviese dueño. En su momento me preguntó un espectador que si me donaba 5€ le agregaría a mi Facebook personal y que si se suscribía entonces podría quedar en persona conmigo” (Entrevistada nº 1).

“En ocasiones ha habido usuarios que ponen comentarios inapropiados, juzgan el físico, la manera de ser, críticas destructivas, insultos, etc. Resulta incómodo cuando los usuarios discuten por temas ajenos al stream o no respetan las reglas y pueden incomodar al resto de la audiencia” (Entrevistada nº3).

En el caso del hombre que sí se ha encontrado ante situaciones incómodas (Entrevistado nº2), según refiere, se trataban de situaciones de “mal rollo ataques de otros streaming o jugadores. Rara vez, sobre todo al principio, discutían entre los propios seguidores en el chat”.

En cuanto a sentimientos que han experimentado durante el juego, las tres mujeres entrevistadas refieren haberse sentido atacadas, infravaloradas o que no se ha tenido en cuenta su forma de jugar sino principalmente su físico. Según manifiestan, han recibido “piropos excesivos sobre los atributos físicos por ser mujer” (Entrevistada nº2).

“Siempre hay alguien que va a aparecer y te va a decir lo guapa o lo fea que eres, lo delgada o lo gorda que estás. Esto claro que te hace sentir infravalorada porque tú estás ahí para pasárselo bien y para entretener y siempre vendrá alguno para recordarte que, para él, no eres más que un trozo de carne que está ahí para su placer” (Entrevistada nº1).

En el caso de los hombres entrevistados, refieren que se han sentido infravalorados, atacados o que no se ha tenido en cuenta su forma de jugar cuando les han comparado con otros jugadores, cuando “pese a competir en mi juego contra los mejores del mundo, tener mejor estadísticas que todos o casi todos los españoles, parece que como lo mío no se tiene en cuenta o es de suerte” (Entrevistado nº1).

Sobre las oportunidades que hombres y mujeres tienen para convertirse en streamers con fama, dos de las entrevistadas refieren que no tiene las mismas oportunidades “en ellos esperan ver algo técnico, en nosotras sólo ven trozos de carne y eso afecta a la hora de tener oportunidades” (Entrevistada nº1) y que “las mujeres lo tenemos más complicado” (Entrevistada nº2).

Tres de los y las entrevistados, manifiestan que sí tienen las mismas oportunidades, aunque uno de ellos refiere que

“las mujeres tienen más facilidad para crecer al principio, pero también tienen que aguantar mucho más acoso por el chat lamentablemente” (Entrevistado nº1).

El entrevistado nº2 refiere que no tienen las mismas oportunidades, sino diferentes.

“Por un lado, la población de hombres jugadores es mucho más alta que la de mujeres, por lo tanto, sólo un porcentaje de estas mujeres decide hacer streaming, por lo que ya son menos. Por otro lado, los hombres ya suelen tener fama de antes o amigos conocidos por lo que lo tienen más fácil. En cambio, las mujeres, suelen empezar de cero”.

Cuando se les pregunta por si consideran que hay diferencias entre los hombres y mujeres streamers, todos y todas las entrevistadas coinciden en que sí existen esas diferencias. Según refieren,

“a ellos se les juzga su técnica y si fallan es que tienen un mal día y ya, por ejemplo. Sin embargo, nosotras no nos podemos permitir ese lujo, si fallamos no es porque tengamos un mal día, es porque somos mujeres. A ellos se les ve como triunfadores, como que si han llegado hasta ahí es porque son muy buenos en lo que hacen, a nosotras que si hemos llegado hasta donde sea que estamos es porque somos mujeres, objetos y, según ellos, esto atrae un público fácil” (Entrevistada nº1).

“A día de hoy, se sigue discutiendo sobre el físico de las mujeres, de cómo van maquilladas, cuánto escote llevan, cómo de atractivas son o lo poco que se han arreglado ese día” (Entrevistada nº3).

<sup>6</sup> Plataforma donde los usuarios/as pueden subir vídeos y otras personas visualizarlos, permite chatear en tiempo real (Nascimento, y otros, 2014).

Otra cuestión sobre la que se indaga son las desigualdades y no las diferencias. En este sentido dos de los entrevistados/as, consideran que no existen desigualdades. Los otros/as cuatro sí consideran que existen y según refieren.

“desgraciadamente sí, las jugadoras suelen ser un nicho más pequeño y cada vez que aparece alguna en tu partida siempre hay alguien que reacciona ya sea de insultando o baboseando” (Entrevistado n°2);

También refieren que “un insulto muy recurrente en los juegos es recurrir a una cualidad femenina. Además de que se tiene que enfrentar a muchos prejuicios como por ejemplo el hecho de tener que jugar de cierta manera para demostrar su validez. En ocasiones, por el mero hecho de ser mujer ya puedes ser atacada” (Entrevistada n°3).

Ante la pregunta de si suelen jugar con personajes masculino o femenino, todos y todas refieren jugar con personajes de ambos sexos. En la misma línea, cuatro de los y las entrevistadas refieren no haber ocultado nunca su sexo pero la entrevistada n°1 refiere que sí lo ha hecho, “porque si se enteraban de que eras mujer te decían que querías llamar la atención, que querías sexo, querías gustar, que estabas ahí para provocar y similares”. Por último, el entrevistado n°2 refiere que “una vez en un juego me hice pasar por chica para que un tipo me regalara cosas”.

La última pregunta que se les plantea es qué opinan sobre los eventos de videojuegos exclusivos para mujeres. La entrevistada n°1 considera que “hoy por hoy son necesarios” y otro de los entrevistados considera que “son una ventana abierta para aquellas mujeres que son más vergonzosas o que quieren preservar su identidad” (Entrevistada n°2). El resto de personas entrevistadas, manifiestan que entienden la idea por la que se crean estos eventos, pero les crean “opiniones contradictorias”. Una de las entrevistadas, refiere entender “la necesidad de crear un espacio seguro para las mujeres donde no son atacadas y que se pueda promover la información para animarlas a entrar en el sector, pero creo que no es la solución al problema. Creo que la clave está en la educación” (Entrevistada n°3). Y otro de los entrevistados, refiere “me genera opiniones contradictorias, por una parte, entiendo por qué quieren tener un espacio seguro para ellas, pero considero que lo que hay que hacer es echar a la gente tóxica de los entornos mixtos” (Entrevistado n°3).

#### 4. Discusión y conclusiones

En relación con los resultados de esta investigación y estudios anteriores se encontraron coincidencias en cuanto a edades de inicio de jugadores y jugadoras, forma de inicio en los mismos o tiempos de juego. Así, la media de edad de inicio de las niñas es superior a la de los niños, se inician por recomendación de sus familiares y las mujeres dedican menos tiempo que los hombres a jugar a videojuegos.

Respecto al objetivo principal de este trabajo, observar algunas diferencias de género entre quienes juegan a videojuegos y conocer sus sensaciones, podemos aportar las siguientes conclusiones. Las diferentes afirmaciones sobre las que se les pregunta su opinión, las mujeres tienen actitudes menos machistas y más abiertas a la igualdad, respondiendo con percepciones más positivas y aperturistas respecto a su inclusión en el mundo de los videojuegos. Estas respuestas pueden deberse a que ya están insertas en este mundo, por lo que han podido comprobar la realidad del mismo frente a las opiniones creadas tan solo en base a estereotipos. Destaca también la actitud de padres y madres, ya que no en su edad actual, pero sí en los años de inicio, son agentes fundamentales para desarrollar o no este tipo de ocio. Tanto padres como madres se muestran más restrictivas y preocupadas con los chicos que con las chicas; esta actitud puede estar sustentada de nuevo en estereotipos, que a personas legas nos lleva a considerar que fomentan la agresividad o violencia, especialmente los juegos típicamente masculinos, e inhibe las relaciones sociales. Estas conductas, a pesar de ser más socialmente toleradas entre los hombres, ya se entiende que la propia socialización los va a formar en ellas.

Otra aportación relevante de este trabajo es la relativa a los y las *streamers*, dónde sí se perciben más desigualdades basadas en la pertenencia a un género u otro. Las tres mujeres entrevistadas han referido haberse encontrado ante situaciones incómodas y haberse sentido atacadas durante los *streamings*. Sobre todo, refieren que se trata de actitudes machistas y valoraciones sobre su físico. Este hallazgo coincide con otras investigaciones como la realizada por Hamilton, Garretson & Kerne (2014). Podemos observar de nuevo que los estereotipos que fomentan la belleza, la sexualización de la mujer, son predominantes también en el formato del *streaming*.

Así, los hombres, aunque se han encontrado también con situaciones incómodas y se han sentido infravalorados o atacados, no se debe a motivos de género, sino a comparaciones con otros jugadores o insultos a través del chat. Estos datos también se reflejan en sus opiniones sobre si hay diferencias entre *streamers* sean estos hombres o mujeres, volviendo a referir juicios de valor por su aspecto físico o sugerencias de que su reputación está construida sobre su apariencia y no sobre su valía como jugadoras. Esto puede ser motivo para que las mujeres prefieran jugar en solitario muchas veces, para no sentirse atacadas en su actividad de videojugadoras estando acompañadas, ya que los juicios negativos pueden duplicarse.

Podemos concluir de forma general que además de las desigualdades encontradas entre jugadores y jugadoras, son importantes los estereotipos y roles de género que siguen existiendo en la sociedad y que se trasladan a este contexto. Como limitación principal del estudio podemos señalar el modo en que se construye la muestra, que no nos permite delimitar un universo sobre el que realizar conclusiones, sino tan sólo describir y relacionar los datos a los que se ha tenido acceso.

## Referencias bibliográficas

- AEVI. Asociación Española de Videojuegos (2015a). *Padres y videojuegos hoy*. Disponible en: <http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2015/12/Estudio-Padres-y-Videojuegos-Hoy.pdf>
- AEVI. Asociación Española de Videojuegos (2015b). *Videojuegos y adultos*. Disponible en [http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2015/12/Estudio-Videojuegos-y-adultos\\_presentación.pdf](http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2015/12/Estudio-Videojuegos-y-adultos_presentación.pdf)
- Entertainment Software Association. (2016). *Essential Facts about the Computer and Video Game Industry. Sales, demographic and usage data*. Obtenido de <https://www.isfe.eu/esa-essential-facts-2010-2014>
- Diez, Enrique (2004). *Investigación desde la práctica. Guía didáctica para el análisis de los videojuegos*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Diez, Enrique (2004b). *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Diez, Enrique (2007). El género de la violencia en los videojuegos y el papel de la escuela. *Revista de Educación*, 342, 127-146.
- Dill, Karen E. & Thill, Kathryn P. (2007). Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions. *Sex Roles*, 57, 851-864. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9278-1>
- Eguía Gómez, José Luis, Contreras-Espinosa, Ruth Sofía & Solano-Albajes, Lluís (2013). Videojuegos: conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación. *3c TIC: cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*, 2(2).
- Galet Macedo, Carmen y Alzás García, Teresa (2014). Trascendencia del rol de género en la educación familiar. *Campo abierto*, 97-114.
- Gil-Juárez, Adriana, Feliu, Joel y Vitores, Anna (2010). Performatividad Tecnológica de Género: Explorando la Brecha Digital en el mundo del Videojuego. *Quaderns de Psicologia. International Journal of Psychology*, 12(2), 209-226.
- González-Anleo, Juan M., Cortés del Rosario, María y Garcelán Vargas, Deborah (2018). Roles y estereotipos de género en publicidad infantil: ¿Qué ha cambiado en las últimas décadas? *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDRResearch ESIC*, 18 (18), 80-99. <https://doi.org/10.7263/adresic-018-05>
- Guerra Antequera, Jorge y Revuelta Domínguez, Francisco I. (2015). Visión y tratamiento educativo de los roles masculino y femenino desde el punto de vista de los videojugadores: tecnologías emergentes favorecedoras de la igualdad de género. *Curriculum*, 28: 145-163
- Hamilton, William A., Garretson, Oliver, & Kerne, Andruid (2014). *Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play within Live Mixed Media*. Conference on Human Factors in Computing Systems, 1315-1324. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557048>
- Interactive Software Federation of Europe (2012). *Videogames in Europe: Consumer Study*. Obtenido de <https://www.isfe.eu/videogames-europe-2012-consumer-study>
- Interactive Software Federation of Europe (2017). *Videogames in Europe: Consumer Study*. Obtenido de <https://www.isfe.eu/videogames-europe-2017-consumer-study>
- Jenson, Jennifer & de Castell, Suzanne (2010). Gender, Simulation, and Gaming: Research Review and Redirections. *Simulation Gaming*, 41, 51-71.
- Jungar, Eirik (2016). Streaming Video Games: Copyright Infringement or Protected Speech? *PressStart*, 3(2), 22-47.
- Jansz, Jeroen y Martins, Raynel (2007). The Lara Phenomenon: Powerful Female Characters in Video Games. *Sex Roles*, 56, 141-148. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9158-0>
- Márquez, Israel (2013). Roles, estereotipos y usos: género y videojuegos. *Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)* (96), 106-114.
- Nascimento, Gustavo, Ribeiro, Manoel, Cerf, Loïc, Cesário, Natália, Kaytoue, Mehdi, Raïssi, Chedy, Vasconcelos, Thiago & Meira Jr., Wagner (2014). Modeling and Analyzing the Video Game Live-Streaming Community. *9th Latin American Web Congress*, 1-9. <https://doi.org/10.1109/LAWeb.2014.9>
- Observatorio del Videojuego y de la Animación. (2006). *Mujeres y videojuegos: Hábitos y preferencias de las videojugadoras*. Madrid. Obtenido de [http://www.baiona.org/c/document\\_library/get\\_file?uuid=75a649cc-a339-456e-8de2-c4393e963e64&groupId=10904](http://www.baiona.org/c/document_library/get_file?uuid=75a649cc-a339-456e-8de2-c4393e963e64&groupId=10904)
- Paaßen, Benjamin, Morgenroth, Thekla, & Stratemeyer, Michelle (2017). What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles*, 76, 421-435. <https://doi.org/10.1007/s11199-016-0678-y>
- Pibernat Vila, Marina (2017). ¿Nuevas socializaciones, viejas cuestiones? Adolescencia y género en la era audiovisual, *Revista de Investigaciones Feministas*, 8(2), 529-544.
- Tejeiro Salguero, Ricardo (2002). ¿Fomentan los videojuegos el aislamiento social? *Eúphoros*, 5, 233-238.
- Tomkinson, Siam & Harper, Tael (2015). The position of women in video game culture: Perez and Day's Twitter Incident. *Continuum: Journal Of Media & Cultural Studies*, 29(4). <https://doi.org/10.1080/10304312.2015.1025362>
- Williams, Dimitri, Consalvo, Mia, Caplan, Scott & Yee, Nick (2009). Looking for Gender: Gender Roles and Behaviors Among Online Gamers. *Journal of Communication*, 59, 700-725.
- Zurbruggen, Eileen, Collins, Rebecca, Lamb, Sharon, Roberts, Tomi-Ann, Tolman, Deborah, Ward, Monique & Blake, Jeanne (2007). *Report of the Apa Task Force on the sexualization of Girls*. American Psychological Association. Disponible en: <https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>

**Sara Afonso Noda:**

Trabajadora social, especializada en Intervención y Mediación Familiar, Social y Comunitaria por la Universidad de La Laguna, y con formación específica en violencia de género. Ha trabajado con mujeres y menores víctimas de violencia de género en recursos alojativos, así como con personas con discapacidad auditiva y personas con dependencia.

**Laura Aguilera Ávila:**

PDI del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la Universidad de La Laguna. Miembro del Instituto Universitario de Estudios de las Mujeres de la Universidad de La Laguna (IUEM-ULL), siendo actualmente su secretaria y Directora de la Unidad de Igualdad de Género de la misma universidad entre 2018 y 2020. Licenciada (2002) y Doctora en Psicología (2007) y Diplomada en Trabajo Social (2007) por la Universidad de La Laguna. Sus líneas de investigación y de docencia se centran en la discriminación por género, incluyendo la violencia de género ejercida de diferentes formas y a través de distintos canales y la promoción de la igualdad.