

**El rol de la mujer en la escena profesional de los *e-sports***

**Yuri Johana Montaña Pulido y David Santiago Torres Delgado**

**Proyecto creativo escrito**

**Trabajo de grado para optar por el título de comunicadores sociales y periodistas**

**Director:**

**Mauricio Díaz Calderón**

**Comunicador social y periodista / Magíster en estudios culturales**

**Universidad de La Sabana**

**Facultad de Comunicación**

**Comunicación Social y Periodismo**

**Bogotá D. C.**

**2022**

A quienes permanecen  
a pesar de la adversidad y los retos de la inclusión.

A ellas.

## Resumen

La industria de los videojuegos gana cada día más seguidores, convirtiéndose en el espacio predilecto de niños y jóvenes que se perfilan en el profesionalismo del sector. Sin embargo, este segmento del amplio mundo digital no se escapa de la presencia de un fenómeno social presente en casi todas las esferas de la sociedad: el machismo. Las jóvenes jugadoras, presentadoras o narradoras de videojuegos, entre otras profesionales, entran en esta industria topándose con una serie de desafíos a causa de su género; aún hoy, en un mundo que ha viralizado las tendencias de inclusión e igualdad de género. En estas páginas, cuatro mujeres nos permitirán conocer su experiencia y los retos diarios que enfrentan en esta industria. Valentina López y Alejandra Garza (Gamers), Valentina Alzate (Streamer) y Juliana Ardila (Caster) nos contarán sus historias de acoso y violencia de género en su profesión.

**Palabras clave:** violencia de género, acoso, videojuegos, gamer, industria del videojuego, equidad, visibilización, machismo.

## Abstract

The video games industry gains more followers everyday, becoming the ideal space for children and young people who are profiled in the professionalism of the sector. However, this segment of the vast digital world does not escape the presence of a social phenomenon present in almost all spheres of society: sexism. Young female gamers, hosters or narrators, as well as other professionals, enter this industry encountering a series of challenges due to their gender, even

today in a world that has viralized the trends of inclusion and gender equality. In these pages, 4 women will let us know about their experience and the daily challenges they face in this industry. Valentina López and Alejandra Garza (gamers), Valentina Alzate (streamer) and Juliana Ardila (caster) will tell us their stories of harassment and gender violence.

**Key words:** gender violence, harassment, video games, gamer, gaming industry, equality, visibility, sexism.

## Índice

Resumen	3
Prefacio	6
Introducción: Las mujeres y los videojuegos	9
El machismo en la vida de una <i>gamer</i> profesional / Valentina López	17
La sexualización de la mujer en el mundo de los videojuegos / Valentina Alzate	24
El camino para ser una <i>caster</i> profesional / Juliana Ardila	32
El anonimato como defensa al acoso de género / Alejandra Garza	38
Referencias bibliográficas	47

## Prefacio

Este trabajo nace de la necesidad personal por adentrarnos en una realidad que, como espectadores, nos causó mucha curiosidad. En estas páginas, un *gamer* por *hobbie* y una chica inclinada por las problemáticas de género juntan su interés sobre los matices de machismo presentes en la escena profesional de los videojuegos para dar respuesta a los siguientes interrogantes: ¿cómo es ser mujer en el mundo *gaming*? y ¿qué formas de machismo favorece la condición virtual de esta industria?

Voces diversas que convergen en este oficio fueron las guías para llevar a cabo una breve exploración que nos permitió corroborar, además de comprender, las dinámicas al interior de la industria de los videojuegos.

Como periodistas, nos motivó el deseo por conocer perfiles que respondieran, desde su experiencia, a aquellas preguntas que nos rondaban. Con el mismo sentimiento que precisa Leila Guerriero en *La Lección de Homero* sobre por qué escribe perfiles, explicamos el porqué de nuestro proyecto, pues sus palabras lo describen con exactitud.

*“Porque hay cosas que no entiendo y que quiero entender; pero, sobre todo, por un acto de soberbia: porque siento que nadie, salvo yo, puede saciar el monstruo de mi curiosidad una vez que ese monstruo se despierta”.*

Como explica Guerriero, el perfil plantea el reto de hacer caso omiso a las advertencias de las predisposiciones, por lo que, con disposición, entramos a este mundo como turistas que podrían llevarse sorpresas y que el escenario *gamer* no fuese tan desalentador para el género

femenino. La literatura nos brindó un preámbulo, pero nuestras entrevistadas nos permitieron ser testigos de la realidad que contamos aquí.

El perfil no solo describe a la persona, sino que nos permite conocer los fragmentos y aristas de la historia que queremos contar. Una construida con las versiones de sus protagonistas, quienes nos permiten comprender las dinámicas de esta industria.

*En palabras de Leila, “porque los hechos son fáciles: lo difícil es entender el camino que lleva a la gente donde está”.*

Ahora bien, el perfil no es la mirada del entrevistado o, por lo menos, no es lo que este escribiría sobre sí mismo o la situación que le sucede, pues entraríamos en el terreno de la autobiografía. De esta manera, como opina Guerriero, *el perfil es la mirada del otro, de quien escribe, del periodista; una mirada que siempre es subjetiva.*

Con dicha subjetividad dada por sentado, la estructura de estos perfiles viene acompañada de datos duros que refuerzan las perspectivas que nos compartieron nuestras entrevistadas, además del amplio contexto que envuelve al mundo de los videojuegos y que ayuda al lector a entender las relaciones de género al interior de esta comunidad. Se incluyeron citas textuales que dan vida a las experiencias que las indignan y las llenan de coraje para no renunciar y perseguir sus sueños; incluso, citas que muestran su deseo por transformar una industria que disfrutaban y, mismo tiempo, cuestionan.

La distancia implicó que utilizáramos una metodología virtual. Conocer a las mujeres desde las pantallas del computador, el lugar donde se sienten más cómodas, más auténticas, más ellas, se nos planteó, al inicio, como el reto principal, debido a la importancia de la inmersión tradicional en el periodismo. Sin embargo, la forma de inmersión que aplicamos, aunque

diferente, nos permitió volcarnos aún más en el escenario profesional de ellas: sus redes sociales, su imagen pública, sus comunidades virtuales y audiencias, y nos adentró, con más precisión, en los gajes de su oficio.

Con cada una de ellas tuvimos entre tres y cuatro encuentros virtuales, dadas las condiciones que imposibilitaron el encuentro presencial con dos de ellas; Avancyn vive en Medellín y Lessa en Ciudad de México. Lenorune y Fire son de Bogotá y las pudimos conocer en persona.

Un segundo reto fue la familiarización con un lenguaje repleto de anglicismos y conceptos de nicho, propios de una comunidad influenciada por la internacionalización que suponen los videojuegos online. Así, conceptos como “ranked”, “shooter” o “hater”, explicadas por las mismas entrevistadas, también nutren el entendimiento general de lo que supone ser un gamer, o “jugador de videojuegos”.

Como turistas de una realidad que solo conocíamos de lejos, quisimos hacer caso omiso a las preconcepciones que nos advertían un panorama desfavorecedor. Y, aunque es innegable el reto que enfrenta la industria *gaming* en pro de la inclusión de género, pudimos reconocer que hay avances considerables que abren camino a la participación femenina.

La voz de cada una de nuestras entrevistadas nos transporta a la escena que viven como *gamers*, *streamers* y creadoras de contenido y su vivencia en una industria compuesta mayoritariamente por hombres. Sus historias le permitirán al lector adentrarse en las dinámicas de género que existen en el escenario cotidiano de las mujeres en los *e-sports*.

## Introducción: Las mujeres y los videojuegos

En los últimos años, muchos han sido los artículos e investigaciones que hablan sobre el crecimiento de la industria de los videojuegos, y es que este gigantesco sector evoluciona de manera exponencial, rompiendo barreras y sumando seguidores a nivel mundial.

En 2020, llegó a facturar más que el cine y los deportes tradicionales juntos en Estados Unidos, un hecho que es resultado de un largo recorrido de avances y transformaciones, y de más de 50 años de trayectoria desde el nacimiento de los primeros videojuegos.

En este vasto recorrido se han tomado distintos rumbos en cuestiones como el diseño estético de los juegos, la implementación de la realidad virtual, las competiciones profesionales y otros aspectos que dan lugar a un escenario que nadie hubiera imaginado hace algunas décadas y cuyo futuro promete ser igual de impredecible.

Pero en medio de este ambiente de novedad y avance también se ha extendido el fenómeno machista presente en la sociedad y otras industrias de carácter cultural y deportivo; y que, pese a haber sido identificado, cuenta con una respuesta limitada y sigue afectando todos los ámbitos de este sector día a día.

Históricamente, los *gamers* o videojugadores han sido asociados a un estereotipo masculino. En 1989 la revista Variety estimaba que solo el 3% de los *gamers* eran mujeres y, aunque hoy en día, según la revista Forbes, este porcentaje ha aumentado al 55%, las mujeres siguen contando con un bajo porcentaje de participación en la industria, pues ellas representan alrededor del 20% de los puestos de trabajo en el desarrollo de los juegos (23% en labores de producción y 16% en diseño artístico) y ocupan el 22% de quienes se dedican profesionalmente a

las competiciones de deportes electrónicos, esto según datos del Libro Blanco del Desarrollo de Videojuegos.

Además, en 2020 solo el 18% de los personajes protagonistas de videojuegos presentados en el E3, la convención de videojuegos más grande de la industria, eran mujeres. Hay más mujeres en papeles terciarios que primarios, y la mayoría de primarios son hombres. Dicho esto, cabe recordar que aún entre los personajes menos importantes, la proporción de mujeres es mucho menor a la de la población.

Existe una tendencia a presentar mensajes hegemónicos en la representación de la mujer, mostrándola de manera erotizada y cosificada. Aunque ahora hay más mujeres consumidoras, todavía hay muy pocas mujeres, en particular, ocupando lugares en áreas de programación y desarrollo, y menos aún en posiciones jerárquicas y de toma de decisiones.

Pero la falta de representación no es el único problema, puesto que, según afirma el portal eldiario.es, en España, el 70% de los *gamers* reconocen sesgos machistas en los videojuegos. Al tratarse de una industria dirigida por hombres, resulta comprensible que la mirada y los contenidos producidos se correlacionen con preferencias de consumo masculinas.

En este ambiente dominado por una gran mayoría masculina, los casos de abuso, acoso y discriminación se elevan contra las mujeres, quienes son menospreciadas en sus puestos de trabajo, y en los videojuegos online son sexualizadas por la industria creativa y por la comunidad, y acaban experimentando situaciones que, por lo general, los hombres no suelen padecer.

Un estudio realizado en 2021 por Reach3 Insights que buscaba profundizar en estas experiencias machistas reveló que el 77% de las mujeres afirmaban haber tenido que afrontar situaciones incómodas o conflictivas por su género en algún videojuego, incluyendo

cuestionamientos por su habilidad o por la pertenencia de las mujeres en la comunidad *gamer*, comentarios condescendientes e incluso proposiciones de noviazgos no consentidas mientras jugaban.

Estas situaciones no son exclusivas de los usuarios, pues se producen incluso al interior de las empresas de desarrollo de videojuegos, y así lo demostró el caso de Activision Blizzard, empresa estadounidense dueña de importantes títulos como Call Of Duty, Overwatch, Diablo y World of Warcraft, que se vio envuelta en numerosos escándalos y tendrá que pagar 18 millones de dólares debido a una demanda recibida por el estado de California en 2021 por acoso sexual.

La controversia estalló como resultado del caso de una empleada que se quitó la vida por el acoso que recibía en su ambiente laboral. A partir de esta situación, muchos empleados decidieron contar su experiencia con la empresa, denunciando una complicidad machista entre los directivos, casos de sexismo y menosprecio a las mujeres.

Ahora bien, adentrarnos un poco en la comprensión del funcionamiento de esta industria nos permitió reconocer que muchas empresas han hecho esfuerzos en pro de la inclusión de género. Es positivo que en los últimos años algunos sectores hayan incluido más mujeres en sus equipos de trabajo, lo cual también plantea mayores desafíos e intención para que la paridad de género, de aquí a unos años, sea real y no solo responda a las quejas actuales que exigen una sociedad de apariencia más inclusiva para la mujer.

Últimamente más compañías se atreven a desarrollar personajes femeninos diversos que no sexualizan a la mujer ni recaen en estereotipos machistas, así como demostró Naughty Dog con el personaje de Abby Anderson en el videojuego The Last Of Us 2, personaje que fue criticado debido a su aspecto físico por ser “demasiado masculina” y no cumplir con los estereotipos, pero mostraba un perfil de empoderamiento femenino.

En el ámbito de las competiciones y los deportes electrónicos se han creado torneos que apoyan la inclusión a nivel internacional como el VCT Game Changers del videojuego Valorant, y cada vez más empresas apoyan la creación de nuevos equipos, como Pony Malta lo demostró en Colombia en un anuncio a finales de 2021, con la creación de su equipo “She Gaming”.

Además, asociaciones como Femdevs en España o Women Game Jam en Chile defienden la igualdad de oportunidades y promueven redes de contacto en el ámbito laboral para las mujeres.

El camino para erradicar el machismo en esta industria será largo y dependerá de muchos frentes, pues estos comportamientos no se manifiestan desde un solo foco, sino que vienen desde las organizaciones, las comunidades, las empresas e incluso las marcas.

Este proyecto nació con la iniciativa de mostrar y dar una idea general sobre los comportamientos incómodos que deben vivenciar las mujeres en el sector de los videojuegos, por medio de una recopilación de las experiencias de 4 *gamers* quienes, inmersas en el profesionalismo de este mundo, son testigos de las tendencias que desfavorecen a las mujeres y nos cuentan los matices del machismo que experimentan en el rol que cada una desempeña dentro de la industria.

Todas ellas se mueven en el ámbito competitivo y laboral que envuelve a la región de Latinoamérica Norte (LAN), estrechamente relacionadas con los videojuegos de la empresa desarrolladora Riot Games, dueña de títulos como League of Legends, Teamfight Tactics, Valorant o Wild Rift.

Si bien es cierto que el contexto de estos videojuegos es similar en todos los países latinoamericanos, esta región ha sido dividida por Riot en sur (LAS) y norte (LAN), lo que ha

generado dos comunidades que, si bien avanzan de la mano, también contienen diferencias en el panorama competitivo y administrativo.

Latinoamérica Norte recoge a los usuarios conectados a los servidores de Miami, Ciudad de México y Bogotá, dependiendo del videojuego, y cuenta con sus propios torneos, equipos y organizaciones, además de un equipo de trabajo específico en la LVP, Liga de Videojuegos Profesional.

Nathalie Barreto, conocida como Natsuha, es Community Manager de la LVP en Ecuador, además de ser Team Manager del equipo de *e-sports* Akave, y comenta que, a pesar de la escasa presencia femenina, muchas mujeres están dejando huella en la región de forma positiva. “Paio (Hernández) es la única CEO femenina en los niveles altos de LAN en Valorant (videojuego de Riot Games). “Yo, junto con otras dos chicas, hemos sido las únicas Team Managers en otros equipos. En mi equipo de comunicación de la LVP yo soy la única mujer, pero la *country manager* de Colombia es una dura, es una tesa”, comenta. “Verdaderamente hay chicas que sé que están preparadas y se están preparando, y que se dan cuenta que no es tan complicado como era hace 5 años”.

En ese contexto aparecen los nombres de nuestras protagonistas.

Valentina López y Alejandra Garza, de 22 y 23 años, son *gamers* profesionales, quienes gracias a su talento lograron entrar en la escena competitiva de uno de los juegos más recientes de Riot Games: Valorant.

Juliana Ardila, de 23 años, es “*caster*” o narradora de torneos de League of Legends, y es una de las voces más reconocidas de este juego en las ligas de Latinoamérica.

Valentina Alzate, una joven de 24 años, es “*streamer*” (realiza transmisiones en directo sobre videojuegos) y cuenta con 7 años de experiencia en la industria.

¿A qué se ven expuestas en sus trabajos?, ¿han normalizado el acoso por la frecuencia con que lo reciben?, ¿cómo se desempeñan dentro de un ambiente hostil con su género? Gracias a sus narraciones y testimonios, estos son algunos de los interrogantes que se profundizarán a lo largo del trabajo, evidenciando las dinámicas que hay detrás del telón del mundo de los videojuegos.

Son ellas quienes se ven expuestas de forma directa a los comentarios de la comunidad *gamer* y así han podido identificar los comportamientos que perjudican a la industria y precisan en las páginas que el lector encontrará a continuación.

Como ellas mismas cuentan, los usuarios que consumen videojuegos y sus exigencias han relegado a las mujeres y promovido la falta de oportunidades que ellas tienen en los roles que han sido tradicionalmente masculinos. Tal es el caso de las narradoras o “*casters*” de torneos y competiciones de deportes electrónicos *e-sports*, quienes son rechazadas por los espectadores bajo el estigma de que “las mujeres no narran bien” y acaban logrando que este tipo de puestos sean ocupados únicamente por hombres.

De esta manera, el ambiente hostil en las comunidades limita el acceso profesional de las mujeres y afecta a la paridad de género en la contratación laboral, una situación que preocupa a nuestras entrevistadas y que promueve aún más el acoso.

“Se deberían incluir más mujeres talentosas a la hora de crear un equipo de trabajo. No solo las que dan la cara, sino todas las chicas que hacen trabajos de planeación, equipo creativo, CEO. No les pido que contraten por contratar. Hay muchas chicas talentosas a las que se les debería dar una oportunidad”, comenta Valentina Alzate, quien opina que la inclusión en los espacios de trabajo también ayudaría a emitir un mensaje importante a la comunidad.

Bajo este panorama existen dos problemáticas que forman un ciclo nocivo para las mujeres: la perpetuación de los comportamientos machistas y la falta de sanciones que los penalicen.

En primer lugar, la continua actitud misógina de los consumidores ha sido una de las causas de la prolongación de los comportamientos machistas que, debido a su incesante constancia, terminan por normalizarse.

En segundo lugar, los castigos a aquellos comportamientos parecieran ser insuficientes y en ocasiones incluso inexistentes, lo cual favorece al ciclo. Las empresas y entidades competentes se convierten en cómplices en la perpetuación del acoso, el sesgo, los prototipos, la falta de oportunidades, entre otras consecuencias subyacentes de las múltiples facetas en las que el machismo se presenta en este mundo de los videojuegos.

Un ejemplo de la falta de penalizaciones es el caso de la plataforma de Twitch, en la que miles de usuarios realizan transmisiones o “streams” sobre el mundo *gaming*.

En esta plataforma existe un código de vestimenta para mujeres, y se censuran muchos contenidos de manera estricta, pero al mismo tiempo se permiten otros comportamientos misóginos como el caso del famoso *streamer* español El Xokas, quien estuvo envuelto en una polémica por compartir un mensaje de acoso a las mujeres frente a miles de espectadores y sin sufrir ninguna penalización por parte de la plataforma.

Dada la ineficiencia generalizada de penalizaciones al acoso y en busca de darle respuesta al machismo y la discriminación en la comunidad, la empresa Riot Games, dueña del videojuego League of Legends, decidió en 2021 abrir la opción de desactivar el chat de texto entre usuarios en su videojuego, perjudicando la comunicación de los jugadores, puesto que esta es una herramienta vital en la dinámica estratégica.

Aunque el objetivo fue minimizar encuentros de ese tipo, esta medida no impide que se presenten situaciones de acoso. Por el contrario, favorecen el cuestionar de la víctima, pues gracias a la posibilidad existente de ocultar el chat, silenciar el audio o simplemente ignorar el comentario, se les exige a ellas recurrir a estas soluciones antes que castigar al agresor.

Muchas mujeres prefieren evitar estas situaciones quedándose calladas. Algunas prefieren no hablar cuando son acosadas en su ambiente laboral, ocultar su identidad cuando juegan, resignarse a perder oportunidades de empleo, ser criticadas por su aspecto físico e, incluso, tener que esconder sus triunfos por el hecho de ser mujer.

Son estas historias las que no suelen contarse y las que son más importantes para entender el verdadero entorno al que están expuestas las mujeres.

Esa es la razón por la que este trabajo pretende adentrarse en distintos ambientes del mundo *gamer*, conociendo la historia de cuatro mujeres que han experimentado el machismo de distintas maneras en su profesión. Todas ellas tienen una relación estrecha con la industria, a la que dedican gran parte de su vida. Aunque cada una se mueve en un contexto distinto, conservan la esperanza de un futuro mejor para el género.

## Valentina López ‘Fire’

### El machismo en la vida de una *gamer* profesional

*-Si pudieras cambiar algo de esta industria, ¿qué sería?:*

*-Que dejen de asumir que por ser mujer voy a jugar mal.*

“Yo llegué a odiar el color rosado porque me presionaban para que me gustara”. Desde pequeña, Valentina estuvo en contra de lo que la sociedad y su familia le decían que debía hacer por ser chica. Hoy, como una mujer de 22 años, ha cosechado los frutos de interponerse a los parámetros machistas, cumpliendo su sueño de convertirse en una jugadora profesional de deportes electrónicos, competir y destacarse por su habilidad en los videojuegos.

Valentina López, quien es conocida dentro de la comunidad *gamer* como “Fire”, actualmente compite en Valorant, un videojuego táctico de disparos en equipo. Día a día se prepara con el compromiso y dedicación de cualquier deportista de alto rendimiento que quiere mejorar y elevar su nivel al máximo.

En su rutina diaria, Fire entra en calor con ejercicios de coordinación y precisión para mejorar su puntería y movimiento en el juego. Todo cuenta: la posición del mouse, el ángulo del teclado, todo perfectamente calculado para poder dar su mejor rendimiento en la competencia. Cada día realiza calentamientos durante 30 minutos en los programas Kovaaks y Aimlab, que ayudan a la memoria muscular de su muñeca a recordar los mejores tiros. Luego comienza a jugar partidas “clasificatorias” en las que cada victoria suma puntos para subir en el ranking de los mejores jugadores de la región.

Pero las partidas clasificatorias no dejan de ser enfrentamientos casuales entre *gamers*, que permiten a Fire mejorar como jugadora de manera individual y sirven como entrenamiento para los partidos oficiales que ella enfrenta con su equipo en los torneos.

La preparación para los partidos oficiales junto a su equipo es distinta a la preparación para una partida clasificatoria, porque en este caso deben practicar junto a su entrenador la comunicación con su equipo, estrategias tácticas, analizar al equipo rival y el contexto del partido.

Toda esta dedicación y entrega es lo que convierte a estas competiciones en un “deporte” electrónico, y es también la razón por la que la determinación de Fire ha sido una pieza clave en sus logros.

Los deportes electrónicos tienen una barrera que afecta a las mujeres y que no depende de su habilidad técnica, sino de la ideología de la sociedad: el machismo, el acoso y la discriminación sexista en una industria de mayoría masculina.

Según explica The Guardian en un artículo del 2020, la industria de los videojuegos cuenta con una baja representación laboral de mujeres: pese a que el 52% de los *gamers* son mujeres, las posibilidades de que una mujer trabaje en el medio es mucho menor a la de los hombres, quienes ocupan el 80% de los puestos de trabajo.

Además de esto, importantes empresas de videojuegos como Riot Games, Ubisoft o Activision Blizzard han sufrido demandas millonarias por casos de discriminación salarial o acoso laboral, y un estudio en 2021 de Reach3 Insights y Lenovo demuestra que el 77% de las mujeres en Estados Unidos, Alemania y China que están vinculadas de alguna manera al mundo *gamer* han recibido discriminación de género.

Según explica Fire, una de las formas de machismo que más sufren las mujeres es la exigencia silenciosa de demostrar que sus logros dependen de su habilidad y destreza, y no de sus atributos físicos o del simple hecho de ser mujer, siendo una acusación recurrente la de que cualquier mujer con un buen puntaje de clasificación lo ha conseguido gracias a la ayuda de un hombre.

“Ya perdí la intención de hablar precisamente para evitar el *hate*. Me da fastidio y prefiero ignorarlos”, refuta Fire como resignada. “Yo en lo mío”.

Otra forma de acoso que Valentina denuncia son los insultos e incluso amenazas de muerte que reciben las mujeres en partidas casuales o clasificatorias, donde usuarios aprovechan el anonimato intrínseco del internet para restar peso y trascendencia a sus comentarios misóginos, ocultándose detrás de una pantalla. Y es este mismo anonimato el que también funciona como mecanismo de defensa para algunas mujeres que prefieren no hablar en las partidas, escondiendo su identidad detrás de nombres de usuario genéricos para evitar demostrar que son mujeres, siendo este el caso de Fire, quien prefiere pedir a alguno de sus amigos que hablen por ella, en un juego donde la comunicación es crucial para establecer estrategias.

“Tengo muchas amigas que ocultan que son mujeres para evitar que les hagan *hate*”, explica Fire. “Hay unos que se sienten más libres de ser y expresarse en línea, pero no es el caso de nosotras”.

Valentina inició en el mundo de los videojuegos de manera recreativa desde muy pequeña, como un hobby. A principios de la cuarentena en el 2020 hizo su debut en el profesionalismo *gamer* junto al lanzamiento oficial de Valorant. Sin embargo, sus primeras experiencias competitivas pudieron significar su retiro, si no hubiera contado con la firmeza de carácter y la decisión para opinar y rebelarse cuando no está de acuerdo.

Cuando Fire comenzó a jugar Valorant, algunos de sus amigos, quienes tenían más experiencia en otros juegos, la invitaron a participar en torneos pequeños no-oficiales y decidieron crear su primer equipo mixto, en el que ella tuvo que sufrir por primera vez las actitudes machistas de la comunidad.

Jugando torneos mixtos, descubrió que por ser mujer muchos consideraban que era menos capaz que sus compañeros hombres, y por eso la obligaban a cumplir papeles de menor relevancia, recibiendo comentarios como que debería estar en la cocina y no jugando videojuegos.

Valorant es un juego de equipo donde cada jugador puede elegir un personaje que cuenta con distintas habilidades y cumplen ciertos roles. Algunos personajes son mejores atacando, otros son mejores despejando una zona del mapa, algunos están destinados a bloquear ángulos de visión con humos o muros y hay otros personajes que son conocidos por ser el apoyo: aquellos que curan las heridas de sus co-equiperos y que ayudan a los demás a destacar.

Según Fire, si bien todos los personajes son igual de importantes en una partida, como ella misma ha experimentado, hay roles, como el de apoyo, que suelen ser destinados a las mujeres, bien sea por su simpleza mecánica o por el hecho de que las mujeres deben asistir a los hombres para que ellos puedan tener el papel protagonista.

Esta situación frustraba a Fire, quien estaba más interesada por roles atacantes que no podía ocupar debido a los prejuicios.

Gracias a Twitter, Valentina descubrió que existía un torneo femenino de Valorant y conoció toda la escena competitiva que había en Latinoamérica, por lo que decidió intentar participar, con la esperanza de que en un equipo formado por mujeres pudiera tener más oportunidades.

El deseo por mostrar la inclusión de género ha permitido que las empresas se interesen por crear equipos de competencia femeniles que han incursionado en los últimos años. Un ejemplo de esto es Bavaria, empresa que durante el 2021 presentó el primer equipo de *e-sports* femenil en Colombia, She Gaming, motivada por el deseo de hacer crecer la escena competitiva, en la que las mujeres representaban tan solo el 10%.

Este panorama alentador motivó a Fire, quien logró abrirse un lugar en las competiciones femeniles oficiales.

“Después de este torneo ya no volví a jugar en un equipo mixto, porque me sentía muchísimo más cómoda jugando con chicas”. Fire comenta que jugando con mujeres pudo comenzar a desempeñar su rol favorito: duelista. Un rol agresivo y de ataque que no habría podido jugar en un equipo mixto.

En ese torneo femenino fue donde ella comenzó a sentir más libertad para practicar lo que le gustaba. “Ahí fue donde se impulsó mi ansia competitiva y mis ganas de aprender y mejorar”, recuerda.

Pero adentrándose en la comunidad femenina de los *e-sports*, Valentina también descubrió que no todo es perfecto. A pesar de que pensaba que todas las mujeres se iban a apoyar entre ellas, descubrió comportamientos nocivos entre las competidoras. “No pensé que fuera a encontrarme con esto. Suficiente tenemos con los hombres intentando atacarnos como para hacer lo mismo entre nosotras”.

La mayor decepción de Valentina fue confiar en el profesionalismo del personal de los equipos, sobre todo hablando de los entrenadores.

A mujeres como Fire, gracias a su talento, rendimiento y buena comunicación, las empresas las contratan para conformar los equipos que compiten en los torneos. Estas chicas

entran a formar parte de la organización, donde practican, junto a un entrenador, las estrategias para hacer frente a los partidos.

Por norma general, estos entrenadores acaban siendo hombres con un buen nivel en el ranking clasificatorio del juego, pero que muchas veces no cuentan con un conocimiento integral sobre cómo entrenar a un equipo, y cuyo profesionalismo no está asegurado. “La mayoría de entrenadores no se toman en serio a los equipos femeninos, no cumplen su función o comienzan los temas de acoso”, cuenta.

“La tendencia de los equipos femeniles es que los entrenadores terminan involucrados con alguna de las jugadoras”, explica Fire con un gesto de desaprobación. “He vivido casos donde se normaliza el acoso en los entrenamientos. Los entrenadores les empiezan a escribir a las jugadoras en otros horarios y con otros propósitos. Tú sabes”, comenta, queriendo saltarse lo obvio. “Las chicas pasan por alto esos comportamientos para no dañar el ambiente en el equipo”.

Y es que el acoso laboral al interior de la industria de los videojuegos no es un tema nuevo. En 2018 el medio digital Kotaku publicaba un documento donde empleados de Riot Games, la empresa detrás de videojuegos como League Of Legends o Valorant, exponían el machismo al interior del ambiente laboral, donde se promovían ideologías como “los hombres primero” y se presentaban abusos contra las mujeres, desde discriminación hasta acoso sexual; todo esto en una empresa que funcionaba como una fraternidad donde los hombres se encubrían entre ellos mismos.

Las empleadas Melanie McCracken y Jess Negrón demandaron a la empresa, la cual tuvo que pagar 100 millones de dólares.

Otro caso similar es el de Activision Blizzard, empresa que fue demandada en 2021 por el Estado de California debido a distintos testimonios y, en especial, el caso de una empleada que se quitó la vida debido al acoso que recibía en el ambiente laboral, explica el diario VidaExtra.

A raíz de esta situación, Blizzard ha sufrido huelgas internas y demandas, en las que distintos testimonios hablan de una complicidad entre los directivos de la empresa, incluyendo acusaciones contra el propio CEO, Bobby Kotick, por ignorar la situación y por haber maltratado y amenazado de muerte a dos empleadas en el año 2000.

Esta cultura de la fraternidad y del encubrimiento la ha experimentado Fire. Ella cuenta que su manager es una chica y agradece eso, porque en muchos casos los manager son chicos y denunciar casos como el acoso de los entrenadores es difícil por el “código de hombres” y el hecho de que entre ellos se encubren.

Valentina comenta que estos casos con los entrenadores son complicados y, cada vez que se enteraba de que esto sucedía en un equipo, debía manejarlo de una manera tranquila. “Un entrenador puede incluso afectar tu situación en el equipo. Si te llevas mal con un coach, puede hacerte la vida imposible”.

Pese a esto, gracias a la educación que recibió de sus padres y tener sus objetivos claros, ella considera importante la sinceridad y hablar cuando está en desacuerdo con algo. Esta posición incluso le costó su puesto en un equipo, debido a las situaciones incómodas con su entrenador, pero ella defiende que, en ese punto, prefería no seguir jugando con un equipo poco profesional que continuar viviendo malas experiencias.

Valentina comenta que estas actitudes afectan profundamente al rendimiento de la industria femenil de los videojuegos. “Tienes que tomar actitudes serias para que esto no suceda contigo

porque hay muchas chicas que prefieren no hablar y pasar por alto comentarios, mensajes e insinuaciones, aunque se sientan acosadas”, replica.

Fire también comenta que ha cambiado mucho su forma de ser y pensar desde que ingresó a la industria, pues ahora es una persona más desconfiada y tiene claro que muy pocas personas se pueden considerar como amigos o cercanos. “La verdad me siento más cómoda siendo desconfiada que confiando en todo el mundo y viviendo constantes decepciones”.

Ella tiene claro que los cambios que necesita la industria competitiva en específico tienen que ver con el profesionalismo y la seriedad con la que debe ser tomada. “Los entrenadores tienen una parte fundamental en desarrollarte a ti como jugadora, y si tienes un entrenador al que solo le importa conseguir una novia que juegue videojuegos, ¿qué le espera a la comunidad femenina, a las jugadoras femeninas que tienen el sueño de crecer competitivamente, pero se ve arruinado por una persona egoísta? Muchas chicas han dejado el competitivo por malas experiencias con entrenadores y eso me parte el corazón”.

## Valentina Alzate ‘Avacyn’

### La sexualización de la mujer en el mundo de los videojuegos

*“Criticar a una persona solo por cómo se ve es inaceptable”.*

Valentina Alzate es antropóloga e inició en el mundo profesional de los *e-sports* hace 7 años, en Medellín, su ciudad natal. Siendo una fanática de League of Legends y de los videojuegos de Facebook empezó a escribir reseñas y reviews que publicaba en la página web Aicen.

Avacyn -nickname o apodo que usa Valentina- se inclinó por el marketing y la logística de eventos en el mundo *gamer*. Su primera experiencia profesional fue como jueza de League of Legends, un ambiente que para entonces era mucho más hostil que hoy en día. “Aunque no lo noten las mujeres que hasta ahora están entrando a los videojuegos, antes era muy raro ver a una chica en “LoL” (League of Legends). De 10000 jugadores había 50 chicas. Entonces una comentaba y empezaban a acosarte” recuerda Valentina.

Junto con el grupo Andeivers, una de las primeras empresas a las que perteneció, Valentina apoyó la creación de la liga nacional de *e-sports*, y realizó proyectos con la Gobernación de Antioquia y el INDER de su ciudad, donde recuerda dirigir una ponencia sobre la mujer en los videojuegos y su influencia para la industria *gamer* en Medellín.

Desde sus inicios tuvo contacto con un escenario de preconcepciones que no acreditaban a las mujeres. “Cuando subí de cargo, empecé a notar que muchos clientes daban por hecho que yo no sabía de videojuegos”, cuenta mientras ríe y recuerda sus primeras experiencias. “Cuando empezamos a hacer los torneos en los centros comerciales se acercaban para contratarnos y me

decían “Por favor, pásame también el contacto de tu compañero” o “¿No puedo hablar también con otra persona?”. Valentina explica que siempre buscaban un rostro masculino a cargo.

Aunque dice que los clientes ya casi no tienen esos prejuicios, también recuerda que hace poco para un torneo le dijeron: “pero necesitamos a alguien que sepa de FIFA (videojuego de fútbol)”. Asumieron que no sabía cuando yo ya he organizado muchos eventos de este juego”.

Actualmente, trabaja como project manager en Eplus-v, una agencia de eventos de videojuegos, pero no deja de lado la marca personal que ha creado en este mundo. Es *streamer* y una figura pública que ha alcanzado amplio reconocimiento entre la comunidad.

Avacyn explica que hay tres tipos de espectadores que una mujer se encuentra siendo *streamer*: “el hater, el normal y el adulator”. El hater (que en inglés significa “odiador”) dice que es más fácil ser *streamer* siendo chica. “Asumen que la gente ve tu contenido por ser mujer, no porque es interesante, porque es divertida, porque genera discusión, porque es novedoso”. El espectador “normal” es el que todos quisieran encontrar, puesto que disfruta del contenido y no se detiene en pequeñeces. Por último, el adulator es el que no para de recalcar tus atributos y de halagarte porque eres mujer. “Ay, qué bonita eres para ser *gamer*”, y te comienzan a romantizar.

El mundo *gamer* es una extensión de los estereotipos que la sociedad impone para las mujeres y el contenido de las *streamers* es tachado por sus preconcepciones. “Si eres bonita, eso es lo único que resaltan. Si piensan que eres linda, voluptuosa y se te ve el escote en la cámara, entonces el contenido pasa a segundo plano. A la que es buena jugando y no pone la cámara la van a aprobar más por su contenido, cuando debe darse por hecho que todo contenido tiene un enfoque diferente”, denuncia Avacyn.

A pesar de que Twitch originalmente solo permitía transmitir videojuegos, poco a poco se ha ido ampliando el espectro permitido, hasta el punto que, pese a compartir plataforma, el

producto de muchos *streamers* es muy variado. Los usuarios transmiten videojuegos, podcast, eventos, viajes, vida cotidiana o simplemente charlas con sus espectadores.

Valentina explica que el tipo de contenido que cada *streamer* refleja la identidad de cada uno. Es una construcción basada en el conocimiento de los algoritmos de audiencias y saber identificar el público objetivo. Es la marca personal que crea cada *streamer* para ser reconocido como un todo.

Avacyn hace stream 6 días a la semana. “No solo para jugar porque no soy una jugadora profesional, pero hice el segmento de entrevistas a invitados y debatimos sobre cosplay, cuentaría, diseño de personajes y diversos temas de la industria”.

En la creación de contenido existe un término que puede facilitar el trabajo y es la viralidad. Puedes no ser tan reconocido, pero si alguno de tus contenidos se vuelve viral, eres relevante inmediatamente. Pero trascender requiere de conocimiento y trabajo dedicado. “Debes saber de marketing digital, análisis de públicos, diseño, imagen, estética que te ayudan a conocer el mercado. Requiere de tiempo y entrega que la gente a veces desconoce en este tipo de trabajos”.

Ahora bien, el demérito que acarrea ser creador de contenido, sumado al hecho de ser mujer, da lugar, como explica Avacyn, a un tipo de machismo basado en el cuestionamiento de su profesión o sus capacidades. “Por ejemplo, me dicen que ser *streamer* no es trabajar. O me preguntan: “si sabes de videojuegos, ¿cuál fue el primer Zelda?, ¿cuándo se hizo la primera consola? Tienes que mostrar que estás en los videojuegos por un motivo”.

Bajo este panorama, las mujeres entran en la dinámica de tener que demostrar sus méritos. “Intentan explicarme cosas que ya sé de un juego sobre el que incluso sé más”, narra Avacyn.

“Inmediatamente te ven, sin siquiera preguntar de qué liga eres o cuál es tu experiencia, ven que eres chica y te dicen: oye, yo te ayudo, yo te puedo entrenar, yo te explico”.

En su experiencia, Avacyn tiene una división alta en el ranking clasificatorio del juego TFT (Teamfight Tactics) y comenta que “llega alguien que no ha visto mi división y empieza a explicar algo que asume que no sé por ser mujer. Esto no se ve con los chicos”.

Además, hay que añadir la sexualización. Avacyn explica que los chicos suelen entrar a su stream como si fuera una *aplicación* de citas. “Con los comentarios intentan deslumbrarte y conquistarte, cuando esa no es la intención de los creadores de contenido”, aclara.

Es común la afirmación de que, si tienes muchos seguidores, es porque es más fácil conseguirlos siendo *streamer* mujer. “Yo juego desde los 10 años. Te lo juro. No tendría que estar explicando que llevo tantos años trabajando con videojuegos para que me crean que merezco ser una *streamer* y tener mis *viewers*”, explica Avacyn. “He pagado un diseñador, me la paso estudiando, pero ser mujer anula el mérito de tu trabajo y de tu esfuerzo”.

Avacyn es una chica con apariencia dulce y tierna, tal vez por su físico, de rasgos delgados y suaves. Su aspecto físico también ha sido disruptivo en su profesión. “Esto de verme tierna ha ido en contra de mi personalidad. De hecho, soy una persona bastante seria”.

Ella cuenta que constantemente llega gente a su transmisión a reprocharle que no es como parece. “A todo el que se pone así le doy un sermón: dejen de crear estereotipos sobre cómo debe ser una mujer *gamer*. Si otra chica es así, yo no tengo por qué serlo”, comenta. “Me han dicho que soy linda, pero con mi personalidad no voy a llegar a ningún lado”. “Trátame más lindo, me dicen, como si por ser chica me estuvieran haciendo un favor al seguirme”, cuenta Avacyn. “Yo les agradezco de manera genuina”.

Asimismo, Valentina muestra su inconformidad cuando ve que las personas critican a otras creadoras de contenido en sus plataformas. “Si le gusta usar escotes, está bien. No le tienes que decir nada. Busca alguna que sí te guste. Es más fácil apoyar que criticar”, les dice.

Así como también responde cuando intentan halagarla con insultos disfrazados. “Qué bien que hayas logrado tanto sin tener que mostrar nada” o “Tú sí juegas bien, no como otras *streamers* que solo están ahí por moda” son algunos de los comentarios que recibe. “Desacreditar a otras para validar mi trabajo no me gusta. ¿Quién dice que para ser *streamer* tienes que jugar bien? ¡No son jugadores profesionales, son *streamers*!”.

Valentina es una mujer muy elocuente y crítica, que ve el machismo como una señal de inferioridad. “Yo creo que tengo demasiada paciencia y por eso puedo ser diplomática”. Ella opina que cuando alguien es machista es porque es poco inteligente y por eso suele usar un tono condescendiente intentado educarlos y refiriéndose a ellos como “pobrecitos”.

Hay mujeres que evitan el conflicto ante los comportamientos machistas, pero, para Avancyn, los comentarios fuera de tono son una oportunidad para depurar su audiencia. “Aquí tienen claro que no vienen a criticar a otros creadores de contenido porque los baneo, y trato de tener siempre un moderador (usuario encargado de eliminar mensajes y controlar el chat en directo) que está pendiente. Al final terminan por irse solos, cuando entienden que mi transmisión no se presta para eso”.

Valentina ha vivido un proceso respecto a la reacción que decide tener cuando algo le disgusta en sus plataformas. Ella dice que al principio era muy amable: “porque tienes muy poquitos espectadores y no quieres que te digan que eres “sangrona” o “tocada”, y te aguantas comentarios de los donantes y usuarios así te disgusten. Pero ya no: ya soy más propia de mi plataforma y de cómo me relaciono con mis seguidores”.

Cuenta que aprendió a ser mucho más firme gracias a la experiencia de un amigo suyo que se dedica a crear contenido para la plataforma TikTok, y en sus videos actuaba como un personaje de comedia para una audiencia de niños pequeños. “En Twitch él no era el mismo que en TikTok, y se cansó de que los niños se burlaran de él en sus transmisiones de Twitch porque pensaban que continuaba siendo un personaje. Así que depuró su audiencia por un público más adulto y acorde con su contenido en esta plataforma”. Esto fue lo que Avacyn aplicó también a su cuenta.

En la cotidianidad de los creadores de contenido, las críticas y ofensas son comunes. Sin embargo, las mujeres, sumado a esto, también reciben comentarios con un tinte sexualizado. Avacyn recuerda algunos de los mensajes más comunes: “¿Por qué no me susurras esto al oído?”, “Qué rica estás”, “Qué tatuajes tan sexies”, entre otros.

Como explica ella misma, ser figura pública implica soportar el acoso. Las personas le exigen dejar de ser *streamer* si no es capaz de “aguantar” las conductas machistas, cuando ningún tipo de trabajo debería significar ser vulnerable a las humillaciones.

Desde otra perspectiva, existen características en los avatares de los videojuegos que favorecen la constitución de estereotipos sexualizados de la mujer entre la comunidad. El diseño creativo de los personajes determina cómo debe verse una mujer en un videojuego y qué roles debe desempeñar.

Como se evidenció en el estudio *Letters and the unseen women* la tendencia al vestuario más breve en los personajes femeninos es un síntoma de sexualización, pero también de la presentación de dichos personajes como poco importantes o serios.

¿El lenguaje sexual explícito en los videojuegos es la extensión de una concepción cultural? En las representaciones tradicionales de la mujer seductora es consistente la imagen de

la misma como una figura que invita y propone de manera velada y sutil, seduciendo sin aceptarlo, pues no es su papel tomar el rol activo en un encuentro sexual: la representación sexualizada de la mujer, pues, no significa una liberación sexual de la misma, sino una mayor disposición a los intereses sexuales de su contraparte masculina. Más que un actor sexual, la mujer es representada como un objeto sexual, que atrae la acción del hombre.

Este es el ejemplo del popular videojuego Grand Theft Auto 5, que en 2022 alcanzó las 165 millones de ventas. En este videojuego los tres personajes principales son masculinos. Dos de los pocos personajes femeninos secundarios que representan a la hija y la esposa de uno de los protagonistas solo cumplen la función de ser objetos sexuales. Mientras la esposa mantiene relaciones con su instructor de yoga, la hija hace lo mismo con un famoso presentador en busca de fama y reconocimiento. Además de lo anterior, una de las mecánicas del juego es poder pagar por relaciones sexuales con mujeres en un automóvil.

Desde la experiencia de Avacyn, aquella idealización de cómo debería o no representarse una mujer en el juego no es tan controversial para los avatares masculinos. “Hay algo muy godo en ver chicas lesbianas en un videojuego. Dicen que este tipo de inclinaciones se ven muy forzadas para aparentar inclusión, y salen los conservadores exigiendo que no les toquen los roles: ¿por qué metieron una mujer musculosa o que tiene novia?”, transmite Avacyn. “Estas características las tachan como negativas, cuando no son cruciales en el desarrollo mismo de la historia del videojuego. Independientemente de cómo se vean los personajes”.

La multiplataforma es la oportunidad para que los creadores de contenido formen una comunidad en cada red social, en las que publican contenido diferenciado que, en conjunto, crean una identidad que determina la marca personal de cada uno y, por la cual, son reconocidos. Avacyn administra perfiles en Twitter, Instagram, Twitch y, recientemente, una cuenta de Only

Fans, plataforma que posibilita a creadores de contenido limitar el acceso a sus productos exclusivamente a personas que paguen una suscripción, donde ella publica contenido “shibari”(estilo artístico japonés relacionado con ataduras) y “cosplay” (estilo relacionado con disfraces de personajes ficticios).

Debido a que OnlyFans ha sido asociada al contenido erótico para adultos, al iniciarse en esta plataforma, ella pensó que recibiría comentarios negativos como “Yo pensé que no eras así”, “Yo te admiraba”, “¿Qué van a decir de ti?”. Por el contrario, aunque sus seguidores se sorprendieron al enterarse, no la han tachado con adjetivos que la menosprecien.

Aunque de profesión es antropóloga y su pasión es la arqueología, Avacyn se dedica de lleno a su trabajo como figura pública. A futuro, Avacyn planea incrementar sus ingresos en la creación de contenido. Hoy, ella gana alrededor de 400 USD con las donaciones de Twitch y los suscriptores de Only Fans. Son las plataformas que le generan mayor ganancia. Cuando la contratan para hosting gana 400.000 pesos la hora.

Cuando le preguntamos qué cambiaría de la industria para que fuera más inclusiva con las mujeres, su respuesta no fue solo una. “Esto no es cuestión de cambiar solo una cosa y que se arregle. Este es un problema multidimensional”, responde. “Pero creo que el problema más grande son las mismas comunidades y la cultura de los consumidores que son los más opuestos al cambio”.

Ahora bien, como *caster*, ella quiere que “se desacostumbre a la voz masculina en el casteo y le abran paso a la voz femenina con igual apoyo”. También, “las empresas podrían incluir más mujeres talentosas en su equipo de trabajo. No solo las que dan la cara, sino que las incluyan en el equipo creativo, de planeación, CEO y toda la organización detrás de los *e-sports*. Por ejemplo, nunca he visto una coach/entrenadora mujer”.

Como *streamer*, “a mí me gustaría que hubiera más chicas consumiendo el contenido de otras mujeres en Twitch. Que los chats no estén llenos de solo hombres, sino que nos apoyemos entre nosotras”.

## Juliana Ardila ‘Lenorune’

### El camino para ser una *caster* profesional

*“Sueño con una sociedad más inclusiva; ¡realmente inclusiva!”.*

Desde su nacimiento en la segunda mitad del siglo XX, los videojuegos han venido creciendo, conquistando fanáticos y generando empleo hasta convertirse, al día de hoy, en una industria gigantesca.

En 2020, cerca de 3.1 millones de personas, que representan casi el 40% de la población mundial, jugaban al menos un videojuego de manera activa, y la industria llegó a facturar 175.000 millones de dólares, según un estudio de la consultora estadounidense Newzoo.

Pero, a pesar de su tamaño, según otro estudio, realizado por The Guardian en Reino Unido, el número de mujeres que trabajaban en la industria de los videojuegos en 2020 solo representaba poco más del 20%, esto a pesar de que alrededor del 50% de los *gamers* son mujeres.

Esto nos lleva a preguntarnos por qué este porcentaje de representación es tan bajo y cuál es el camino que vive una mujer para entrar y escalar en la industria de los videojuegos.

Siguiendo estos planteamientos, Juliana “Lenorune” Ardila, *caster* y presentadora de torneos del videojuego League of Legends, nos cuenta cómo ha sido su trayecto haciéndose paso en esta industria monopolizada por el sexo masculino, empezando como creadora de contenido en redes sociales hasta trabajar en la Liga de Videojuegos Profesional (LVP).

Juliana se describe como una mujer excéntrica que nunca va a la par de las reglas. “Siempre fui muy masculina y rara”, recuerda. “Los raros corren con mala suerte, pero en mi

caso no fue así. Tuve la suerte de sentirme amada por mi familia y mi círculo cercano, y, aunque contrariaba a mis compañeras del colegio en todo, no me hacían bullying”, dice mientras ríe.

Lenorune (alias que eligió gracias a su poema favorito de Edgar Allan Poe: Lenore) comenzó a jugar videojuegos con sus primos desde que era pequeña. Cuando tuvo su primer computador, dedicó mucho tiempo a Warcraft, un juego de estrategia bélica con temática fantástica, hasta que conoció League of Legends aproximadamente en 2013, cuando el juego estaba en su tercera temporada.

League of Legends es un juego competitivo de estrategia 5v5, donde el rendimiento individual es recompensado con una puntuación que revela el nivel de cada jugador, reflejado en el sistema de puntuación “elo”, un sistema que también usan otros deportes como el ajedrez.

Este sistema promueve un ambiente de competición. Los jugadores se encuentran constantemente estudiando sobre el juego, estrategias y principios clave para mejorar y escalar posiciones.

Leno comenta que ella no era muy buena en el juego, pero su naturaleza competitiva la motivaba a estudiar y aprender para mejorar, lo que le permitió darse cuenta de algo importante: “Cuando tú eres malo y buscas contenido para mejorar, generalmente, quien te da *tips* es una persona que es mucho mejor, pero no habla tu idioma, porque hace mucho que no está en tu posición, o nunca lo ha estado”.

Cuando empezó a mejorar en el juego, entendió los errores fundamentales que impiden que los jugadores con bajo nivel puedan mejorar. Combinando este conocimiento con su gusto por la enseñanza, abrió su canal de YouTube, donde hacía tutoriales y guías, y donde comenzó a darse a conocer en la escena.

Gracias a la visibilidad de sus redes, fue contratada por una empresa (que prefiere no nombrar), en la cual tuvo su primera experiencia laboral formal con la industria. “Hacía varias cosas. Contenido para redes; más que todo me encargaba de lo digital”.

Trabajando en esta empresa, Lenorune comenzó a desempeñarse por primera vez como *caster*.

Un *caster*, según explica, es la persona encargada de la narración y análisis de las jugadas en los torneos de los videojuegos, y se diferencian en tres tipos. El *caster* “play by play” es quien se encarga de la narración a tiempo real de las jugadas, acompañado por un “color caster” que se encarga de guiar el ritmo de la narración en los espacios entre jugadas, y también está el analista, que profundiza en las estrategias y detalles específicos.

En aquella empresa, Lenorune comenzó a perfilar su trayectoria como *caster* de League of Legends, y también conoció de cerca los matices grises de la industria que, aún hoy, después de varios años, no puede tolerar, aunque se note resignada.

“Recuerdo que mi jefe se iba detrás de mí en las escaleras y me tocaba la cola”. “Me llamaba a su oficina y se me sentaba en las piernas. Una vez, después de un evento, me dijo que me acompaña a mi casa si le daba un beso. Le dije que no, y me dejó botada con los equipos en una calle sola”, recuerda Juliana.

No es tan fácil denunciar. Es un arma de doble filo. “La opinión pública te puede apoyar y aplauden tu valentía, pero la realidad es que al interior del medio nadie quiere estar relacionado con alguien involucrado en escándalos de ese tipo”, explica Lenorune.

Por evitar, Juliana no quiso contarles a sus amigos, quienes también trabajaban ahí, el acoso que vivía. “Nos enteramos de que pasaba lo mismo con otra chica y decidimos renunciar”.

Con ellos, decidieron formar un equipo llamado Start level, un nuevo proyecto que tuvo gran acogida, y donde pudo seguir formando su experiencia. “Casteábamos, hacíamos memes y poco a poco nos reconocieron más en la comunidad”.

Hoy en día, gracias al proyecto, todos los compañeros con los que inició castean ligas importantes de League of Legends en Latinoamérica, y ella fue contratada por la Liga de Videojuegos Profesional, para la cual trabaja actualmente bajo un contrato freelance como *caster* de torneos oficiales.

Sobre su trabajo, ella comenta que “es movido por temporadas. Cuando se cierran las ligas disminuye el trabajo, pero se hacen otros proyectos pequeños para empresas que te ven en el medio”. Su salario, en promedio, es de 100 dólares al día, pero explica que al mes suelen haber entre 3 y 4 torneos, por lo que su salario mensual es de 400 dólares, dependiendo de la temporada.

Según un informe promovido por la organización Desarrollo Español de Videojuegos en 2019, por hora el salario promedio de las mujeres en esta industria es un 14,47% más bajo que el de los hombres, llegando a superar el 60% en grandes empresas como Rockstar North.

Y este caso sucede también con la escena competitiva, donde las jugadoras ganan menos que sus compañeros hombres, y esto lo confirma Alejandra Garza, jugadora profesional de Valorant en el equipo Fusion, quien, a pesar de no poder hablar de su salario debido a su contrato, confirma que las mujeres aún no pueden vivir económicamente solo de la competición sin importar el tamaño del equipo y la organización, mientras que los hombres de equipos grandes se lo pueden permitir.

Por esta razón, Juliana aconseja no conformarse, ser activo y estar pendiente de nuevos proyectos, sean propios, como figura pública o contratos con empresas, además nunca descuidar sus redes sociales porque son el principal portafolio en el medio.

Juliana resalta la importancia de tener una vida pública muy activa. “Esa es tu carta de presentación si quieres escalar”, insiste a quienes quieren iniciar en la industria. “Empiecen a castear. Grábense y súbanlo. Este es un medio cerrado donde poco se envían hojas de vida. Lo que más funciona es el voz a voz”.

Desde su experiencia, ser figura pública demanda mucho tiempo y tu público es fiel siempre y cuando seas activo. “El público de League of Legends es muy celoso y le gustan las caras conocidas que se han ganado ese lugar”.

Siendo una mujer *caster* dentro de paneles mayoritariamente masculinos, ella ha vivido las exigencias que las empresas tienen con su imagen. “Un jefe me decía que estaba gordita, que por qué no iba al gimnasio. Me recordaba que al ser figura pública debía transmitir estética”, dice tratando de recordar las palabras exactas.

“Aunque entiendo esta exigencia, no la puedo justificar. Esto le cierra las puertas a muchas mujeres que tienen el talento, pero no cumplen los estándares”, explica. “A ninguno de mis compañeros se les exige cumplir el prototipo de masculinidad”.

Lenorune también comenta que, ante la clara falta de presencia femenina en la industria, las mujeres son vistas por las empresas como una herramienta para aparentar inclusión y paridad de género. Las empresas contratan a una mujer para guardar las apariencias y ahí acaba su interés de igualdad. “He visto que cuando se presenta otra chica le dicen: ‘Lo sentimos, pero ya cubrimos el espacio femenino’”.

Estas dinámicas generan otras cargas para las mujeres que terminan ocupando los lugares tan exclusivos y peleados que les permiten. Como ella misma explica, “ser mujer *caster* es ser cuestionada constantemente sobre las razones para merecer tu lugar, tener que demostrar que ocupas este espacio no por tu aspecto físico, sino porque aportas algo”.

Sobre su futuro, ella comenta que quiere escalar cada vez más en el casteo. “Si luego otro juego me hace ojos, ya veremos. Pero hoy soy cien por ciento fiel a League of Legends”. Su plan es llegar a narrar la liga latinoamericana como trabajadora de planta. “No solo quiero narrar como invitada, sino ser parte real del panel”.

La mujer detrás de Lenorune es efusiva. No puede ni quiere disimular su desaprobación con las injusticias. “Sueño con una sociedad más inclusiva; ¡realmente inclusiva!”, precisa. Tiene fe en que las nuevas generaciones están dejando atrás los esquemas estrictos que encasillan a las personas en estereotipos negativos, dándoles más libertad de ser quienes deseen ser. “Las personas debemos aprender más a escuchar que a ver”, reflexiona Juliana.

Cuando le preguntan qué cambiaría para que esta industria de los videojuegos sea un lugar más amable con las mujeres, se queda pensando mientras busca una de las tantas respuestas que tiene para esta pregunta.

“¿A largo plazo? En los altos cargos debe haber más chicas que, a su vez, les abran más espacio a otras mujeres”, responde. “Mientras esto sucede, sé que debo dar lo mejor de mí para demostrarle a otras chicas talentosas que sí se puede, a pesar de ser mujer”.

## **Alejandra Garza ‘Lessa’**

### **El anonimato como defensa al acoso de género**

*“A veces hay hombres que ni siquiera tienen nada en contra de las mujeres y las insultan solo para reírse con sus amigos. Lo hacen solo porque está de moda y ya”.*

Los deportes electrónicos o *e-sports* son disciplinas competitivas que miden el rendimiento de los jugadores en su dominio de videojuegos y datan de los años 70, contando con variantes y distintas manifestaciones según el tipo de videojuego o el reglamento.

La forma más conocida en la que se presentan los *e-sports* son torneos de equipos en videojuegos online, y el objetivo de cada equipo para obtener la victoria puede variar dependiendo de la naturaleza del juego. Algunos videojuegos shooters o “de disparos” miden la puntería de los jugadores y las estrategias en modalidades que exigen capturar una bandera, liberar a un rehén, plantar o desactivar una bomba, o acumular la mayor cantidad de bajas del oponente.

Otros juegos conocidos como MOBA exigen al equipo avanzar por un campo lleno de obstáculos con el fin de destruir un núcleo, mientras enfrentan a sus oponentes. Otros juegos exigen a los jugadores sobrevivir en un mapa cuyos límites se van reduciendo, anotar goles manejando vehículos motorizados o, incluso, enfrentarse en duelos haciendo uso de habilidades especiales.

También hay videojuegos donde el jugador no se enfrenta directamente a su oponente, sino que intenta vencer récords, tales como: completar la totalidad de un juego en el menor tiempo

posible, sin recibir daño, con los ojos cerrados, con una sola mano y todas las variantes imaginables.

Lo único que comparten este tipo de competiciones es que suelen medir aspectos como reflejos, destreza mecánica, estrategia, conocimiento del juego, velocidad y demás aspectos.

Si bien en algunos deportes que basan el resultado de sus atletas en cuestiones físicas es comprensible que se realice una distinción de género, no hay ninguna evidencia de que el género de un jugador afecte su rendimiento en un videojuego, algo que fue confirmado por un estudio de la Universidad de California en 2016.

Por tanto, no hay ningún reglamento que asegure alguna distinción de género en los torneos de *e-sports*, y, en su mayoría, los torneos oficiales de cualquier videojuego son de carácter mixto.

Aun así, según advierte un artículo del portal Press Over en 2022, el porcentaje de jugadoras en torneos de deportes electrónicos es solo del 8,2%, y un 0,4% en el caso de coaches/entrenadoras.

A simple vista cualquier torneo de *e-sports* podría dar la apariencia de ser exclusivamente masculino, dada la predominancia de hombres en estos, pero la triste realidad es que, a pesar de que las mujeres representan alrededor del 50% de los *gamers* en el mundo, un bajo número de ellas logran dar el salto al profesionalismo debido a la hostilidad del sector.

Esto lo demuestra el caso de María “Remilia” Creveling, la primera mujer de la historia en convertirse en jugadora profesional del videojuego League of Legends, debutando en 2016 en la liga norteamericana LCS. A pesar de que María dio un paso importante y forjó un precedente para el competitivo femenino en los videojuegos, terminó retirándose y cerrando sus redes sociales a causa del acoso y el machismo que vivió por parte de la comunidad.

A causa de esta falta de oportunidades, el 23 de febrero del 2021 se anunciaba oficialmente una de las medidas más importantes que ha tomado la empresa Riot Games para promover la igualdad para las mujeres y sectores discriminados en el escenario competitivo de su videojuego shooter, Valorant.

En alianza con Galorants, una de las comunidades más grandes de este juego, que recoge a jugadoras y personas no binarias de todo el mundo, Riot decidió llevar a cabo el proyecto VCT Game Changers, un programa dedicado a fomentar oportunidades por medio de dos estrategias: una academia donde poder crecer como jugadores/as, y un torneo profesional no-mixto que se llevaría a cabo en todas las regiones.

Si bien Riot Games ya había implementado en 2020 un torneo femenino oficial llamado FTW Summer Showdown, que resultó ser un éxito, la oficialización de una competición a nivel internacional se postulaba como un paso enorme para una empresa que estaba decidida a apoyar la igualdad en todos los aspectos de su videojuego.

“Para construir una escena competitiva próspera para Valorant, tenemos que cultivar entornos competitivos seguros” comenta Anna Donlon, productora ejecutiva de la empresa, en el video de presentación de este proyecto en YouTube.

Estas competiciones se han estado realizando a lo largo del último año en todas las regiones del mundo, ofreciendo oportunidades, motivando a la creación de equipos y alentando a las mujeres a participar, siendo este el caso de la jugadora mexicana Alejandra Garza, más conocida como Lessa, quien participó en este torneo en la región de Latinoamérica Norte y logró obtener, junto a su equipo, el tercer puesto.

Alejandra cuenta que, a pesar de la importancia de este torneo en el ámbito competitivo femenino y de que su desempeño en él la llena de orgullo, siendo este incluso un logro que destaca

en su perfil de Twitter, siempre esconde su participación cuando se encuentra jugando, debido al acoso que llega a recibir en las partidas online.

Una de las estrategias de Riot para motivar la participación de las mujeres en este torneo fue crear un “título” personalizado para las participantes. Un “título” es un emblema que los jugadores pueden desbloquear de diferentes maneras, un nombre secundario que aparece junto al nombre del jugador en las partidas online y que todos pueden ver. Suelen contener denominaciones como “francotirador”, “recluta”, “experto”, referencias a memes de la comunidad o a eventos especiales.

En este caso, la compañía creó el título de “VCT Game Changer” que fue entregado exclusivamente a las jugadoras que participaron del torneo y que, según la experiencia de Lessa, prácticamente nadie usa.

Según comenta ella, en partidas online, este título se convierte en un identificador de mujeres, y las personas con actitudes machistas se aprovechan de esto para atacarlas. Como resultado, Lessa ha llegado a recibir comentarios como “Tenemos una mujer en el equipo. Ya perdimos”, y se ha encontrado a personas que se autodenominan “asesinos de VCT Game Changers”. “Ponerse este título es sinónimo de que te van a decir algo”, concluye.

“A mí me molesta que me estén diciendo cosas y por eso yo siempre escondo mi nombre y no uso mi VCT Game Changer”, comenta Lessa, quien tiene que recurrir a ocultar sus logros y su identidad para no recibir insultos y, a pesar de lo que esto significa, no siente tristeza por tener que ocultarse, sino alivio por saber que, ponerse en el anonimato, alivia la presión en sus partidas.

Pero este caso no es único. En el mundo de los videojuegos online, las mujeres tienden a esconderse detrás de una identidad anónima, evitan hablar en un chat de voz y minimizan las

interacciones por miedo a ser discriminadas. Según una investigación de Reach3 Insights de 2021, el 59 % de las *gamers* a nivel mundial usan una identidad masculina o sin género para evitar el acoso mientras juegan partidas online.

Esta práctica tan común para las mujeres también la ha experimentado Lessa de distintas maneras en su recorrido como jugadora.

En su infancia, su primera relación con los videojuegos online de manera competitiva fue con Gears of War. Este juego, según explica, fue con el que forjó su interés competitivo que más tarde trasladó a otros juegos.

Desde los 8 hasta los 18 años, se alejó del mundo de los videojuegos, pero entonces conoció, gracias a un amigo suyo, League of Legends, el MOBA de la empresa Riot Games.

Lessa cuenta que inicialmente no le gustó el juego, debido a que ella tenía un computador que no permitía que el juego fuera fluido, por lo que no podía tener buenos resultados.

Cuando ya tenía 19 años, se abrió un game center en su ciudad llamado Ignite, donde se alquilaban computadores gamer con una gran variedad de videojuegos, y aquí fue donde terminó de interesarse por League of Legends.

“Me gustaba tanto que yo salía de mi universidad y me iba a Ignite a jugar todo el día. Le decía a mi papá que tenía trabajos que hacer y me iba a jugar”, recuerda entre risas.

Cuando comenzó la pandemia, debido a que no pudo seguir yendo a jugar, convenció a sus papás para comprar un computador, y decidió dedicarle más tiempo al juego, pero ahora de manera competitiva y menos casual.

“Yo soy una persona que en todo lo que juego debo ser muy buena, porque si no me frustró”, comenta. “En ese tiempo mi inconsistencia era muy fea. Yo perdía una partida y me ponía a llorar. Me decía que tenía que ser mejor y tenía que ganar”.

Esta determinación la motivó a tomar un curso para perfeccionar su desempeño en el juego. Le dedicaba 3 horas al día al estudio de tácticas y estrategias, además de las horas prácticas adicionales en las que repetía y mejoraba su performance. Esta dedicación le permitía escalar y ser muy hábil en el juego, incluso llegando a jugar torneos no-oficiales.

El 2 de junio de 2020, en medio de la pandemia, Riot Games hizo el lanzamiento del shooter Valorant. Y, aunque inicialmente Lessa no quiso darle una oportunidad al juego, debido a que nunca había jugado un shooter en computador, un día se aburrió de League of Legends y terminó descargando Valorant “como por probar”, recuerda.

A pesar de que al principio tuvo que volver a recorrer el mismo camino que había cruzado antes, la experiencia le ayudó con este nuevo juego. “Algo que me hace muy consistente en competitivo es que yo soy una persona muy hiperactiva en lo que hago. En League of Legends yo todo el tiempo veía vods, o sea, veía a jugadores profesionales jugando. Lo hacía por diversión. Estaba aburrída y me ponía a verlos. Eso lo transferí a Valorant”.

Gracias a esa determinación, Lessa aprendió mucho del juego, enfocándose en el rol de IGL (In Game Leader) que desempeña a día de hoy en su equipo. Ella es la persona que desarrolla las estrategias junto al entrenador y también trabaja de la mano con sus compañeras para potenciar las fortalezas de cada una. “Soy la que lidera las rondas porque siempre me ha gustado mucho saber del juego, analizar y saber por qué se hacen las cosas. Tenía mala puntería, pero sabía leer el juego de los rivales y anticiparme a lo que iban a hacer”, resalta Lessa, reconociendo el papel estratégico que desempeña en su equipo.

Lessa entró al competitivo gracias a que un día jugó con una chica que le hizo una invitación a un servidor de Discord de mujeres en Valorant, y en este servidor se enteró de que un equipo profesional estaba buscando jugadoras, así que se postuló y quedó elegida.

Inicialmente, ella hizo parte del equipo de Six Karma y, aunque fue el equipo que la dio a conocer, no perteneció a él durante mucho tiempo. Luego tuvo un paso por FirePower, el actual ganador del torneo regional, pero decidió salirse de la organización porque su rol era como sexta jugadora y ella quería estar en el equipo principal. Y así fue como llegó a Fusion, su actual equipo.

Gracias a la profunda experiencia que Lessa llegó a acumular, ella opina que el machismo se expresa de formas distintas en League of Legends y en Valorant. En el primero, debido a la poca visibilidad hacia el competitivo femenino y que el juego tiene más de una década, la comunidad y las organizaciones están más cerradas a la transformación y, por lo tanto, son más machistas. Pero en el segundo juego es más fácil saber si una persona es hombre o mujer, esto a causa de la existencia de un chat de voz que es de vital importancia en las partidas, y, por ende, suelen haber más ataques hacia ellas.

“Yo en LoL (League of Legends) jamás decía que era una mujer. Tenía un nombre de usuario genérico”, comenta Lessa. Sin embargo, ella siempre habla en las partidas de Valorant, porque la comunicación es vital para ganar las partidas. Cuando llega a recibir comentarios machistas, prefiere guardar la calma, enfocarse en ganar la partida y no pelear con las personas. “Yo no entro a una partida para educar gente”, explica.

Esta situación les sucede a muchas mujeres en Valorant, según cuenta Lessa. “Yo tengo amigas de equipos competitivos que me dicen que nunca hablan en las partidas ranked”.

Aún con esto, ella se considera una persona con un gran carácter para enfrentar estas situaciones, pero esa cualidad viene dada por las experiencias que ha tenido que pasar, y así narra una ocasión en la que este tipo de situaciones la sobrepasaron y acabó llorando por una partida. “Ese día yo estaba pasando personalmente por un momento complicado y exploté”, recuerda.

El momento quedó evidenciado en un hilo que tiene casi 1000 likes en su cuenta de Twitter.

En el video adjunto al hilo se puede ver cómo dos usuarios la atacan con comentarios como “¿Qué hace una mujer en este rango?” o “Deberías estar en la cocina”, llamándola “prostituta” o “zorra”, hasta en el punto en el que ella decide dejar de jugar.

En el hilo, ella explica que, aunque suele aguantar este tipo de comentarios, no ve la necesidad de mutear y jugar sin comunicación por culpa de este tipo de personas. “Estas personas no entienden que sus comportamientos misóginos derivan de un problema psicológico y no están bien. Ojalá el acoso cesara porque es horrible tener que soportar estas cosas en algo que nos gusta tanto”, precisa en su tweet.

Como otras mujeres en la industria, Lessa también considera que ser una mujer gamer también se transforma en una responsabilidad enorme por demostrar algo siempre que juegan. “Hay muchas amigas mías a las que no les gusta jugar ranked”. Ella comenta que casi siempre ellas intentan dar excusas, evitando lo que sucede, pues las experiencias que han vivido con el machismo, las llevan a la frustración.

“A mí me pasó. Hubo un tiempo que yo no quería ni jugar. ¿Imagínate si juego mal? Van a pensar que las mujeres somos malas”, comenta. “Es horrible tener la presión de que no podemos tener un mal juego por ser mujeres, porque nos van a decir que somos malas y a resaltar en seguida nuestro género. No podemos quedarnos abajo en un partido porque nos van a criticar”.

Esta situación la abruma, hasta tal punto, que Lessa, muchas veces, no sabe si quiere mejorar por sí misma o por ser condescendiente con la presión que tiene de demostrar que las mujeres sí pueden.

Actualmente, Lessa se encuentra muy bien con Valorant y con su equipo, con quienes está entrenando para el próximo VCT Game Changers en junio de este año.

Alejandra dedica diariamente más de 6 horas al juego, pero también tiene un salón de uñas que es su principal fuente económica, pues, según explica, aunque tiene un contrato con su equipo y recibe un salario, aún no es suficiente para vivir de ello, a diferencia de los jugadores masculinos que sí se lo pueden permitir.

Cuando le preguntamos qué opinión tiene sobre una futura liga mixta con igualdad de oportunidades donde hombres y mujeres puedan jugar juntos, ella comenta que no participaría a menos de que el femenino dejase de existir y esa fuera la única opción.

A pesar de que eventualmente este tipo de ligas llegarán, ella se siente cómoda jugando solo con mujeres. “Yo siempre he tenido en mente ser de las jugadoras que estuvieron desde un principio hasta donde se llegue con el femenino”.

## Referencias bibliográficas

**Bustos, S. (2022).** Activision Blizzard es obligada a pagar una suma millonaria a las víctimas de acoso laboral y sexual. 3D Juegos. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.3djuegos.com/noticias-ver/221118/activision-blizzard-es-obligada-a-pagar-una-suma-millonar> HYPERLINK "https://www.3djuegos.com/noticias-ver/221118/activision-blizzard-es-obligada-a-pagar-una-suma-millonaria/"ia/#:~:text=Tal%20y%20como%20informa%20Kotaku,y%20sexual%20en%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa

**Caddy, B. (2020).** 'I was always told I was unusual': why so few women design video games. The Guardian. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.theguardian.com/education/2020/feb/17/i-was-always-told-i-was-unusual-why-so-few-women-design-video-games>

**D'Anastasio, C. (2018).** Inside The Culture Of Sexism At Riot Games. Kotaku. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>

**Eldiario.es (2020).** El 70% de los 'gamers' asegura haber visto sesgos machistas en los videojuegos. Eldiario.es. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de [https://www.eldiario.es/canariasahora/nekuni/estudio-machismo-videojuegos\\_1\\_1054820.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/nekuni/estudio-machismo-videojuegos_1_1054820.html)

**Escribano, J. (2020).** Los videojuegos ya ingresan más que el cine y el deporte juntos... y la culpa es de los juegos de móvil. HobbyConsolas. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.hobbyconsolas.com/noticias/videojuegos-ya-ingresan-musica-deporte-juntos-culpa-juegos-movil-780249>

**Forbes (2022).** Crece el público gamer: un estudio revela sus ganancias y tendencias esenciales para este año. Forbes. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.forbesargentina.com/innovacion/crece-publico-gamer-estudio-revela-sus-ganancias-tendencias-esenciales-ano-n16215>

**Garza, A. (17 de noviembre de 2021).** *Es la PRIMERA vez que salgo llorando de una ranked por frustración, si les tocan Nacki#HUB21 y kenzi#7777* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/lessagarza/status/1461076236185309188>

**GeneracionYoung (2021).** Crece el número de mujeres gamers. Generación Young. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.generacionyoung.com/zona-gamers/noticias/mujeres-gamers-crecen/>

**González, D. (2021).** League of Legends desactivará el chat entre equipos para prevenir abusos verbales. Vandal. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://vandal.elespanol.com/noticia/1350748557/league-of-legends-desactiva-el-chat-entre-equipos-para-prevenir-abusos-verbales/>

**Guerriero, L. (2014).** *Zona de Obras: La lección de Homero*. Editorial Anagrama.

**Hidalgo, C. (2021).** Las mujeres son la mitad del mercado de videojuegos, pero sólo un 4% se identifica en partidas online. Forbes. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de

<https://forbes.es/forbes-w/105645/las-mujeres-son-la-mitad-del-mercado-de-videojuegos-pero-solo-un-4-se-identifica-en-partidas-online/>

**Holder, K. (2016).** Study takes on gender performance gap in online video games.

University of California. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de

<https://universityofcalifornia.edu/news/study-takes-gender-perfor> HYPERLINK

["https://universityofcalifornia.edu/news/study-takes-gender-performance-gap-online-video-games"](https://universityofcalifornia.edu/news/study-takes-gender-performance-gap-online-video-games)mance-gap-online-video-games

**Mejías, A. (2022).** El Xokas vuelve a ser polémica por elogiar el controvertido "truco" de sus amigos para "ligar". La Vanguardia. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de

<https://www.lavanguardia.com/cribeo/20220412/8195215/xokas-streamer-polemica-elogiar-truco-amigos-ligar.html>

**Pony Malta (2021).** Pony Malta presenta el primer equipo femenino de eSports de Colombia para competir a nivel profesional. Pony Malta. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de

<https://www.bavaria.co/pony-malta-equipo-femenino-esports>

**Reach3 Insights (2021).** Reach3 Insights' New Research Reveals 59% of Women Surveyed Use a Non-Gendered/Male Identity to Avoid Harassment While Gaming. Reach3

Insights. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.r> HYPERLINK

["https://www.reach3insights.com/women-gaming-study"](https://www.reach3insights.com/women-gaming-study)each3insights.com/women-gaming-study

**Reynolds, D. (2014).** Letters and the unseen woman: epistolary architecture in three recent video games. *Film Quarterly*, 68 (1): 48–60.

**Sanmartín, J. (2022).** ¿Qué está pasando con Activision Blizzard? Todas las demandas, investigaciones y acusaciones contra la compañía. VidaExtra. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.vidaextra.com/industria/activision-blizzard-todas-demandas-investigaciones-acusaciones-compani> **HYPERLINK** ["https://www.vidaextra.com/industria/activision-blizzard-todas-demandas-investigaciones-acusaciones-compania-diablo-world-of-warcraft"](https://www.vidaextra.com/industria/activision-blizzard-todas-demandas-investigaciones-acusaciones-compania-diablo-world-of-warcraft) a-diablo-world-of-warcraft

**Spider Mika (2021).** E-sports: ¿A qué se debe la falta de equipos mixtos? Press Over. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de [https](https://pressover.news/articulos/e-sports-a-que-se-debe-la-falta-de-equipos-mixtos/) **HYPERLINK** ["https://pressover.news/articulos/e-sports-a-que-se-debe-la-falta-de-equipos-mixtos/"](https://pressover.news/articulos/e-sports-a-que-se-debe-la-falta-de-equipos-mixtos/)://pressover.news/articulos/e-sports-a-que-se-debe-la-falta-de-equipos-mixtos/

**Univisión (2016).** ¿Los videojuegos son solo "cosa de hombres"? Univisión. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://www.univision.com/entretenimiento/cultura-pop/los-videojuegos-son-solo-cosa-de-hombres>

**Vallejo, A. (2018).** Así es la brecha salarial de género en la industria del videojuego de Reino Unido. Areajugones. Recuperado el 25 de mayo de 2022 de <https://areajugones.sport.es/videojuegos/asi-es-la-brecha-salarial-de-gener> **HYPERLINK** ["https://areajugones.sport.es/videojuegos/asi-es-la-brecha-salarial-de-genero-en-la-industria-del-videojuego-de-reino-unido/"](https://areajugones.sport.es/videojuegos/asi-es-la-brecha-salarial-de-genero-en-la-industria-del-videojuego-de-reino-unido/)o-en-la-industria-del-videojuego-de-reino-unido/

**VALORANT - LATAM (23 de febrero de 2021).** *VCT Game Changers // Nuevas competencias de esports | VCT 2021 | Esports | Diarios /Dev | VALORANT* [Archivo de Vídeo]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=aTaX9\\_z30uU](https://www.youtube.com/watch?v=aTaX9_z30uU)

