



Universidad Pública de Navarra
Nafarroako Unibertsitate Publikoa

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TRABAJO FIN DE GRADO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**INVESTIGACIÓN SOBRE ESPORTS
“ESTUDIO SOBRE LA FIGURA DE LA MUJER”**

Sergio Eraso Rada

Módulo:
Marketing

Director:
Gustavo Marcos Matás

Pamplona-Iruña
20 de mayo de 2019

Quisiera agradecer a varias personas la ayuda que me han prestado durante la realización de este Trabajo Fin de Grado. En primer lugar, al director del mismo, Gustavo Marcos Matás, por darme la oportunidad de trabajar con él y de hacer el trabajo sobre eSports.

A mi madre, padre y hermana. Podría escribiros un libro entero, por ser pilares fundamentales, por vuestra paciencia, apoyo constante y por haber sabido ver y comprender más allá de lo inimaginable, gracias.

Mi segunda familia, mis amigos dentro y fuera del servidor, las personas con las que he pasado infinitas horas estos últimos años. Fuisteis quienes me mostrasteis el mundo de los eSports por primera vez. Gracias por ser luz en los momentos más oscuros.

Por último, quería volver a agradecer de nuevo a cada persona que ha participado en este trabajo aportando su granito de arena, pero sobre todo a vosotras, mujeres, guerreras incansables, este trabajo va dedicado a vosotras. Cada página de este trabajo tiene algo vuestro, eternamente agradecido.

RESUMEN

En este Trabajo de Fin de Grado (TFG) se ha llevado a cabo una investigación sobre el fenómeno de los eSports o también conocido como deportes electrónicos.

Se ha realizado un marco contextual donde se visualiza el fenómeno de los eSports desde sus inicios hasta la actualidad, analizando todos elementos que han contribuido a su crecimiento, así como la manera en la que han llegado a convertirse en uno de los deportes más importantes del mundo, tanto a nivel de visualizaciones como económico, haciendo hincapié en el sector nacional mediante el caso Movistar y de la inversión realizada en él.

Finalmente, se ha analizado la figura de la mujer en los eSports mediante un estudio exploratorio, en el que mediante el muestreo por bola de nieve y por medio de entrevistas en profundidad, se han obtenido unos resultados mediante los cuales podremos acercarnos a comprender mejor el problema.

Palabras clave: Investigación, eSports, estudio exploratorio

ABSTRACT

In this Degree Final Project (DFP) an investigation has been carried out on the phenomenon of eSports or also known as electronic sports.

A contextual framework has been created from its beginnings to the present, analyzing all elements which have contributed to its growth as well as the way in which they have become one of the most important sports in the world both at the visualization level and economically highlighting the national sector level through the study of the Movistar case and the investment made in it.

Finally, the role of women in eSports has been analyzed through an exploratory study, in which by a snowball sampling and through in-depth interviews, results will be obtained through which we can approach the problem.

Keywords: Investigation, eSports, exploratory research

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. LOS eSPORTS	5
Historia	5
Estructura eSports	6
Principales eSports.....	9
Entorno eSports.....	12
Clubes.....	12
TIC.....	13
Plataformas.....	14
Patrocinadores	16
Los eSports en España.....	18
Perfil de los jugadores de videojuegos.	21
Perfil de los consumidores de eSports.....	22
El sector femenino en los eSports	25
3. ESTUDIO	27
Metodología	29
Resultados	31
Conclusiones.....	35
4. BIBLIOGRAFÍA	37
5. ANEXO	42
Anexo I-Guión entrevista:.....	42
Anexo II-Transcripción entrevistas	45
Anexo III-Glosario de Términos	78

1. INTRODUCCIÓN

Los eSports son una nueva modalidad de competición online que ha ido tomando fuerza durante los últimos años y que ha pasado de las primeras competiciones en pequeños cibercafés sin premios económicos a una industria que se está convirtiendo en el objetivo de las grandes empresas que buscan captar nuevos segmentos.

Según Newzoo (2019) una de las principales consultoras en el segmento de los eSports, en 2018 los ingresos previstos fueron de 755 millones de euros, en cambio, prevén que esta cifra se doble para 2021 llegando a facturar 1.454 millones de euros. Estos datos avalan un sector joven que se encuentra en crecimiento, en el que aún hay todo un mercado sin explorar y en el que las TIC juegan un papel fundamental para su crecimiento y difusión.

Es muy importante para las empresas conocer este mercado por las oportunidades que plantea y además es muy importante conocer a los consumidores de videojuegos y eSports. Por ello, es necesario hacer una revisión e investigación de los perfiles y comportamientos de estos.

En este estudio hacemos un análisis sobre estos consumidores mediante fuentes secundarias, pero encontramos un fenómeno aún por explorar, como es el de la figura de las mujeres en este mercado.

Veremos cómo los sesgos de la sociedad se hacen eco en los eSports como es en el caso de las mujeres y las dificultades que tienen para profesionalizarse. Para entender este problema, se llevará a cabo un estudio exploratorio con el que se pretende indagar en la figura de la mujer en los eSports con el fin de averiguar si hay igualdad de género dentro del sector.

Para explorar sobre este tema se realizarán una serie de entrevistas en profundidad mediante el método de muestreo no probabilístico por bola de nieve en el que se analizarán las respuestas de ambos géneros entrevistados y se procederá a extraer unos resultados que nos permitan acercarnos al conocimiento de este problema.

En el trabajo, primeramente, analizaremos qué son los eSports, la base que los sustentan y su importancia económica. En una siguiente parte analizaremos los perfiles de los videojugadores y consumidores de eSports en España. Por último, nos ocuparemos de la investigación sobre la mujer en los eSports para acabar con las conclusiones del estudio.

2. LOS eSPORTS

En este apartado se va a proceder a realizar un marco teórico de los eSports, comenzando con su historia y comentando el grado de evolución que han sufrido para establecer unas bases en su estructura. Además, se explicará los tipos de eSports más importantes dentro de las competiciones, así como todo lo que estos mismos mueven en términos de visualizaciones y económicos. En el transcurso del trabajo aparecerán tecnicismos del mundo de los eSports, por ello, sus definiciones se encuentran recogidas en el Anexo III-Glosario de términos.

Historia

A lo largo de la historia hemos podido observar cómo diversos juegos surgían en las primeras civilizaciones y llegaban a tener un papel relevante en éstas, como puede ser el origen del póquer en la civilización minoica o los tradicionales juegos de dados en la Grecia antigua (Casanova, 2018).

Tras la segunda Guerra Mundial, las potencias vencedoras comienzan a desarrollar los primeros superordenadores con simples juegos programados en sus memorias internas. Conforme han ido evolucionando las TIC y su grado de relación con la industria del videojuego se ha ido incrementando (cosa que analizaremos posteriormente), los videojuegos han pasado de ser elementos de entretenimiento con cifras bajas a ser uno de los principales mercados en el siglo XXI con unas cifras millonarias (Rodríguez, 2017).

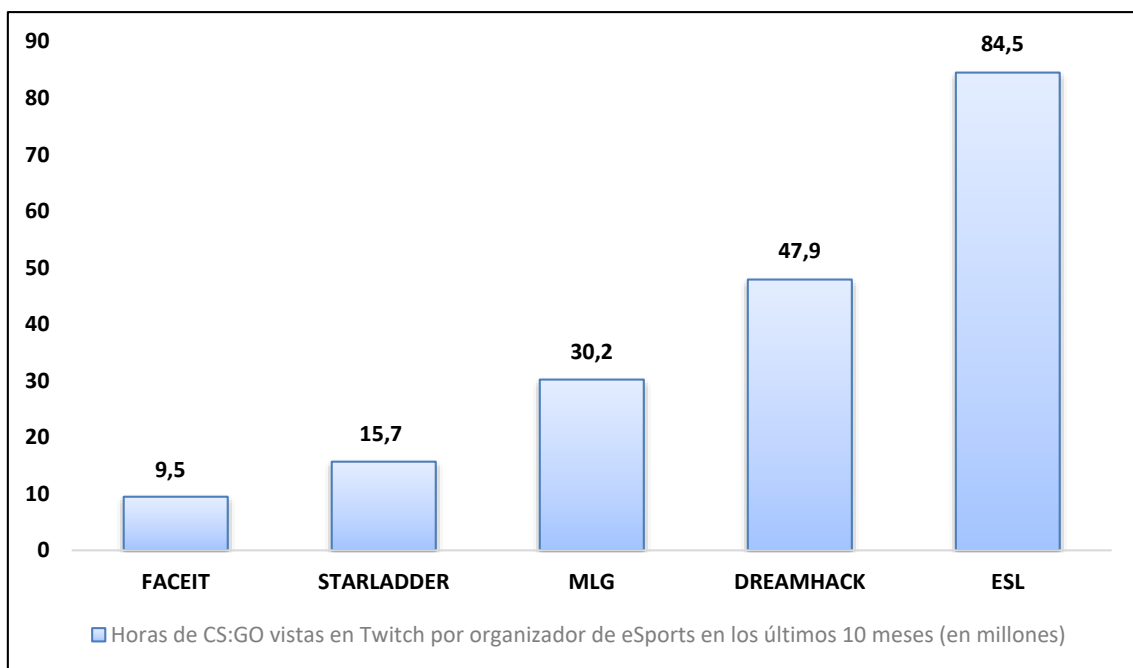
En 1970 comienzan a aparecer en Estados Unidos las primeras competiciones de videojuegos y las primeras *LAN-parties* organizadas en lugares tan inhóspitos como gimnasios, salones de entretenimiento, pabellones. Estas primeras *LAN-parties* consistían dependiendo de los videojuegos que se tratasen, en un equipo de jugadores que se enfrentaba a otro equipo para conseguir la victoria. En estos primeros torneos, el *prize pool* no era muy elevado por ello el principal motivo de los jugadores de participar en estos torneos no era otro sino la diversión y en casos concretos el conseguir reconocimiento. En la actualidad este pensamiento ha cambiado y los *prize pool* de los torneos más importantes de videojuegos ascienden hasta varios millones de dólares (González, 2018).

Asociado al nombre de *LAN-parties* el nuevo término de eSport comenzaba a surgir. “Los eSports son básicamente competiciones de videojuegos estructuradas” (Mesonero, 2015).

En 1997 con la llegada del internet a las masas comienzan a surgir los primeros torneos

internacionales como la DeCL (Deutsche Clanliga) creada por Ralf Reichert, liga que más adelante cambiaría su nombre a la conocida ESL (Electronic Sports League) unas de las principales empresas de organización de eventos de eSports en la actualidad. En 2001 surge la WCG (World Cyber Games) llevando los eSports al máximo nivel al crear una competición con un nivel equiparable al de unos Juegos Olímpicos electrónicos. En la Tabla 1 se muestra los mejores organizadores de eventos según las horas de visualización en Twitch una plataforma de streaming online multimedia.

Tabla 1. Top organizadores y eventos en términos de horas vistas en Twitch (2018)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por Newzoo

Estructura eSports

Los desarrolladores, los jugadores los promotores y la audiencia son los cuatro pilares en los que se sustentan los eSports. La Figura 1 nos muestra estos cuatro elementos fundamentales que sustentan la base de los eSports:

Figura 1. Estructura eSports



Fuente: Elaboración propia

Los **jugadores** son la pieza clave ya que son ellos los que toman parte en las competiciones y sin ellos, no podrían llevarse a cabo.

Hay tres tipos de jugadores que van desde los aficionados, una comunidad compuesta por más de mil millones de personas en constante crecimiento, en la que se integra a los seguidores del juego, son los primeros que adquieren el videojuego y los que mantienen en un primer momento la popularidad de éste. Básicamente juegan por ocio y no por llegar a ser profesionales a pesar de que gran parte de este público es consumidor de eSports (Chanson, 2017).

La segunda categoría, los jugadores semiprofesionales, compuesta por decenas de miles de personas se correspondería con una segunda división B o una tercera en términos futbolísticos. Estos jugadores semiprofesionales se encuentran jugando en pequeñas ligas a la espera de dar el salto a las principales ligas o por el contrario para terminar en la categoría de aficionados (Chanson, 2017).

Por último, los jugadores profesionales o pro gamers compuesto por unos cuantos miles de jugadores en el mundo que pertenecen a los mejores clubes de eSports del mundo. Estos jugadores se ganan la vida jugando a videojuegos llegando a acumular en algunos casos grandes cantidades de dinero. En la actualidad estos pro gamers se están convirtiendo en embajadores de marcas debido a la repercusión social que tienen. Su vida competitiva al

máximo nivel suele ir desde los 16 hasta los 26-27 años aproximadamente pudiendo haber excepciones. Estos jugadores se retiran relativamente pronto debido a que los juegos en los que compiten exigen largas horas de concentración y reflejos que estos pierden con el paso de los años (Chanson, 2017).

Los **desarrolladores** de videojuegos son el segundo pilar de los eSports ya que sin ellos no existirían estos mismos y no habría gente que jugase estos títulos. Los principales desarrolladores de videojuegos según un ranking publicado por *unocero.com* (portal web donde se publica todos los días lo más importante relacionado con el mundo de la tecnología, desde análisis hasta columnas de opinión) son (Chanson, 2017):

- 1- **Nintendo:** Una de las empresas de desarrollo de videojuego más grandes ya que ha sabido analizar los gustos de los usuarios y ha actuado conforme a éstos sacando productos propios que han marcado un antes y un después en la industria del videojuego.
- 2- **Rockstar games:** Compañía desarrolladora de dos de los juegos más famosos de la historia como son GTA: San Andreas y GTA V, la marca se conoce por la violencia existente en sus títulos y sus asombrosos gráficos.
- 3- **Sony:** La compañía desarrolladora Sony con su línea PlayStation ha logrado crear una de las consolas más vendidas en el mercado.
- 4- **Capcom:** Una de las principales compañías desarrolladoras de videojuegos arcade más famosas con títulos como son street fighter o residente evil.
- 5- **Sega:** Fue una de las empresas pioneras en el sector del desarrollo del videojuego en su época con juegos como Mortal Kombat 2 o Sonic.

El tercer elemento que compone la estructura de los eSports son los **promotores**, quienes con el paso del tiempo y mediante inversiones y la respectiva evolución de sus organizaciones han conseguido consolidar organizaciones capaces de llevar a cabo torneos de primer nivel (Chanson, 2017).

Por último, la **audiencia** es el último pilar que sustenta la estructura de los eSports ya que sin una audiencia que sea consumidora de eSports muchas empresas no estarían dispuestas a invertir en el sector y los promotores no invertirían sus fondos tan fácilmente. Más de 300

millones siguen competiciones de eSports (Malagón, 2019). La mezcla de estos cuatro elementos es la que compone la estructura de los eSports.

Tras haber analizado los pilares fundamentales sobre los que se estructuran los eSports, es necesario conocer los principales tipos de eSports existentes así como su nivel de aceptación y seguimiento por parte del público. Todo esto, se tratará en el siguiente punto.

Principales eSports

RTS (real-time strategy)

Fue una de las primeras categorías en aparecer en los eSports de la mano de *StarCraft*, un juego en el que se compite 1 vs 1. Se puede elegir una raza entre tres existentes y cada jugador comenzará con una pequeña aldea la cual irá desarrollando y evolucionando hasta el punto de conseguir acabar con la civilización del jugador contrario, cuando algún jugador pierde su civilización la partida termina. A pesar de que hoy en día se siguen organizando torneos de este título, se ha quedado atrás en cuanto a datos de audiencias de eSports respecto a sus categorías rivales de las que hablaremos a continuación.

FPS (First person shooter)

Si la categoría anterior debía ser relacionada con un título concreto esta no puede ser menos, y hay que relacionarla nada más y nada menos con el videojuego *Counter-Strike*, un juego de PC que comenzó siendo un *mod* del videojuego *Half-life* desarrollado por *Valve*.

En 2003 surge *Counter-Strike 1.6*, en el que dos equipos de cinco jugadores (uno de ellos terroristas y los otros antiterroristas) compiten entre ellos en rondas de 2 minutos para desactivar una bomba o para liberar un rehén. Este juego que a simple vista parece sencillo, se trata de un juego altamente táctico y en el que la comunicación resulta fundamental. “Si quieres llegar a lo más alto de la escena internacional tienes que tener a cinco jugadores dispuestos a hacer cualquier cosa para mejorar, tanto individualmente como en colectivo” (Canellas, 2016).

Tras sacar el *Counter-strike Source* como trampolín, en 2012 surge *Counter-Strike: Global Offensive (CSGO)*. A día de hoy este título es uno de los *FPS* más jugados en el mundo junto a *Rainbow six siege* o *Call of Duty*. *CSGO* revolucionó el mercado ya que este juego incorporó aspectos visuales como son las *skins*. De la mano de las *skins* surge otro concepto, los **micropagos**

mediante los cuales puedes conseguir distintos aspectos para decorar tus armas dentro del propio videojuego. En la actualidad, la gran mayoría de videojuegos incluyen estos tipos de pagos, pero este tema lo trataremos más adelante.

MOBA (Multiplayes Online Battle arena)

Cuando hablamos de este género dentro de los eSports, debemos hablar necesariamente de *League of Legends*(LoL) el rey indiscutible de los eSports. El LoL es un juego *free to play* que está basado en *DotA* uno de los orígenes del género *MOBA*, en el que nuevamente tenemos a dos equipos compuestos por cinco jugadores cada uno en los que cada jugador tiene un rol dentro del equipo (*toplaner, midlaner, botlaner (suport y Attack Damage Carry)* y el Jungla) quienes deberán combinar sus habilidades para destruir el nexo del equipo rival y de esta forma ganar la partida. Las audiencias que tiene este videojuego en los eSports son impresionantes ya que llega a superar a deportes tradicionales como son la ACB (liga española de baloncesto) la Europa League o al ciclismo en España (Millán, 2017).

A continuación, en la Figura 2 podemos ver unas estadísticas proporcionadas por *ESM Project* en las que podemos observar el número de visualizaciones que tuvo el mundial de *League of Legends* en 2018. Por un lado tenemos el pico total y posteriormente se expone sin las visualizaciones de China. Además, se puede observar la gran diferencia entre el pico de visualizaciones de la retransmisión inglesa o rusa y la china, mostrándose así la gran *fanbase* que tiene este deporte en el país asiático.

Figura 2. Número de visualizaciones de los mundiales de League of Legends (2018)



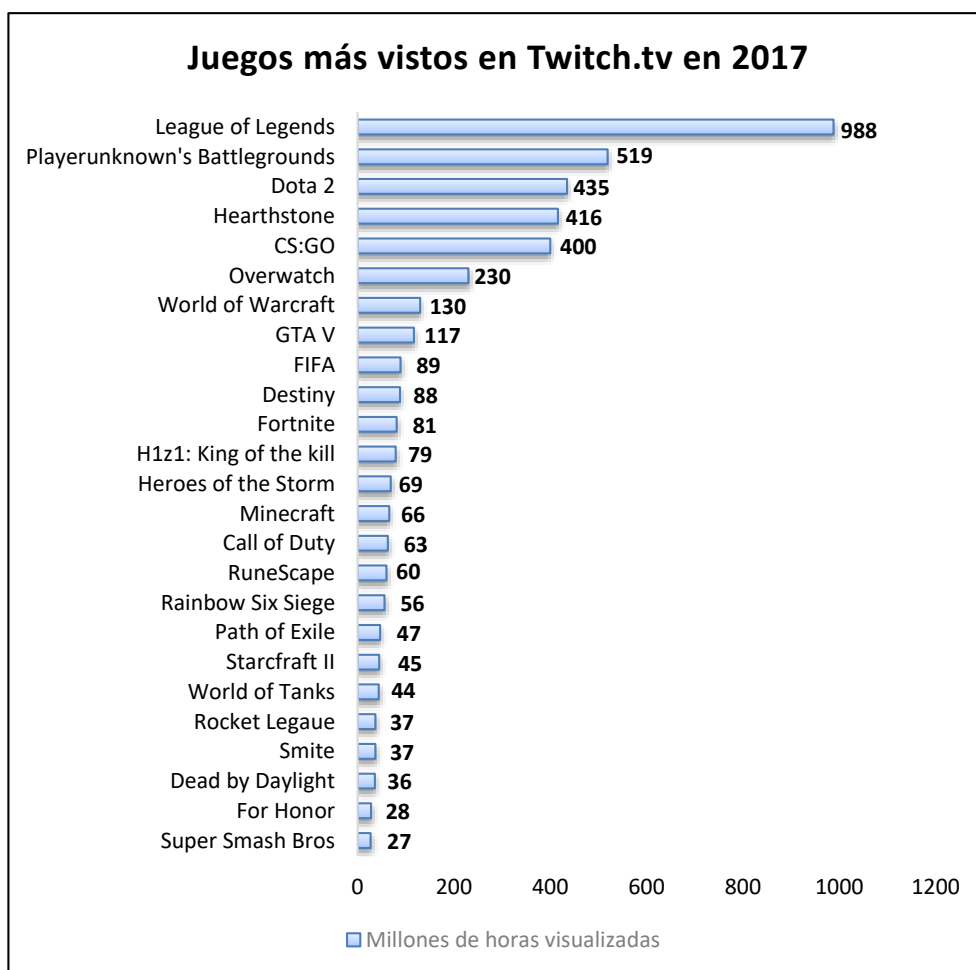
Fuente: ESM project (2018)

Battle Royale

En los últimos años hay una nueva categoría que se está haciendo hueco en el sector de los eSports, el *battle royale*, a pesar de que sus visualizaciones no son las deseadas, en cuanto a streamings online en la plataforma twitch se encuentran siempre en cabeza con títulos como *PlayerUnknown's Battlegrounds (PUBG)* o *Fortnite*. Estos juegos consisten en cien personas que saltan en una isla en la que deberán buscar y equiparse con armas y objetos para acabar con los rivales y obtener la victoria.

A continuación, podemos observar la Tabla 2 con datos de AEVI (asociación española de videojuegos) en el que se muestra cuales son los videojuegos mas vistos en twitch en 2017:

Tabla 2. Juegos mas vistos en Twitch.tv (2017)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AEVI

Entorno eSports

Clubes

Cuando en 1980 surgían las primeras *LAN-parties* en las que grupos de gente competían entre ellos, se creaba la necesidad de englobar a esos equipos de personas bajo un mismo nombre o con unos mismos colores, es entonces cuando comienzan a emerger los primeros clubes de eSports.

Debido al auge del fanatismo por títulos como *Counter-strike* o *Starcraft* se empiezan a desarrollar los primeros torneos o ligas de eSports. Equipos como *x6tence* en España o *Ninjas in Pijamas* a nivel internacional van tomando forma y participando en los primeros torneos presenciales (*x6tence*, 2017).

Conforme han pasado los años, la tecnología se ha ido desarrollando y con ello se ha facilitado la accesibilidad, tanto a los videojuegos como a poder ver las competiciones de estos eSports. Con la plataforma de streaming online Twitch de la que hablaremos más adelante, los eSports alcanzan visualizaciones nunca vistas hasta la fecha y es entonces cuando aparecen los inversores y la consolidación de los clubes de eSports (Rodríguez, 2017).

En la actualidad, la revista *Forbes* realiza una lista de los clubes de eSports con más capital invertido. La suma de los capitales de tan solo los 5 primeros clubes de la lista asciende a más del billón de dólares. Esto nos muestra lo fuerte que están apostando las marcas y los inversores privados por los deportes electrónicos, principalmente por el alcance y la influencia que estos tienen.

Los primeros clubes de eSports estaban compuestos por tan solo los propios jugadores y el CEO o fundador del club que en muchas ocasiones eran estos mismos. A día de hoy, los grandes clubes presentan una clara estructura administrativa compuesta por un CEO, un equipo de marketing, otro de creación de contenido; integrado por editores de videos, diseñadores y personas encargadas de llevar las redes sociales. Por otro lado, tenemos la parte deportiva que va desde los jugadores profesionales, hasta fisioterapeutas, dietistas, psicólogos, médicos. Ambas estructuras se han creado con un único propósito, la mejora del equipo, obtener buenos resultados y de esta manera fidelizar a un público a su club de eSports y así conseguir mejores contratos publicitarios (Mediavilla, 2018).

Estos movimientos nos permiten ver el grado de profesionalización del sector y las fuertes

apuestas de los clubes respecto a planes de futuro.

TIC

Las primeras competiciones de deportes electrónicos se daban lugar en cibercafés o en *LAN parties* donde los propios jugadores además de competir, se dedicaban a programar e intercambiar sus conocimientos con los demás, es decir, se trataba de un público muy reducido con amplios conocimientos sobre informática mayoritariamente, es ahí donde se empezaron a crear las primeras comunidades (Grao, 2017).

Entre los años 2000 y 2005 con la entrada en casi todos los hogares del ADSL, el uso de cibercafés iba disminuyendo ya que todo el mundo podía jugar desde sus casas cosa que facilitaba su accesibilidad. Por otro lado, el predominio de los ordenadores frente a las consolas se basaba en la posibilidad de cambiar una o varias piezas sin necesidad de cambiar todo el conjunto como podía ocurrir con las consolas. Poco a poco las marcas de ordenadores fueron viendo el mercado potencial existente y comenzaron a sacar productos especializados (Jorge, 2015).

En 2008 surge el 3G una tecnología móvil que permitía la transmisión de datos, voz y vídeo a una alta velocidad y sin cables, de la mano del *iPhone*. Poco a poco este concepto se va cogiendo forma. Con la llegada de los *Smartphone*, un nuevo mercado emerge para la industria del videojuego y es en 2012 cuando surge uno de los juegos más populares para móviles, el “*Clash of Clans*” un videojuego de estrategia y construcción de aldeas para móviles. Con este juego toma fuerza el término “micropagos o microtransacciones” un nuevo concepto que también se asocia con el videojuego CSGO y sus aspectos para las armas (García, 2018).

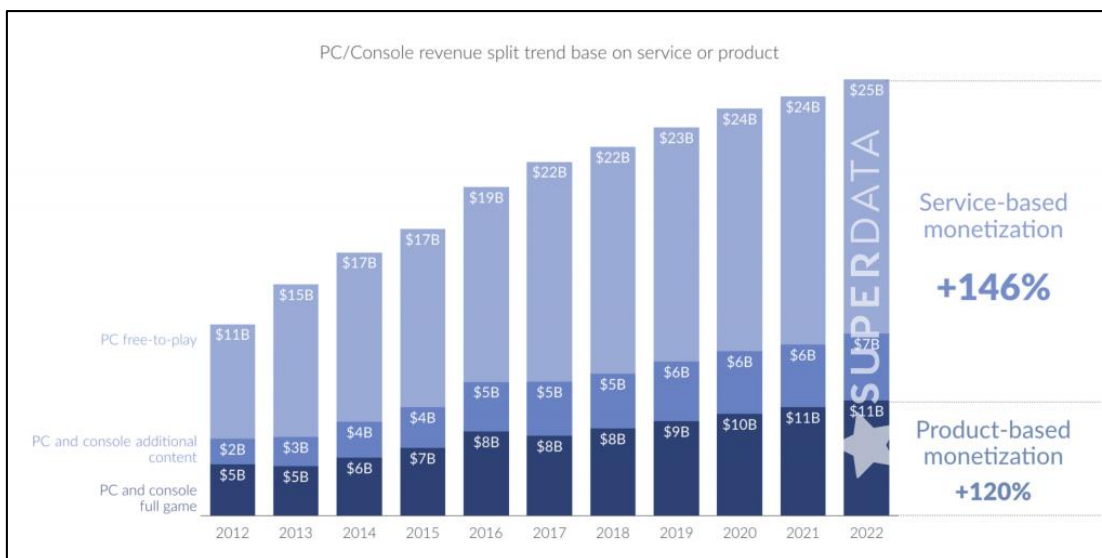
La palabra micropago hace referencia a pequeños desembolsos económicos que tienen lugar en el videojuego en cuestión y que sirven para obtener desde diseños para personajes hasta equipos, mapas o gemas para comprar más objetos. Al principio surgen los DLC o fracciones de los juegos, que ampliaban el propio videojuego, pero la industria se va dando cuenta del gran potencial que tienen los micropagos y muchas empresas deciden centrar sus esfuerzos en estos mismos.

Hay casos como los de Epic Games con *Fortnite* en el que la empresa saca el videojuego gratuito para así captar a gran cantidad del público y después introducen un sistema de micropagos con los que pueden obtener diseños exclusivos para sus personajes. Este proceso la mayoría de las veces hace que la gente se gaste más dinero en micropagos que el que se

gastaría comprando el propio videojuego (García, 2018).

A continuación, la Tabla 3 muestra cómo los ingresos mediante micropagos en los juegos *free to play* se han multiplicado por dos en los últimos 5 años. (Cordero, 2017).

Tabla 3. Ingresos con micropagos en los últimos 5 años en los juegos *free to play*



Fuente: Datos de SuperData en Cordero (2017).

Plataformas

Con el desarrollo de las TIC van surgiendo nuevas plataformas en las que se puede subir contenido y emitir partidas en directo en cualquier parte del mundo y a buena calidad sin necesidad de suscribirse obligatoriamente a ningún sitio para obtener el contenido.

Actualmente hay dos grandes plataformas de visionado de videojuegos o eSports y streaming online;

La primera plataforma es “YouTube”, nacida en 2005 tras la idea de tres amigos de compartir los videos grabados en una fiesta en San Francisco. Es una plataforma de *streaming*, es decir, que no se tiene la necesidad de descargar los videos al ordenador para poder verlos, algo completamente novedoso en aquel momento.

En 2006, Google compra YouTube y comienza a desarrollar la plataforma. Es en ese año cuando comienza a surgir un término que hoy en día nos suena normal pero que en aquella época era algo completamente nuevo, la palabra “*Youtuber*”. Este término hace referencia a

alguien que ha obtenido su fama a través de la publicación de videos en esta plataforma. Cuando la persona en cuestión comienza a tener gran número de suscriptores y visualizaciones en el canal, las grandes marcas se ofrecen para publicar anuncios de sus productos en su canal a cambio de una remuneración económica.

Hoy en día hay personas a las que todavía les resulta difícil ver que hay gente que gana cantidades millonarias subiendo videos desde su casa. El caso del *Youtuber* más famosos PewDiePie con la escalofriante cifra de 84 millones de suscriptores en su canal, quien según el periódico El Boletín en un artículo publicado en 2016, decían que el *Youtuber* habría generado en 2015 una cifra cercana a los 8 millones de dólares (El Boletín, 2016).

En agosto de 2015 Youtube crea *Youtube Gaming*, un sitio creado específicamente para los streaming de videojuegos y todo lo que rodea a estos, todo ello para competir con su principal rival, Twitch. En septiembre de 2018, la plataforma comunica que cerrará *Youtube Gaming* en 2019 debido a que el experimento que supuso su creación no ha obtenido los resultados deseados, principalmente por el auge imparable de la plataforma Twitch (López, 2018).

La segunda plataforma es Twitch, donde se ofrece *streaming* de videos *gaming* o eSports a tiempo real. Es decir, es como una televisión gratuita y con gran variedad de canales y videojuegos para ver. Nace en 2011 de la mano de *Justin.tv*, cuando se dan cuenta del tirón que tienen los videojuegos y la necesidad de crear una plataforma específica para ellos.

En 2013, Twitch ya tenía más de 43 millones de visitantes mensuales y en 2014 la multinacional Amazon adquiere la plataforma por 970 millones de dólares (Álvarez, 2014).

Twitch *hostea* las mayores competiciones de eSports, pasando de los *Major* de CSGO, “*The international*” de *Dota2* y el mayor evento del mundo de los eSports, los “*Worlds*” de *League of Legends* con unas cifras desorbitadas. La accesibilidad a la plataforma tanto por PC como por *Smartphone* o *Tablet*, su gratuidad y la posibilidad de ver los *streaming* en Full HD hacen que a día de hoy no tenga rival (Oundir, 2018).

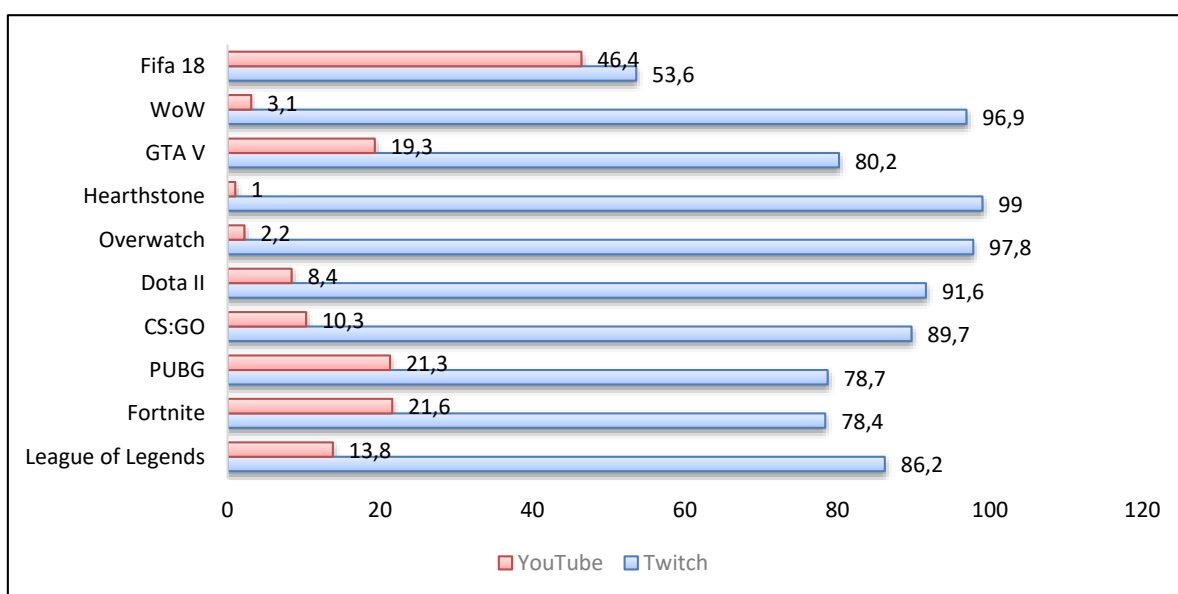
Para monetizar las transmisiones y que los *streamers* vean ingresos por la creación de su contenido, la plataforma Twitch llevo a cabo dos acciones (Del Río, 2018);

Afiliados: Tienen acceso a los BITS (pequeñas cantidades monetarias de la moneda virtual de la plataforma que permite a los suscriptores del canal donar ciertas cantidades al streamer) y al 5% de los ingresos por ventas de videojuego promocionados por estos mismos.

Socios: Tienen todos los privilegios de los afiliados, pero además puede obtener beneficios extra al publicar anuncios de video en su canal y al implementar las suscripciones de pago, en las que los visualizadores decidirán si suscribirse al canal pagando una determinada cantidad de dinero, por ello el streamer les recompensará con emoticonos personalizados, insignias, chats privados y creación de contenido específico para ellos.

En la Tabla 4 con datos publicados por *Newzoo* (2018) se puede observar como las cifras de Twitch son mayores que las de su competidor YouTube.

Tabla 4. Proporción de horas vistas en cada plataforma y su distribución en cada plataforma (2018)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por *Newzoo*

Patrocinadores

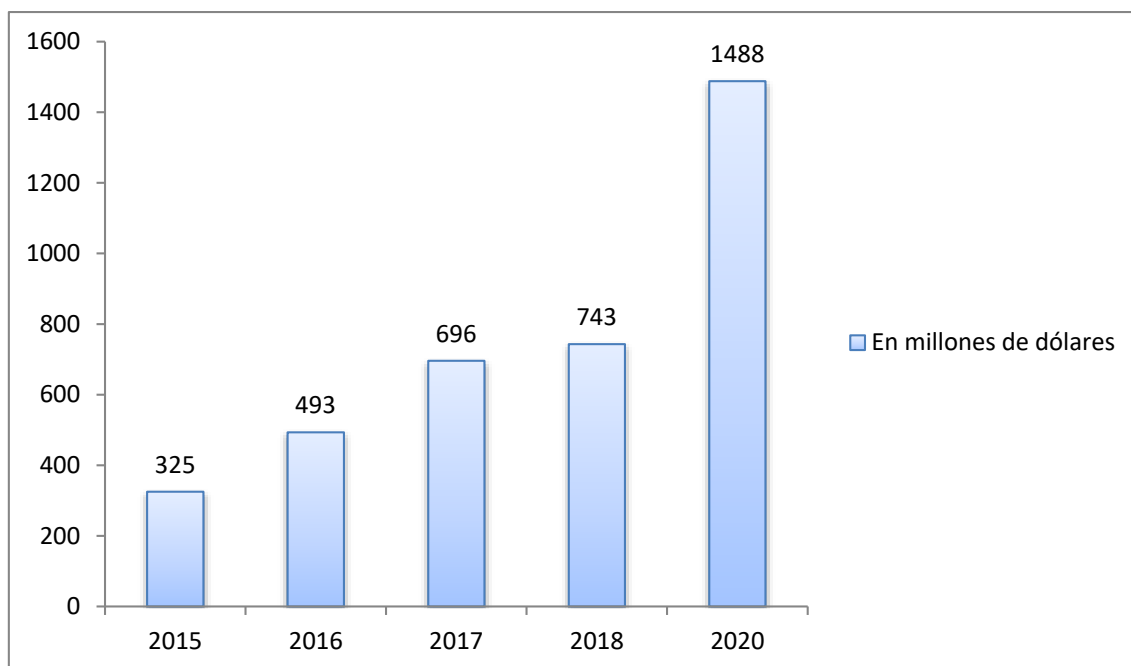
El auge de los eSports, así como el creciente número de seguidores de estas competiciones es imparable, por ello, las marcas no están dejando pasar esta oportunidad en la que además de promocionar sus productos, se acercan al público joven cada vez más exigente, logrando posicionarse.

El dinero que los patrocinadores invierten en el sector permite crear eventos más grandes con *prize pools* elevados, lo que atrae a muchos equipos y sirve como un aliciente para éstos. En resumen, se podría decir que tanto eSports como patrocinadores se retroalimentan entre ellos. Según estudios realizados por *Newzoo* (2017) se prevé que en 2020 el sector de los

eSports generará cifras cercanas a los 1.200 millones de euros al año.

A continuación, podemos ver la Figura 1 con datos proporcionados *Newzoo* en el que se muestra el crecimiento actual y futuro esperado de los eSports.

Figura 3. Crecimiento esperado de los ingresos en los eSports hasta 2020



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por Newzoo (2018)

Dentro de los patrocinadores de los eSports se podría diferenciar entre dos tipos:

Patrocinadores Históricos: Son aquellos patrocinadores que están relacionados con el *Gaming*, las marcas de ordenadores, componentes electrónicos como tarjetas gráficas, procesadores, así como los de dispositivos como teclados, ratones o auriculares, sería claros ejemplos de este tipo de patrocinios. Con sus campañas pretenden posicionar sus productos intentando que el público reciba el mensaje de asociar sus productos con la calidad dentro del videojuego o con la experiencia dependiendo del producto que se trate.

Patrocinadores "no endémicos": Este término hace referencia a todos los patrocinadores que no tienen relación con la alta tecnología o con el mundo del videojuego. Las compañías telefónicas como Movistar, Orange o Vodafone fueron las primeras que comenzaron a entrar en este sector bajo el lema de que su conexión de ADSL o fibra óptica en la actualidad permitiría al usuario una mejor conexión al videojuego. Hoy en día esto es muy importante ya que necesitas tener una buena conexión a internet para poder rendir en los videojuegos al

máximo nivel (Chanson, 2017).

Más tarde, las marcas de bebidas energéticas como *Monster* o *Red bull* los reyes del patrocinio de los deportes de riesgo, se unen al sector relacionando sus bebidas energéticas con un mejor rendimiento del usuario frente al videojuego manteniéndole activo y llenándole de energía (Chanson, 2017).

El segmento de jóvenes entre 14 y 35 años poco a poco va abandonando los medios de comunicación tradicionales como son la radio o la televisión, cambiándolos por internet (Lombardía, 2018). Esto ha obligado a que marcas que hace años sería impensable que patrocinasen eventos o equipos de eSports destinen parte de sus presupuestos de publicidad a este sector (ReasonWhy, 2016).

Los eSports en España

Debemos ir a los años 2000 para ver las primeras competiciones de eSports en España con los primeros clasificatorios para los *World Cyber Games*, pero el primer punto de inflexión se da en 2015 cuando se celebró la final del *Split* de primavera de *League of Legends* donde se proclamó al mejor equipo de Europa. El evento se celebró en el Palacio de Vistalegre y albergó a 7.000 personas y otros 400.000 espectadores por todo el mundo. En septiembre de 2018 se vuelven a organizar las finales de la *League of Legends Championship Series* (LCS EU) en el mismo lugar, pero esta vez, el Palacio de Vistalegre albergó a más de 11.000 espectadores, convirtiéndose en el mayor evento en la historia de los eSports en España (Portaltic, 2018).

El segundo punto de inflexión y el más importante probablemente dentro de los eSports en España tiene lugar con la entrada de Telefónica en el sector. En enero de 2017 la empresa puntera de telecomunicaciones Telefónica y una de las mejores empresas de organización de eventos de eSports como es ESL España llegan a un acuerdo para la creación de una liga regular de *Counter-Strike: Global Offensive* y otra de *League of Legends*.

Desde ese momento Telefónica se introduce en el mundo de los eSports con la creación del centro de entrenamiento de alto rendimiento más innovador de Europa, el *Movistar Esports Centre* (MEC). Se trata de un centro de 1.000 metros cuadrados, donde se celebrarán desde actividades de promoción de los eSports hasta competiciones de estos mismos (Movistar, 2018)

El *Movistar eSports Centre* cuenta con un *estudio de televisión* donde se retransmiten competiciones de los equipos de eSports de Movistar, además de realizar programas en los que analizan aspectos de los distintos videojuegos. El estudio cuenta también con una zona de gradas donde pueden ir los fans del club a disfrutar de los partidos. También dispone de un *training room* donde sus equipos profesionales entrenan para llegar al máximo nivel. Junto a esta sala se encuentra *un área de oficinas* en la que se encuentran los diferentes empleados del club. Otra sala que se puede encontrar en el MEC es una *cantina*, donde se da de comer a sus jugadores bajo las instrucciones de un nutricionista para que lleven una vida sana. Por último, las dos salas técnicas, una *Media content room* para retransmitir contenido a través de internet por plataformas como Twitch y así dar visibilidad al club y otra sala denominada *TV Control room* con un equipo especializado y tecnología de alta calidad (Movistar, 2018)

Un centro como es el MEC necesita un club a la altura, por ello Telefónica crea su propio club de eSports, *Movistar Riders* dando un paso adelante en la profesionalización de los eSports en España. Actualmente el club dispone de 8 equipos que compiten en las diferentes disciplinas de videojuegos además de un personal en oficina que va desde creadores de contenido a presentadores o directores deportivos. Además, el club dispone de un fisioterapeuta, un psicólogo deportivo, un médico, y un nutricionista para asegurarse que sus jugadores se encuentran al máximo nivel físico y mental. Los equipos más destacados en la actualidad del club son los de *Counter-Strike: Global Offensive* y *League of Legends*. Estos equipos además de los cinco jugadores que componen el equipo disponen de entrenadores, analistas, asesores técnicos, analistas y directores deportivos. Esto es un claro ejemplo de la seriedad del proyecto de Movistar y de que están dispuestos a llegar a lo más alto en el mundo de los eSports (Movistar, 2018).

En agosto de ese mismo año surge en Madrid el equipo de *Mad Lions*, se trata de un proyecto ambicioso que tira de talento para llegar a lo más alto. Cabe destacar su equipo de *League of Legends* quienes obtienen grandes resultados desde su creación. *Mad Lions* cuenta al igual que *Movistar Riders* con analistas, creadores de contenido, directores de marketing y demás, por lo que demuestra que cada vez son más los interesados en hacerse un nombre en el sector.

Cuando hablamos de eSports en España es inevitable no hablar de *x6tence*, probablemente el equipo de eSports más antiguo y con más *fanbase* de España. Nacido en 2004 se posicionó rápidamente como uno de los mejores clubes nacionales obteniendo grandes resultados con su equipo de *Counter-Strike*. En septiembre de 2017 la plataforma Forocoches y la empresa

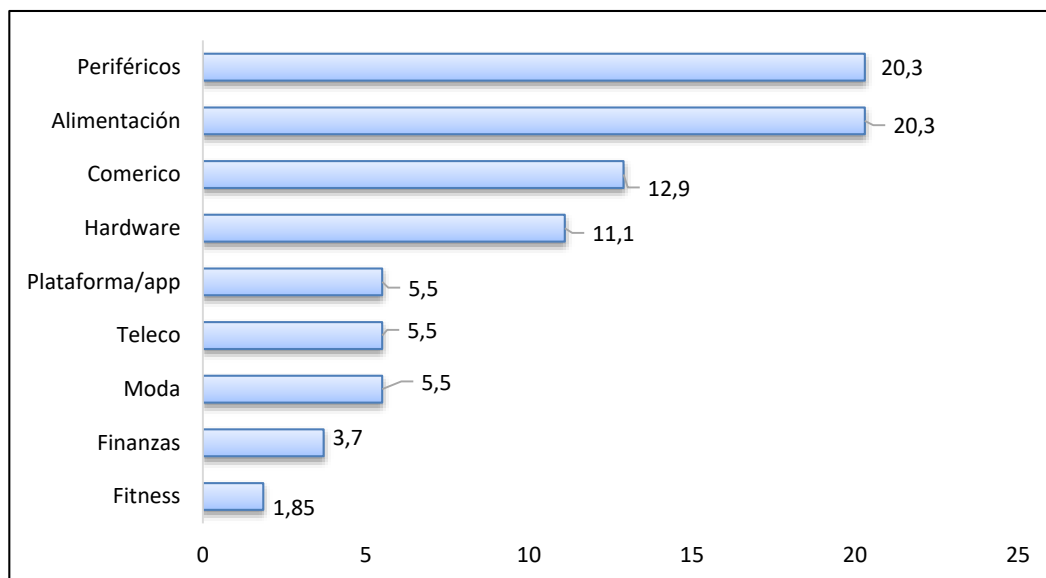
de gafas de sol Hawkers anuncian su acuerdo de patrocinio con *x6tence* haciéndose así un hueco en el sector (*x6tence*,2017).

Actualmente grandes marcas se han introducido en el sector de los eSports en España como es el caso de Puleva con el patrocinio del club *Artic Gaming*, Telepizza con *Team Queso*, Cabreiroa con varios clubes, la empresa de cerveza San Miguel con *Team Heretics* o Mapfre quien ha unido fuerzas con ESL España. Por lo tanto, nos encontramos ante un sector con un gran potencial de futuro y en el que las marcas no están dispuestas a dejar pasar la oportunidad.

Las marcas de alimentación tienen un peso del 20,3% en la publicidad en eSports en España. Ejemplos como Nescafé con el patrocinio del equipo madrileño *Mad Lions*, en el que se asocia el tomar café con estar activo y empezar el día con energía para afrontar todo lo que viene por delante o la marca de arroz Brillante, quien patrocina torneos del juego para *Smartphone* y *tabletas Clash Royale*. Esta marca aprovecha el reciente auge que está teniendo la importancia de la alimentación para mejorar el rendimiento de los jugadores de eSports. Cada vez son más los clubes que cuentan con expertos dietistas y cocineros que elaboran una dieta acorde a cada jugador para obtener el máximo de cada uno. Este pensamiento de vida sana mente santa está transmitiendo un importante mensaje a la gente, ya que hasta ahora muchas personas relacionaban este sector con el sedentarismo o falta de sociabilidad (López, 2018).

A continuación, en la Tabla 5 podemos ver un gráfico de barras en el que se resalta la importancia que tiene hoy en día cada sector en el patrocinio de los eSports en España.

Tabla 5. Porcentaje de sectores con más representación en el patrocinio de eSports en España (2018)



Fuente: Elaboración propia

Perfil de los jugadores de videojuegos.

En la Figura 4 publicada por AEVI (2018), podemos observar como el 44% de los españoles juegan a videojuegos, una cifra que le hace colocarse como el cuarto país europeo donde más se juega a videojuegos (Europapress, 2017). También podemos ver como el porcentaje de jugadores y jugadoras es similar y el 75% juegan todas semanas dedicando una media de 6,6 horas. Además, *Smartphones*, consolas y PC's son los dispositivos preferidos por los *gamers*.

El crecimiento de las competiciones organizadas de videojuegos y su reconocimiento ha captado la atención de las industrias del deporte, entretenimiento y organización de eventos, abriendo así un mercado todavía sin explotar (Funk, Pizzo, Baker, 2017).

Mientras que los todos eSports son videojuegos, no todos los videojuegos son eSports, sino que tienen que tener una organización, una competición y una estructura para ser considerados como tal (Jenny et al., 2017).

Figura 4. Perfil de los jugadores de videojuegos en España (2018)



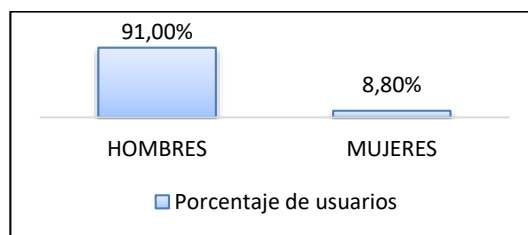
Fuente: AEVI

Perfil de los consumidores de eSports.

En marzo de 2019, la organización ESL España de la mano de Movistar publican el III análisis de audiencia de eSports, en el que analizan a los encuestados desde el género de los usuarios, la edad, los dispositivos favoritos para ver y jugar eSports, los videojuegos preferidos, hasta los mejores horarios para ver *streamings*. Por último, realizan un gráfico en el que unen ver y jugar eSports.

A continuación, podemos observar la Tabla 6 que recoge el género de la audiencia de eSports de los encuestados por ESL, por un lado, tenemos un 91% de hombres frente al 8,8% de mujeres, estos datos a priori pueden parecer bajos pero la participación femenina en las encuestas ha aumentado un 293% respecto al estudio de audiencia del año pasado (Jiménez, 2019).

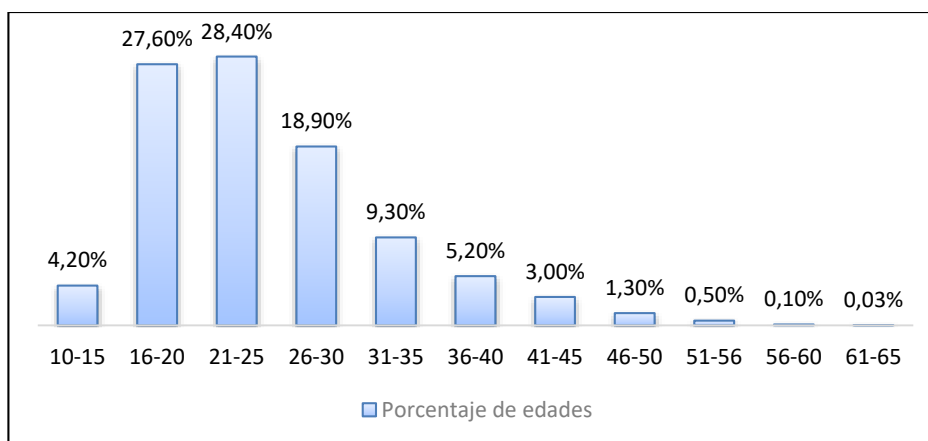
Tabla 6. Porcentajes por género de los encuestados (2019)



Elaboración propia a partir de datos proporcionados por ESL (2019)

Tras analizar la Tabla 6 compuesta por el género de los consumidores de eSports, tenemos el Tabla 7 que muestra los rangos de edad de la audiencia, en ella, podemos observar que el rango que va desde los 21 hasta los 25 es el rango de edad que más eSports consume con un 28,40%, seguido de cerca por el rango de 16 a 20 años con un 27,60%. Cabe destacar que hay más consumidores de eSports entre 36 y 40 años que entre 10 y 15 años.

Tabla 7. Rangos de edad de los encuestados (2019)

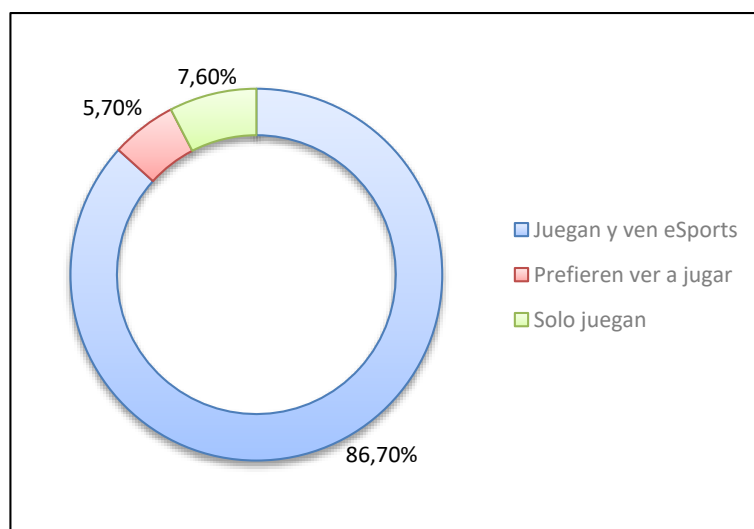


Elaboración propia a partir de datos proporcionados por ESL

Hasta ahora hemos visto dos estudios, el primero de ellos realizado por AEVI en el que se muestra el perfil del consumidor de videojuegos en España y un segundo estudio realizado por ESL España y Movistar que muestra el perfil de la audiencia que consume eSports.

Anteriormente, se ha comentado que no todos videojuegos son eSports, pero que todos eSports son videojuegos, por ello ESL España y Movistar han analizado el porcentaje de personas que son consumidores y jugadores de eSports o tan solo hacen una de las dos cosas. El 86,70% de las personas son consumidoras y jugadoras de eSports, por lo que la mayor parte de los encuestados vive la pasión de los eSports de manera activa. Por otro lado, tenemos un 7.6% que solo juegan y otro 5.7% que solo consumen eSports por lo que viven la pasión por los eSports de forma pasiva (Jiménez, 2019). Todos estos datos, se ven reflejados en la Tabla 8 que se encuentra a continuación:

Tabla 8. Porcentaje de personas que ven y juegan eSports (2019)

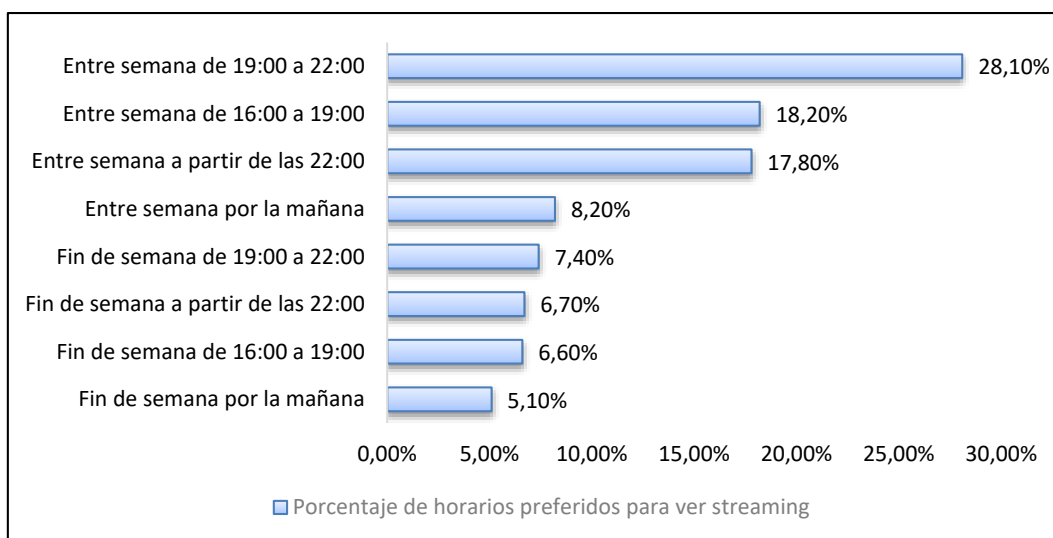


Elaboración propia a partir de datos proporcionados por ESL.

Por último, tenemos la Tabla 9 una de las más importantes ya que trata sobre la elección de la franja horaria para la publicación de contenido. En una de las preguntas realizadas en la encuesta, ESL mide las preferencias de los usuarios a la hora de jugar a eSports. Los resultados muestran que un 62% prefiere hacerlo durante el fin de semana mientras que el 38% prefiere hacerlo entre semana, esto parece normal debido a que la mayoría de la gente dispone de más tiempo durante el fin de semana (Jiménez, 2019).

Sin embargo, la tabla de horarios preferidos para ver *streaming* muestra todo lo contrario y es que casi el 64% de los encuestados prefiere ver *streamings* de eSports entre semana en la franja horaria que va desde las 16:00 hasta la medianoche. Esto nos muestra que los gustos de la gente están cambiando, aquellos que antiguamente utilizaban esa franja horaria para ver la televisión hoy prefieren utilizarla para ver *streamings*.

Tabla 9. Horarios preferidos para ver streaming (2019)



Elaboración propia a partir de datos proporcionados por ESL

El sector femenino en los eSports

Existe la creencia de que los videojuegos son cosa de hombres, pero esto no es así. Un estudio realizado por la agencia Play The Game (2018) revelaba que el 44% de los videojugadores españoles son mujeres un dato bastante alto si lo comparamos con el número de jugadoras profesionales en los eSports.

Uno de los problemas a los que se enfrenta el sector femenino es la existencia de brechas salariales en las que por desempeñar el mismo rol que un hombre las mujeres pueden llegar a cobrar una cuarta parte menos. La empresa *EsportsBets* (2017) llevó a cabo un estudio en el que comparaba a los 500 mejores videojugadores de la industria, el estudio reveló que mientras los hombres ingresaban aproximadamente 360.000€ de media, las mujeres, ingresaban unos 2.600€, una cifra muy inferior. La mayoría de las veces, los *prize pool* de los torneos son inferiores para las mujeres que para los hombres. Estos hechos dificultan la profesionalización femenina en el sector de los eSports.

En mayo del 2018, el club español Movistar Riders anunció su alianza con Zombie Unicorns un equipo femenino de *League of Legends*, dándoles apoyo logístico y gestionándoles las inscripciones a torneos. A su vez el equipo de *content media* y fotografía de Movistar Riders llevó a cabo una sesión de fotos con las chicas de Zombie Unicorns para actualizar su página web y aumentar así su difusión en redes. Además, cabe destacar también al club G-Lab Penguins con la creación de Penguins Academy, Asus Rog Army o Vodafone Giants al

incorporar equipos femeninos en sus organizaciones.

Todos estos movimientos suponen un importante paso hacia la difusión del sector femenino en los eSports algo necesario a día de hoy en la industria.

A principios de 2019, la organización Wonder Women Tech (WWT) crea el movimiento *#mygamemyname*, en el que se lucha para acabar con el acoso online en el mundo de los videojuegos. Este movimiento surge debido a la gran cantidad de quejas recibidas por las *gamers* quienes reconocen que son acosadas diariamente y sienten miedo al jugar a videojuegos, llegando incluso a adoptar alias masculinos para evitar ser acosadas. El movimiento se inicia en Brasil y va tomando fuerza por todo el mundo, en España llega de la mano de Movistar Riders y DDB quienes llevan a cabo acciones integradas por *Youtubers* y *gamers* masculinos que se hacen pasar por chicas mientras juegan online para ver que sienten estas cada vez que juegan. Los resultados muestran el acoso que sufren las *gamers* a diario, quienes, sin tener la oportunidad de demostrar sus habilidades en el videojuego en cuestión, son atacadas con insultos machistas e infravaloradas por el simple hecho de ser mujeres. “Para combatir la problemática virtual es necesario luchar en el mundo real” (Black, 2019).

Tras analizar los datos de ambos estudios, podemos ver como el número de jugadoras de videojuegos es muy superior al de consumidoras de eSports.

En el análisis que hacen ESL España y Movistar se ha podido comprobar que el número de mujeres que ha participado se ha multiplicado casi por tres respecto a otros años, sin embargo, el porcentaje de usuarias que ven eSports sigue siendo muy bajo en comparación con el de usuarios.

Por otro lado, el estudio de AEVI muestra como el porcentaje de videojugadores y videojugadoras es similar rondando ambos el 50%, a pesar de que hay más hombres que mujeres, la brecha no es tan amplia como en el estudio de audiencia de eSports.

3. ESTUDIO

Como ha quedado patente en la revisión, los eSports son un fenómeno muy relevante a nivel empresarial, ya sea para patrocinadores de equipos, *sponsors* o como plataforma para la comunicación de empresas. En este sentido es clave conocer a los consumidores de juegos y eSports. A pesar de conocer los perfiles de estos tras analizarlos, un mayor conocimiento de tipo cualitativo puede ser interesante desde un punto de vista empresarial. En este sentido, se considera que es de especial relevancia profundizar en el conocimiento de los papeles de las mujeres como jugadoras y consumidoras de eSports. Por tanto, nos planteamos como **objetivo** de este trabajo explorar este fenómeno.

Los **objetivos** de este estudio son explorar y conocer:

- Las causas de la diferencia de audiencia de eSports entre géneros.
- Los distintos puntos de vista del problema en función del género.
- Si existe discriminación por género.
- Las barreras de entrada de las mujeres en el mundo de los eSports.
- La importancia de la concienciación del respeto *gamer* en la comunidad.

Objetivos	Necesidades de información
<p>Causas de la diferencia de audiencia de eSports entre géneros</p> <p>Averiguar la existencia de distintos puntos de vista del problema en función del género</p>	<p>-Consumidor de eSports. (Perfil sociodemográfico, intereses, hobbies, tipo de vida)</p> <p>-Causantes de esta diferencia (discriminación, uso de distintas plataformas, poco interés por los eSports)</p> <p>-Averiguar si hombres y mujeres plantean este problema desde el mismo punto de vista.</p>
<p>Saber si hay discriminación por género</p>	<p>-Casos de discriminación en los videojuegos</p> <p>-Origen de esta discriminación (sociedad, relación deportes tradicionales)</p> <p>-Experiencias personales</p> <p>-Cómo actúa la gente ante estos problemas</p>
<p>Conocer las barreras de entrada de las mujeres en el mundo de los eSports</p> <p>Importancia de la concienciación del respeto <i>gamer</i> en la comunidad</p>	<p>-Averiguar cuáles son las barreras a las que se enfrentan hombres y mujeres al entrar al mundo de los eSports</p> <p>-Importancia de campañas de concienciación y capacidad que tienen los clubes y medios de comunicación para incidir sobre las personas.</p>

Metodología

Fase 1

Una vez analizado el problema y definidos unos objetivos y unas necesidades de información, se ha acudido a fuentes secundarias de información donde no se ha encontrado nada que resuelva las necesidades de información, por ello, se va a diseñar una metodología de la investigación para tal fin.

Para afrontar este problema haremos uso de técnicas cualitativas para observar patrones o conflictos en los comportamientos y pensamientos de las personas. Esto nos permitirá adentrarnos en las creencias, motivaciones y emociones de los sujetos.

La población seleccionada para este estudio son mujeres y hombres de España que además de jugar a videojuegos, sean a su vez consumidores de eSports, para poder enfocar mejor el problema.

El método que se va a llevar a cabo son entrevistas en profundidad semiestructuradas, ya que a pesar de plantear ciertos temas de los que se desea obtener información, su estructura menos fija, nos permite alternar el orden de las preguntas en función de lo que nos responda el sujeto y de esta manera le damos cierta libertad a la hora de responder y hacia donde enfocar la entrevista, pudiendo hacer más hincapié en los aspectos más importantes para cada sujeto y así comprender mejor sus percepciones y motivaciones sobre cada tema. El guión de la entrevista se puede encontrar en el Anexo I.

La muestra del estudio se plantea de 10 sujetos de los que 5 serán hombres y 5 mujeres. Al hacer esto, afrontaremos el problema desde distintos ángulos para así poder ver los diferentes puntos de vista que tienen cada uno y de esta manera entender el problema planteado.

La duración de la entrevista será de unos 15-20 minutos en la que se guiará al sujeto entrevistado por los objetivos planteados anteriormente y bajo las normas de una entrevista en profundidad semiestructurada.

Toda entrevista comenzará con una breve presentación en la que se le explicará al sujeto el objetivo del estudio, la duración aproximada de la entrevista, las partes que tiene y que si en algún momento siente la necesidad de comentar algo o por lo contrario se siente incómodo y no quiere seguir que se manifieste sin problema alguno. Todo esto, es un primer contacto

con el sujeto para romper el hielo inicial de una forma suave y para que, al comenzar a hablar sobre los temas, el sujeto se sienta cómodo y la entrevista transcurra sin ningún problema.

Se realizará una primera entrevista como prueba piloto (Entrevista M1) con el fin de mejorar aspectos de esta misma. Con esta prueba piloto se pretende: 1) Encontrar preguntas problemáticas o imprecisas 2) Realizar ajustes en estas preguntas y adaptarlas de nuevo correctamente.

Estas entrevistas se van a llevar a cabo por dos medios;

- El primero la plataforma de chat de voz online **Discord** en la que se realizarán la mayor parte de las entrevistas debido a la lejanía entre entrevistador y entrevistado. Se creará un canal privado y se les dará acceso a los sujetos uno por uno. Cuando la entrevista finalice, estos serán eliminados del canal, de esta forma lograremos conservar la privacidad de los sujetos durante el estudio. En esta aplicación aparte de tener un canal de voz, habrá un canal de texto al que se subirán varias imágenes con datos y frases (Anexo I) que serán de utilidad para el desarrollo de la entrevista. Si los sujetos entrevistados nos dan su consentimiento, toda la entrevista será grabada con un programa de internet que no permite guardar las grabaciones, pero si volverlas a escuchar por lo que se transcribirán las entrevistas para que estén documentadas. De lo contrario si los sujetos no dan permiso para grabar, se irán tomando apuntes durante el transcurso de la entrevista.
- El segundo método por el que se van a realizar las entrevistas es **cara a cara**. Si la proximidad de los sujetos es cercana, la entrevista en profundidad será en un lugar físico y si nos dan permiso la grabaremos con el móvil para posteriormente transcribirla. Sin embargo, si no nos lo dan, tomaremos apuntes que sirvan para completar nuestra entrevista.

El proceso de muestreo escogido en este estudio va a ser el muestreo no probabilístico por bola de nieve. Se ha escogido este método debido a la dificultad de encontrar sujetos potenciales para el estudio que se va a llevar a cabo, ya que está limitado a un subgrupo muy pequeño de la población. Por ello, en el estudio se seleccionará a un sujeto masculino y otro femenino y tras realizar ambas entrevistas se pedirá ayuda a los entrevistados para encontrar a más sujetos de intereses similares.

Una de las mayores ventajas de este método es que nos permitirá llegar a poblaciones difíciles

de encontrar. Sin embargo, no está garantizada la representatividad de la muestra y es posible la aparición de sesgos de muestreo, es muy probable que los sujetos escogidos por otros sujetos compartan rasgos y características similares, por lo que la muestra será tan solo un pequeño subgrupo del total de la población.

Tipo de investigación	Exploratoria
Fuentes de información	Primarias, cualitativas
Métodos de colección de datos	Entrevistas en profundidad
Proceso de muestreo	Bola de nieve (10 sujetos, 5 de cada género)

Resultados

Descripción de la muestra

La muestra estuvo compuesta finalmente por 8 entrevistados (4 hombres, 4 mujeres) de edades entre los 22 y 25 años con una moda de 22 años, media de 23.33 años y una desviación de 1.51. Por otro lado, cuatro de los ocho entrevistados practican deportes durante la semana llevando una vida saludable. Todos los entrevistados comparten los videojuegos como hobbies. Sin embargo, solo dos de ellos son aficionados a la lectura o la música. En cuanto a la ocupación, cuatro de los ocho entrevistados combinan estudio y trabajo, frente a los dos que solo estudian o tan solo uno que trabaja. A continuación, se ha procedido al análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas. Por un lado, se han clasificado a los hombres como H y el número correspondiente de su entrevista y a las mujeres como M y su número correspondiente. Todas las transcripciones de las entrevistas se encuentran recogidas en el Anexo II.

Causas de la diferencia de audiencia de eSports entre géneros y averiguar la existencia de distintos puntos de vista del problema en función del género.

Los resultados de este objetivo los vamos a dividir por géneros ya que las respuestas de ambos sexos son distintas;

A los hombres se les ha planteado las preguntas sobre las causas de la diferencia de audiencia en los eSports por separado para ver si su opinión varía entre una y otra. Por un lado, los cuatro entrevistados masculinos han dicho la palabra “No sé” al preguntarles sobre los

motivos de la diferencia de visualizaciones de eSports por géneros. Algunos entrevistados han dicho que la causa de la diferencia de audiencia en eSports puede estar provocada porque las mujeres no son tan competitivas como los hombres y prefieren jugar a videojuegos por entretenimiento y no les llama la atención consumir eSports. El entrevistado número dos afirma tras preguntarle por las causas de la diferencia entre visualizaciones, que todo esto está relacionado con que las mujeres no han probado los videojuegos, en cambio, tras comentarle que realmente el porcentaje entre videojugadores y videojugadoras es muy similar entre ambos sexos, comenta que puede ser por el acoso que sufren las mujeres. Por último, el último entrevistado masculino argumenta que quizás sea porque está inculcado que los videojuegos son cosa de hombres y que por eso las mujeres consumen eSports en menor cantidad.

En cuanto a las mujeres, a dos de ellas se les ha planteado las causas de la diferencia de visualizaciones por género en los eSports y los porcentajes de videojugadores y videojugadoras por separado para ver si daban respuestas similares a los hombres, y a otras dos, se les ha combinado ambos objetivos en uno con el fin de ver si hay diferencia tras la formulación de las preguntas entre hombres y mujeres. Dos de las entrevistadas que han respondido a la pregunta en la que se combinaban ambos objetivos han achacado la diferencia entre videojugadoras y consumidoras de eSports a los tipos de juego que juegan las mujeres. “La mayor parte de mujeres que juegan videojuegos lo hacen en móviles o consolas y no hay tanto eSport para móvil” (M1). Sin embargo, también comentan que la diferencia se puede deber a que la cultura del videojuego está orientada a los hombres y que quizás las mujeres estén más interesadas en jugarlos que en verlos.

Conocer si existe discriminación por género

Para conocer si existe discriminación por género dentro de los videojuegos y de los eSports a los entrevistados se les ha planteado una serie de preguntas. La primera de todas ha sido una frase dicha por un jugador de *CS: GO* (“He trabajado con un montón de mujeres, pero para mí, siempre y para toda la vida me vale más un hombre que una mujer”) mediante la cual se puede hacer una primera idea de lo que el entrevistado opina sobre este tema.

De los cuatro hombres entrevistados tan solo uno (H3) niega la frase expuesta anteriormente diciendo que los hombres y las mujeres somos iguales y que lo que nos diferencia son que ellas no tienen las mismas posibilidades que los hombres para llegar al mismo sitio. De los otros tres entrevistados masculinos dos de ellos (H2, H4) no se posicionan ante esta

afirmación, llegando uno (H4) a decir que “es su opinión”. El entrevistado restante (H1) corrobora la frase expuesta, diciendo que son ellas mismas las que se auto limitan. Por otro lado, los cuatro entrevistados masculinos admiten la existencia de machismo dentro de los videojuegos a distintos niveles, pero hablan de que este machismo viene condicionado por el machismo existente en la sociedad. En cuanto a las experiencias vividas, tan solo dos (H1, H3) de los cuatro entrevistados afirma haber visto casos de machismo dentro de los videojuegos o eSport. El entrevistado H3 defendió a la acosada increpando al acosador por el propio chat de texto del videojuego. En cambio, H1 dice no haber hecho nada al respecto.

Tras entrevistar a las cuatro mujeres todas tienen algo en común, haber recibido acoso dentro de los videojuegos por el simple hecho de ser mujer. Todas ellas son conscientes del problema de machismo que hay en los videojuegos, pero al igual que los hombres achacan este problema al machismo existente en la sociedad. “No creo que los videojuegos sean machistas, así como el cine no tiene por qué ser machista, ni la literatura, es cuestión de la sociedad en la que se hace y de la persona que lo crea” (M3).

Por otro lado, la entrevistada M1 comenta que este machismo provocado dentro de los eSports puede estar alimentado por la separación de sexos que hay dentro de estos mismos, mediante la creación de equipos o ligas separados por género. M2 habla que todo este acoso sufrido por las mujeres dentro del mundo de los videojuegos y de los eSports tiene su origen al miedo que tienen los hombres a sentirse igualados o superados por las mujeres. En cambio, la entrevistada M4 nos cuenta que hace 10 años no existía este machismo que hay ahora en los videojuegos, pero añade que en esos años había un secretismo en el que se creía que las mujeres no jugaban a videojuegos, porque muchas no lo decían, entonces no existía tanto machismo como hoy en día. Además, dice que a todo esto hay que sumarle la toxicidad de internet como elemento a tener muy en cuenta y remarca que ha sufrido más acoso en las redes sociales que en los propios videojuegos.

Averiguar las barreras de entrada de las mujeres en el mundo de los eSports

Tras preguntar a los ocho entrevistados sobre las barreras a las que creen que se deben enfrentar un hombre y una mujer para ser profesionales, todos coinciden en las respuestas. Por un lado, las únicas barreras a las que se tienen que enfrentar los hombres son; tener habilidad y dedicarle horas, es decir las que tiene los propios juegos sin condicionantes externos.

En el caso de las mujeres además de enfrentarse a las barreras que tienen de por sí los propios videojuegos como las habilidades, le tienen que sumar estereotipos sociales como el machismo, llegando incluso a tener que demostrar más que los hombres en la mayoría de los casos para ser consideradas. Además, H4 comenta que es el simple hecho de ser mujer la mayor barrera, poniendo de ejemplo el embarazo y que al fin y al cabo los eSports son un negocio como cualquier otro. En cambio, la entrevistada M4 remarca que una de las mayores barreras que tienen las mujeres dentro del mundo de los eSports es la necesidad de tener una marca personal fuerte y con presencia.

Averiguar la importancia de la concienciación del respeto gamer en la comunidad

Para finalizar la entrevista, se les ha preguntado a los entrevistados sobre las campañas de concienciación para erradicar el acoso dentro de los videojuegos y de los eSports. La primera pregunta era que, si conocían el movimiento *#mygamemyname*, el movimiento internacional más importante hasta la fecha para acabar con este problema.

De los ocho entrevistados ninguno conocía esta campaña, al entrevistado H4 le sonaba de algo, pero no sabía de qué trataba. Además, todos los entrevistados han coincidido en la necesidad de hacer estas campañas de concienciación mediante las cuales grandes empresas o personalidades hacen ver a la gente un problema existente y que lo tenemos a nuestro alrededor en nuestro día a día. Por último, se les ha preguntado por donde creen que se deberían de difundir todas estas campañas y siete de los ocho entrevistados han contestado que por redes sociales, ya que es el lugar donde se mueve la gente joven, que juegan videojuegos y consumen eSports. H4 comentó que eran los políticos quienes debían de difundir estas campañas ya que se encuentran siempre en el foco mediático y son quienes pueden hacer las leyes para combatir este problema. Por otro lado, H1 y M2 creen que también deberían difundirse por medios tradicionales como las televisiones para dar a ver el problema a la gente ajena a todo este mundo y de esta manera concienciarles. Finalmente, los entrevistados M3 y M4 afirman que difundiendo estas campañas por lugares como plataformas de streaming o en los propios videojuegos ayudarían también a erradicar el problema.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos explicado el fenómeno de los eSports, en el que desde sus orígenes hemos ido tratando la estructura de cómo han ido evolucionando hasta lo que se han convertido hoy en día. Hemos visto cómo de ser decenas de “frikis” en un pabellón se ha pasado a ser millones por todo el mundo. Cómo las marcas han entrado en el mundo de los eSports viendo una oportunidad de llegar al público joven, cada vez más exigente y difícil de captar.

Tomando como modelo el sector nacional de los eSports hemos hablado sobre los clubes en España y los grandes contratos de patrocinio que están cerrando con importantes marcas pioneras en sus sectores.

Para todas estas marcas es muy relevante conocer a estos consumidores. Para ello hemos hecho un análisis del perfil de los jugadores y de la audiencia de eSports. Para profundizar más en el conocimiento de estos hemos realizado un estudio exploratorio sobre el papel de la mujer en los eSports, hemos tratado desde la existente brecha de audiencia por géneros a nivel nacional, hasta las nuevas campañas de concienciación que están surgiendo internacionalmente, pasando por temas como son el acoso o las barreras a las que se tienen que enfrentar las mujeres para profesionalizarse.

Tras realizar el estudio, hemos podido observar cómo la percepción de un problema como es el machismo dentro de los eSports o videojuegos entre géneros sigue teniendo distintos puntos de vista. Por un lado, las mujeres sufridoras de este problema y conscientes de que debe ser erradicado, por otro, los hombres, quienes saben que existe el problema, pero algunos deciden no tomar parte en el asunto al verlo como algo ajeno. Una sociedad machista que se hace notar en un sector en crecimiento como es el de los eSports, en el que los hombres tienen un camino más fácil para llegar a la profesionalización, frente a las mujeres que, en la mayoría de veces, tienen que demostrar mucho más que un hombre y aun así no sin conseguir lo mismo, como decía el propio ministro de cultura José Guirao, quién durante la presentación de un libro en 2018 destacaba la necesidad de alcanzar la paridad de género. Hemos visto que en el siglo XXI la mujer sigue teniendo miedo por decir que es mujer dentro de un videojuego y que los hombres son capaces de mantenerse pasivos ante el acoso que estas mujeres sufren diariamente. Todas estas diferencias se pueden deber en parte a que la cultura del videojuego está orientada a los hombres y quizás las mujeres están más interesadas en jugarlas que en verlos por lo que todo esto puede servir a las empresas para buscar un

diferente enfoque a la hora de organizar eventos, estructurar clubes o realizar campañas de marketing.

Para finalizar, es importante destacar la difusión de campañas de concienciación mediante las cuales se haga reflexionar a un público joven que en unos años será el presente de un futuro donde queremos erradicar el machismo, donde nadie sienta miedo de decir su género dentro de los videojuegos y que no se les descalifique por este mismo. Un mundo donde las mujeres tengan las mismas posibilidades que los hombres para llegar a profesionalizarse, donde seamos todos iguales y formemos parte de algo muy grande, los eSports.

4. BIBLIOGRAFÍA

- AEVI. (2019). En *AEVI*. Recuperado de: <http://www.aevi.org.es/aevi/la-asociacion/>
- Álvarez, R. (2014). Amazon adquiere Twitch por 970 millones de dólares. En *xataka*. Recuperado de: <https://www.xataka.com/videojuegos/confirmado-amazon-adquiere-twitch-por-970-millones-de-dolares>.
- Arenas, M. (2017). Sergi Mesonero. En *Nobbot Tecnología para las personas*. Recuperado de: <https://www.nobbot.com/personas/entrevista-sergi-mesonero-director-estrategia-lvp/>
- Barbero, H. (2017). 10 preguntas y respuestas para saber sobre los eSports. En *Expansión*. Recuperado de: <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2017/04/25/58fe478ae2704e912d8b470b.html>
- Black, E. (2018). Movistar Riders planta cara al machismo. En *El Programa de la Publicidad*. Recuperado de: <http://www.programapublicidad.com/movistar-riders-planta-cara-al-machismo-los-esports/>
- Canellas, O. (2016). Entrevista a Oscar ‘Mixwell’ Canellas. En *ESL play juegos*. Recuperado de: <https://play.eslgaming.com/spain/csgo/news/266654/Entrevista-Oscar-mixwell-Ca-ellas-del-panorama-nacional-a-su-primer-Major/>
- Casanova, F. (2018). Los juegos y apuestas en la antigüedad. En *Historias de nuestra historia*. Recuperado de: <https://hdnh.es/los-juegos-y-apuestas-en-la-antiguedad/>
- Chalk, A. (2014). League of Legends microtransactions. En *PcGamer*. Recuperado de: <https://www.pcgamer.com/league-of-legends-has-made-almost-1-billion-in-microtransactions/>
- Chanson, R. (2017). Esports todo lo que necesitas saber, de League of Legends al FIFA. MINOTAURO.
- Cordero, A. (2017). Los micropagos cada vez generan más beneficios que las ventas de juegos. En *SOMOSXBOX*. Recuperado de: <https://www.somosxbox.com/los-micropagos-cada-vez-generan-mas-beneficios-que-las-ventas-de-juegos/762327>

- Daniel, C., Anthony, D. y Bradley, J. (2017). Esports management: Embracing eSports education and research opportunities. *Sports Management Review*, (21), 7-13.
Recuperado de:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1441352317300670>
- Del Río, A. (2018). La evolución de los eSports (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla, Sevilla.
<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/78511/TFG%20CAV%20-%20Alba%20del%20R%C3%ADo%20Gonz%C3%A1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- E.B. (2016). Cuánto gana el youtuber PewDiePie. *En El Boletín*. Recuperado de:
<https://www.elboletin.com/hoy-en-la-red/137761/cuanto-gana-pewdiepie-youtuber-al-ano.html>
- García, J. (2018). Los micropagos, la gallina de los huevos de oro de los juegos Android. *En andro4all*. Recuperado de: <https://andro4all.com/2018/07/opinion-micropagos-juegos-android>
- González, C. (2018). Los juegos más importantes de los eSports. *En adslzone*. Recuperado de: <https://www.adslzone.net/2018/05/05/291992/>
- Gotarra, R. (2017). El patrocinio en los eSports. Recuperado de:
<https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/33078/Gotarra%20Navarro%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Grao, E. (2017). Los E-Sports como fenómeno de comunicación y de masas (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Valladolid, Valladolid.
https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/27936/1/TFG_F_2017_250.pdf
- Griffiths D, López-González, H. (2016). Understanding the convergence of markets in online sports betting. *SAGE journals*. Recuperado de:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1012690216680602>
- Guiñón, Á. (2018). Ranking Forbes sobre los clubes de eSports más valiosos. *En esports as*. Recuperado de: https://esports.as.com/industria/Forbes-ranking-clubes-esports-valiosos_0_1184581537.html

- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual (ly) athletes: Where eSports fit within the definition of “Sport”. *Quest*, 69(1), 1–18.
- Jiménez, G. (2019). III Estudio de audiencia de ESL. *En esports as*. Recuperado de: https://esports.as.com/industria/III-Estudio-audiencia-esl-movistar-esports_0_1225977391.html
- Jorge. (2015). Auge y desgracia de los cibercafés. *En La mochila de Jorge*. Recuperado de: <http://blog.lamochiladejorge.es/2015/10/auge-y-desgracia-de-los-cibercafes.html>
- López, P. (2018). Google anuncia el cierre de Youtube Gaming. *En SDP noticias*. Recuperado de: <https://www.sdpnoticias.com/geek/2018/09/18/google-anuncia-el-cierre-de-youtube-gaming>
- López, P. (2018). Mapa de patrocinio de los eSports en España. *En PALCO23*. Recuperado de: <https://www.palco23.com/marketing/el-mapa-del-patrocinio-de-los-esports-en-espana-que-marcas-apuestan-por-este-fenomeno.html>
- Malagón, P. (2019). Los eSports superarán en audiencia a los grandes deportes tradicionales en pocos años. *En Libremercado*. Recuperado de: <https://www.libremercado.com/2019-02-10/los-e-sports-superaran-en-audiencia-a-los-grandes-deportes-tradicionales-en-pocos-anos-1276632849/>
- Mediavilla, J. (2018). ¿Cómo debe ser el club de esports ideal? *En esports as*. Recuperado de: https://esports.as.com/industria/club-eSports-ideal_0_1111688823.html
- Mesonero, S. (2018). *Esports todo lo que debes saber de League of Legends al FIFA*. Barcelona, España. Editorial Minotauro.
- Millán, A. (2017). Los eSports ya superan en audiencia a la Europa league, al Baloncesto ACB o al ciclismo en España. *En Nintenderos*. Recuperado de: <https://www.nintenderos.com/2017/04/los-esports-ya-superan-en-audiencia-a-la-europa-league-al-baloncesto-acb-o-al-ciclismo-en-espana/>

- Movistar. (2019). En *Movistar Riders*. Recuperado de:
<http://www.movistarriders.gg/club/>
- Newzoo. (2016) CS:GO Esports: Top Organizers and Events. Recuperado de:
<https://newzoo.com/insights/infographics/csgo-esports-top-organizers-events-terms-hours-watched-twitch/>
- Oundir, A. (2018). Twitch, la plataforma que derrota a youtube. *En europa press*.
Recuperado de: <https://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-twitch-plataforma-derrota-youtube-20180802115629.html>
- Pérez, J. (2017). Hawkers y forocoches se unen a x6tence. *En el desmarque*.
Recuperado de: <https://esports.eldesmarque.com/noticias/hawkers-forocoches-x6tence-34785>
- Portaltic. (2018). La final de la LCS EU reúne en Madrid a más de 11.000 espectadores de eSports. *En Europa press*. Recuperado de:
<https://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-final-lcs-eu-reune-madrid-mas-11000-espectadores-esports-20180910121130.html>
- ReasonWhy. (2016). eSports, la nueva y rentable oportunidad publicitaria. *En ReasonWhy*. Recuperado de: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/digital/esports-la-nueva-y-rentable-oportunidad-publicitaria-2016-11-03>
- Redacción. (2019). Según un estudio, una mayoría quiere ligas mixtas. *En mujer y deporte*. Recuperado de: <https://www.practicodeporte.com/esports-estudio-audiencia/>
- Retro Informática. (s.f.). Historia de los videojuegos. Recuperado de:
<https://www.fib.upc.edu/retro-informatica/historia/videojocs.html>
- Rodríguez, M. (2017). El tratamiento informativo de los eSports como especialización periodística deportiva en España (Trabajo Fin de Grado).
Universidad de Sevilla, Sevilla.
https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/78409/Manuel_Rodriguez_TFG_eSports.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Tecnología. (2015). Micropagos revolución silenciosa. *En BBVA*. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/micropagos-videojuegos-revolucion-tan-silenciosa/>
 - Tecnología. (2019). En España hay 2,6 millones de aficionadas pero solo el 29% son mujeres. *En ABC eSports*. Recuperado de: https://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/esports/abci-espana-26-millones-aficionados-esports-pero-solo-29-por-ciento-mujeres-201903080147_noticia.html
 - Telefónica. (2018). Movistar eSports centre, el centro de alto rendimiento más innovador de Europa. *En Telefónica*. Recuperado de: <https://www.telefonica.com/es/web/sala-de-prensa/-/movistar-esports-center-el-centro-de-alto-rendimiento-mas-innovador-de-europa-abre-sus-puertas-en-madrid>
 - Vega, M. (2018). Conoce las mejores compañías desarrolladoras de videojuegos. *En Unocero*. Recuperado de: <https://www.unocero.com/videojuegos/mejores-companias-desarrolladoras-de-videojuegos/>
 - X6tence. (2017). Historia de x6tence, historia de los deportes electrónicos. *En esports as*. Recuperado de: https://esports.as.com/firmas/Historia-x6tence-historia-deportes-electronicos_0_1064893502.html
-

5. ANEXO

Anexo I-Guión entrevista:

Introducción:

1. Presentación de la entrevista:

“Lo primero de todo muchas gracias por aceptar a ser entrevistada/o. Mi nombre es Sergio y soy estudiante de 4º curso del grado de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Pública de Navarra. Para el trabajo de fin de grado he escogido el tema de los eSports debido a su creciente popularidad. Mientras realizaba el marco teórico vi que había una brecha entre mujeres que jugaban a videojuegos y la audiencia de mujeres que consumen eSports por lo que decidí hacer un estudio exploratorio sobre ello. Antes que nada, me gustaría pedirte permiso para poder grabar la entrevista, completamente anónima y para fines académicos. La entrevista va tener dos partes diferenciadas;

Una primera en la que te preguntaré por tu perfil, aficiones, y opiniones sobre los eSports a un nivel más genérico, y una segunda en la que ya entraremos de lleno en el papel de la mujer en los eSports relacionándolo con los estudios que te mostraré más tarde. A lo largo de esta entrevista vas a tener que dar tu opinión sobre varios temas, por lo que si en algún momento hay algo que no te gusta o no te sientes incómoda/o me dices y paramos sin problema. Si por el contrario hay algún tema que crees que le hemos dado menos importancia o del que haya que hablar más, al final de la entrevista lo mencionas y lo comentamos.”

2. Perfil sociodemográfico (Edad, hobbies, Ocupación)

3. Que son los eSports para él/ella

4. Como los descubrió

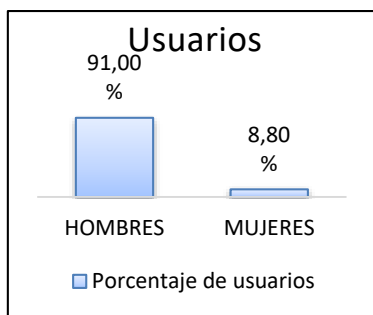
Cuerpo:

5. Tras observar los datos obtenidos por ESL ¿Cuáles crees que son las causas de esta diferencia de audiencia entre géneros?
6. Y ahora, tras ver los datos publicados por AEVI, ¿Por qué crees que hay casi las mismas mujeres que hombres que jueguen a videojuegos, en cambio exista tal brecha en los eSports?
7. Tras escuchar la frase “Las mujeres jamás llegarán a ser como los hombres a nivel competitivo” ¿Qué puedes decir al respecto?
8. ¿Has sufrido o visto alguna vez acoso dentro de los eSports/videojuegos?
9. ¿Dónde dirías que se origina este acoso? ¿De dónde crees que sale?
10. Ahora relacionando con el mundo de los eSports ¿Cuáles crees que son las barreras a las que se tiene que enfrentar un hombre para llegar a ser profesional?
11. ¿Y una mujer?
12. ¿Has oído hablar de #mygamemyname?
13. Es un movimiento originado en Brasil y que a España llega de la mano de Movistar Riders y DDB que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos, con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema. ¿Crees que estas acciones ayudan a combatir este problema?
14. ¿Es importante el grado de difusión de estas campañas? ¿Mediante que canales?

Material apoyo entrevista:

Estudio AEVI





Frase:

“He trabajado con un montón de mujeres, pero para mí, siempre y para toda la vida me vale más un hombre que una mujer”

Anexo II-Transcripción entrevistas (H=Hombre, M=Mujer)

Código de transcripción	
	Pausa breve
	Pausa mediana
	Pausa larga
30	Pausa con precisión de segundos
/	Entonación ascendente
\	Entonación descendente
?	Entonación interrogativa
!	Entonación exclamativa
...	Entonación en suspense
e::	Alargamiento de sonido
BIEN	Énfasis
()	Murmureo
((risas))	Risas u otros comentarios sobre sucesos contextuales

Entrevista H1

Perfil sociodemográfico | hobbies | tipo de vida

Edad 23 | mis hobbies son los videojuegos y los deportes | Soy deportista, hago deporte 3 días por semana pero amateur | juego a fútbol sala, a frontenis, estudio entre semana y soy camarero los fines de semana | |

¿Qué son los eSports para ti? |

() Competiciones de videojuegos | en las que equipos o personas compiten entre ellas para lograr la victoria y un premio económico. ?

¿Cómo los descubres? |

Sabía de antes que había competiciones de LOL | pero cuando comencé a jugar a CSGO es cuando realmente me di cuenta de que existía el mundo de los eSports | |

Tras mostrar los datos de audiencia de ESL | ¿Qué opinas? | |

| | La verdad que no tengo ni jodida idea | no se me ocurre ni por qué puede ser.

Tras mostrar los datos de AEVI | ¿Qué piensas ahora? | |

Yo creo que es porque no son tan competitivas como los hombres! | ósea que les gusta los videojuegos como entretenimiento | no la competición. | |

¿Por qué no son tan competitivas?

Yo creo que influye TODO | como los gustos | | las mujeres no tienen los mismos gustos que los hombres pero yo creo que es porque no son tan competitivas. |

Tras escuchar afirmaciones sobre jugadores que infravaloran a las mujeres | ¿Qué piensas? |

((risas)) Yo también lo creo | | por el simple motivo de que muchas veces se auto limitan con ligas femeninas | | por qué no puede ser una mujer igual de buena que un hombre?

Se auto limitan quienes | ¿las mujeres o las organizaciones?

Eso ya no sé cómo funciona! | Si al final las mujeres se meten a jugar en una liga femenina

o porque quieren o porque les obligan | al final el nivel está muy limitado...

¿Y qué crees que habría que hacer? |

Ligas mixtas | o que sean por ejemplo capaces de entrenar y jugar siempre mixto o contra hombres da igual | yo creo que se limitan al jugar solo en sus ligas y tal | al final no hay tanto nivel y no pueden mejorar mucho más de ese nivel | | Aunque algo de machismo yo creo que hay... porque al final aunque un equipo sea mixto | la comunicación en el equipo no va a ser igual | se van a tratar distinto entre ellos. | |

¿Por qué dices eso?

Pues porque lo creo no sé! | creo que es lo que se ha visto hasta ahora y creo que no se tratarían de la misma forma. | Por ejemplo creo que un hombre no trataría igual a una mujer que a un hombre de su mismo equipo...

¿Crees que esto está relacionado con la sociedad? |

Yo creo que no! yo creo que es que se AUTO LIMITAN.

Ahora relacionando un poco todo esto con el mundo de los eSports | ¿qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

Un hombre barreras de entrada? ((Risas)) | En plan cómo?

Si | a todo que se tienen que enfrentar para llegar a ser profesionales |

UF... | | no sabría que decirte la verdad |

¿Y una mujer? |

Bueno | la habilidad quizás y vuelvo a decir que se auto limitan no sé... | hay muchas menos mujeres profesionales de buen nivel porque se limitan | se dedican a jugar en sus ligas con un nivel bastante bajo y de ahí es muy difícil salir ((risas)).

¿Has tenido alguna experiencia dentro del videojuego? |

Yo soy muy respetuoso para eso | pero si me ha tocado ver en alguna partida algún guiri que básicamente decía “machistadas”... / | aunque creo que era más por joderla y picarla que

porque lo pensaba de verdad ;

¿Hiciste algo al respecto? |

Pues no la verdad | 13

¿Has oído habla de la campaña #mygamemyname? |

No |

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar Riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema. | ¿Qué piensas de estas campañas?
Que son MUY positivas! porque al final | si una mujer quiere jugar a lo que sea y a los 20 segundos ya les están insultando | la mayoría de ellas van a perder la motivación para seguir jugando!

¿Cómo crees que se debe enfocar esto? |

Yo creo que como lo están haciendo está bien | ya que están mostrando a la gente lo que realmente pasa | y están dando a ver que no es algo aislado.

¿Por qué medios crees que deberían de hacerse eco todo esto? |

Hay gente que no sabe que es un eSports | o ve una partida en la tele no sabe nada de lo que es y no se plantea nada de que pasen esas cosas | por lo que yo creo que habría que hacerla por medio tradicionales y por redes | para de esta manera dejar de estigmatizar los videojuegos. | Porque por ejemplo en las noticias cada matanza que sale se relaciona con que si al autor le gustan los videojuegos! | y eso al final... repercute en la industria y consideran que los videojuegos son malos sin contrastar la información...

Entrevista H2

En esta entrevista el sujeto no ha dado permiso para grabarla, pero si ha permitido tomar apuntes para completar el estudio así como su género, edad y motivaciones y opiniones. Por ello, en esta entrevista se recoge las preguntas hechas por el moderador y una síntesis de las respuestas del sujeto.

Perfil sociodemográfico, hobbies, estilo de vida

Varón, 22 años, sus aficiones son el fútbol sala, los videojuegos y la música. Es estudiante y los fines de semana los utiliza para salir con sus amigos.

¿Qué son los eSports para ti?

El sujeto ha respondido de dos formas una objetiva en la que los define como competiciones de videojuegos en la que varios equipos compiten por ser los mejores, y una subjetiva en la que los define como una liberación de sacar todo que tiene uno dentro acumulado y disfrutar.

¿Cómo descubres los eSports?

En su infancia con 11-12 años ya jugaba a videojuegos con amigos en los cibercafés que es donde empezaron las primeras *lunes* de eSports, pero el mundo actual de los eSports lo descubre cuando un par de amigos le enseñan el videojuego CSGO y descubre todo el mundo competitivo que hay en él.

Tras mostrarle los datos de audiencia de ESL ¿Qué opinas al respecto?

El cree que es porque no han probado los videojuegos y la mayoría son hombres.

Tras esto le enseñó los datos de AEVI y le vuelvo a preguntar si piensa lo mismo

(Guarda silencio) y dice que no sabe pero que puede ser por el acoso o discriminación

Hilando con esto que acabas de decir ¿Qué sabes del acoso en los videojuegos?

Tampoco se mucho pero sé que está ahí y que es algo a tener en cuenta

Tras comentarle la frase en la que se menciona la cita del jugador de CSGO infravalorando a la mujer

Dice que prefiere no opinar porque no le ha tocado nunca jugar con ninguna y no conoce a muchas.

¿Cuál crees que es origen de este machismo en los videojuegos o eSports?

El cree que realmente el problema tiene el origen fuera de los eSports, que viene de los deportes tradicionales y de todas creencias de la sociedad.

Ahora entrando más en el terreno de los eSports ¿Cuáles crees que son las barreras que tiene que pasar un hombre para llegar a ser profesional?

Comenta que la mayoría de jugadores profesionales tienen un don innato y que combinado con duros entrenamientos han conseguido llegar a donde están.

¿Y las mujeres?

Dice que habilidad y que además tienen que superar todos estereotipos machistas como “no vais a llegar jamás al mismo nivel que un hombre”. Aunque también hace hincapié en que muchas mujeres no conocen los eSports y este considera eso como una barrera de entrada importante ya que hay menos jugadoras y complica más su profesionalización.

¿Conoces el movimiento #mygamemyname?

No, ¿Qué es?

Es un movimiento originado en Brasil y que a España llega de la mano de Movistar riders y DDB que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos, con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema. ¿Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

Le parece una iniciativa perfecta ya que es una muy buena manera de conseguir la igualdad y de acercar a la gente un problema que sucede todos los días.

¿Por dónde crees que debería hacerse eco estas campañas?

Principalmente por redes sociales ya que es donde la mayoría de la población joven vivimos conectados. Comenta que si se conciencia al público joven ahora en el futuro las cosas cambiarán e irán a mejor porque veremos las cosas diferentes a como las veían nuestros

antepasados. Por otro lado, lanzar estas campañas por televisión no sabe hasta qué punto es bueno, comenta el sujeto, debido información que nos llega filtrada de las cadenas.

Entrevista H3

Perfil sociodemográfico | hobbies | tipo de vida..

Tengo 22 años | mis hobbies diría que son los videojuegos y el anime ((risas)) | y ahora mismo estoy trabajando.

¿Qué son los eSports para ti? |

Una forma de entretenimiento básicamente. |

¿Cómo los descubres? |

A través de League of Legends | un videojuego al que juego habitualmente.

Una vez mostrado el estudio de ESL... ¿qué opinas sobre esto?

UF | yo creo que es más problema de los videojuegos que de los eSports! | Aunque:: sí que es verdad que las mujeres tienen más problemas para entrar en los videojuegos por cómo funciona todo...

AEVI publicó un estudio del perfil de consumidor en el que la diferencia no era tan grande (se muestran los datos) | ¿Por qué crees que hay tal brecha?

| 9 () No sabría que decirte | pero igual es más bien porque no se ven reflejadas en los propios eSports | porque como solo hay hombres jugando pues no se | igual va por ese rollo?

¿Te ha tocado ver algún caso de acoso en los eSports?

Si claro! | En el LOL en el chat de texto | con los típicos insultos machistas de vete a la cocina y eso / | y en el Overwatch lo mismo pero por voz.

¿Y ellas que hacían?

Pues::: al principio se defienden | y luego ya acaban hartas y las acaban silenciando, es normal! / yo tendría la misma reacción!

¿Hiciste algo para parar eso?

Hombre pues la verdad que sí! | dentro de lo que puedo hacer... que es decirle al tío que se

calle | pues si | aunque finalmente lo acabé silenciando | porque esta gente no va cambiar!
| Entonces lo más fácil es silenciar | y juegas tú partida y a otra cosa...

Este último tema que hemos tratado | el del acoso en los videojuegos o eSports | ¿Dónde crees que tiene el origen?

Mm::: yo diría más bien que no es algo que venga del mundo de los videojuegos | sino que es algo que viene de la sociedad | lo que pasa es que como en los videojuegos estas detrás de una pantalla es mucho más fácil hacerlo! | entonces yo creo que viene de ahí | porque hoy en día todo el mundo insulta por internet | y cuando hay una mujer en el equipo la manera más fácil que ven ellos es echarle la culpa | porque no es lo que están acostumbrados a ver...

Afirmaciones por parte de jugadores profesionales infravalorando a la mujer | ¿qué piensas?

Es que yo pienso que eso no es real! | claro que pueden llegar a ser! | lo que pasa es que no tienen las posibilidades...

Entonces dirías que es porque no tienen los medios necesarios | ¿no?

Exacto!

¿Crees que hay relación entre el machismo de los eSports con los deportes tradicionales?

Si... al final viene todo de lo mismo | aunque hay deportes en los que si hay diferencia entre hombres y mujeres | como yo que sé || el balonmano o futbol!

Entonces | ¿crees que una mujer podría llegar al mismo nivel que un hombre si tuviese medios independientemente de las condiciones físicas?

Si claro! | sin ningún tipo de duda | de hecho hay jugadores hombres gordos delgados y no es ningún problema | aquí el aspecto físico no es tan importante para marcar la diferencia o desclasificar a alguien...

¿Cómo se podría hacer frente al acoso?

UF es que no lo sé! | lo vuelvo a decir pero es que es un problema que esta TAN metido en la sociedad || entonces habría que empezar cambiando todo poco a poco... por las DOS

partes tanto hombres como mujeres.

Ahora relacionando un poco todo esto con el mundo de los eSports | ¿qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

Prácticamente ser bueno y dedicarle horas. ((risas))

¿Y una mujer?

Sería lo mismo | pero además vas a tener que demostrar MÁS por ser mujer... porque te van a criticar por ello!

¿Puedes explicar esto último?

Ósea | a un hombre van a ver que es bueno y a lo mejor comete un fallo y ya está | pero a una mujer | comete el mismo fallo y le van a criticar el triple solo por ser mujer! | entonces tienen una presión social MUCHO más grande que te evita el entrar al mundo de los eSports de una forma MUCHÍSIMO más grande!

¿Has oído hablar de mygamemyname?

No | ni me suena...

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema | ¿Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

Es muy necesario que la gente importante o en la que el público se fija apoye este tipo de campañas! | porque si los que están arriba no hacen nada por cambiar los de abajo se van a quedar igual...

¿A qué te refieres?

Si yo soy jugador de LOL diario | y mi jugador favorito apoya esto y otros Youtuber también | pues me uniría a la causa porque me parecería buena | pero si estos no la apoyasen lo más seguro es que me quedase igual sin hacer nada...

Y todo este eco | ¿Dónde crees que debería hacerse? | | ¿En medios convencionales o por redes sociales, plataformas, etc.?

Hombre pues:: | yo creo que principalmente por redes | porque el público joven sobre todo el de videojuegos cada vez está menos asociado a la TV, radio | entonces las redes sociales es la mejor forma de llegar a la gente joven | aunque por la televisión y así está claro que también se llegaría | pero no de la misma forma...

Entrevista H4

Bueno antes de empezar con los temas | ¿podrías decirme tu perfil sociodemográfico, edad, hobbies, estilo de vida?

Tengo 23 años | mis hobbies pues el fútbol sala | el fútbol... | la verdad que todos deportes en los que se compita una pelota ((risas)) | y jugar CS

Los videojuegos en general o solo el CS?

E:: ahora mismo solo el cs | porque no dispongo de tiempo para poder jugar a otro juego

Ocupación?

Estudiante | y: trabajos de verano

Cómo definirías los eSport?

E: |PF:: | es que no sé si considerarlo como deporte... / | no se | no lo llamaría eSports yo creo

Por qué?

Es que no... | al final el deporte es actividad física y ahí | mmm | no sé | actividad física no hay mucha | sí que mentalmente te desgasta mucho | puedes tener alguna lesión de muñeca | pero no sé | no sé cómo llamarlos | pero la palabra sport... | NO

Y como lo definirías entonces?

Pues jugar a videojuegos delante de un ordenador | para llegar a jugar profesionalmente | tienes que tener reflejos | maña con el ratón | al final se te tiene que dar bien | y ser bueno

Como los descubres?

Pues en mi comunión | que me reglaron la PlayStation 2 con unos 15 juegos | uno de ellos era el FIFA 2004 | y... leyendo las instrucciones ponía detrás que el ganador del torneo online del FIFA 2004 le iban a entregar un premio de 20.000-30.000 euros | no me acuerdo de la cifra exacta e ir a la gala del balón de oro del año siguiente | y pues ahí... te das cuenta

de que hay una competición

Una vez mostrado el estudio de ESL... ¿qué crees que causa esta diferencia?

Porque... | yo creo que está inculcado | no sé | al final muchos de los juegos que hay en la PlayStation son sobre deportes | y al final qué deportes se ven? | Pues el que practica el género masculino... | entonces si al fútbol, baloncesto y así se ve donde más juegan los hombres | pues en los videojuegos también van a jugar más hombres | no es que no llamen | es que está hasta mal visto | que juegue una mujer a esos videojuegos

Por qué dices eso?

Porque no es la costumbre... | y a ver | a mí me da igual | cada persona puede hacer lo que quiera | pero... sí que no es lo normal | igual tus padres te ven jugando | y a un chico no le dicen nada pero a una chica... | no sé | está mal visto

AEVI publicó un estudio del perfil de consumidor en el que la diferencia no era tan grande (se muestran los datos) | ¿Por qué crees que hay tal brecha?

Pf: ahí no sabría que decirte | ESL al final tiene Counter, League of Legends, muchos juegos | pero al final creo que son juegos como de guerra | de competir | si | una mujer puede jugar | pero no creo que le guste tanto como para verlo | lo puede probar | pero no llegaría a verlo | no sé | creo que tienen otras prioridades | en vez de perder el tiempo viendo un videojuego.

Otras prioridades? Cómo cuáles?

YO QUE SE... | irse de compras no sé | son más sociables | hacen más vida entre amigas | no están habituadas a estar solas delante de un ordenador sin gente

Mira | si vas al chat de texto | verás que hay una frase | (“He trabajado con un montón de mujeres, pero para mí, siempre y para toda la vida me vale más un hombre que una mujer”) esa frase | se le queda grabada a Aidy García una jugadora profesional de CSGO | cuando se la escucha a un compañero suyo | **¿Qué opinas al respecto?**

Pues a ver | pf: es que es su opinión | ahora hay que preguntarle a una mujer? | Si prefiere jugar con una mujer o con un hombre... | al final | no sé | es como que... nos entendemos más entre hombres y entre mujeres | Que nos podríamos entender entre nosotros? | Si | pero

es más complejo...

Ósea dirías que la comunicación es mejor entre personas del mismo género?

M:: puede ser | ósea | sin insultar | pero no sé | las gracietas... no sé | SI

¿Te ha tocado ver algún caso de acoso en los eSports?

No la verdad | llevo poco jugando unos 2 años | y SIEMPRE juego con amigos | y cuando me toca un guiri o extranjero no me meto en sus perfiles | ni para cotillear | ni para nada | me da igual la verdad | solo voy a jugar y a divertirme...

Cual crees que es el origen del acoso a las mujeres en los videojuegos?

PF:: | es que | al final los videojuegos recrean algo que es en la realidad | | si en la realidad hay machismo | en los videojuegos también va haber... | es como lo que te dicho antes del fútbol | que se ve el fútbol de hombres y mujeres y no se pueden comparar | porque no sé | yo he visto partidos de mujeres y... no sé | no es el mismo nivel | no corren tanto | no tiran tan fuerte de cara a puerta... | es algo diferente | habría que acostumbrarse a verlo... | | y también por ejemplo | el Counter | el Call of Duty | representan guerras y todo que puedas leer sobre guerras | mayoritariamente la gente que va a la guerra son los hombres | o por lo menos lo que tengo yo entendido

Hasta ahora has hecho hincapié un par de veces en que hay deportes como el fútbol, baloncesto en los que dices que sí que hay una diferencia física entre géneros. | Por qué dices eso? | Crees que en los eSports también pasa eso?

Yo opino porque he visto partidos | y viendo no sé | no me dan la misma sensación | es como más tranquilo el partido... | | Y respecto a lo segundo... | no | en eso no | porque se supone que lo que utilizas es la mano | y yo creo que posiblemente sean más ágiles con la mano | ellas | que nosotros ((risas))

Ósea crees que pueden llegar al mismo sitio un hombre y una mujer independientemente del físico y género no?

Sisi | en videojuegos si

Y entonces por qué crees que no llegan?

Pues... | porque cuando se ponen a jugar igual les pueden criticar | o no tratarlas igual y pues al final | si no estás a gusto dejas de jugar | aparte de que creo que es algo que no se ve bien | ósea | no es que no se vea bien | es que no es habitual que las mujeres jueguen a videojuegos | al menos ahora | igual en un futuro si pero no sé

Qué crees que tiene que cambiar para que pase eso?

Pf: | pues que no... no sé | no bajen los brazos cuando se ponen a jugar y a la mínima lo dejen la verdad... | | Antes habrá que cambiar la sociedad | y después ya se cambiarán los videojuegos | Está todo relacionado

Ahora relacionando un poco todo esto con el mundo de los eSports | ¿qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

UF: | pues no sé la verdad | a que te refieres?

Que obstáculos tendrías que pasar para llegar a ser profesional?

Al final | tienes que meter muchas horas y ser buenos | y así superarás los obstáculos

Y una mujer qué barreras crees que tiene?

Pues una mujer | igual desde el ordenador de su casa es lo mismo | pero una vez se reúnen... | el que dirige el equipo igual no lo ve bien | le da reparo apostar por una mujer | | lo mismo que en una empresa al final contratan a más hombres que mujeres al final por cosas como el embarazo | que también una mujer que juega se puede quedar embarazada e igual el dueño del equipo no quiere estas cosas por eso | es que al final es una empresa | sucede lo mismo que en la vida real | es un NEGOCIO

Que te parecería equipos mixtos para solucionar esto?

Hombre | no estaría mal jugar mixtos si tienen las mismas cualidades | al final tú eliges a los cinco mejores tíos o tías | pero si al final si hay más hombres que mujeres pues... | es más fácil que todos sean tíos

Has oído hablar de mygamemyname?

He oído hablar algo | pero no sé de qué va

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar Riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema | Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

La verdad que es importante | y sobre todo en países donde el concepto de equidad de mujeres y hombres a la hora de jugar no es el mismo | y si en España cuesta... pues imagínate en Sudamérica! | depende de con quién te toque jugar | y de donde sea | dependiendo de su pensamiento si es cerrado o no

Y todo este eco | Por dónde crees que debería difundirse?

Por los políticos | al final a partir de la política va todo por internet, periódicos... | no sé | va más allá de colgar algo en la red social y ya. No sabría mediante qué acciones pero bueno

Pues hasta aquí sería la entrevista, no sé si crees que nos hemos dejado algo o algo que te gustaría mencionar...

No | la verdad que yo creo que he respondido sinceramente | y ha estado bien | no sé

Entrevista M1 (Prueba piloto)

Cómo definirías los eSports? |

Mm:: | Como videojuegos en los que la dinámica se presta a la competición | y su posterior expectación

Cómo descubres los eSports?

Desde anuncios dentro del mismo juego |

En cuanto a los hábitos de juego | A qué títulos juegas y en que franja horaria?

CSGO, Apex Legends... | ya que los demás títulos a los que juego son RPG | y no se podrían considerar eSports | y la franja en la que los consumo es principalmente a la noche.

Y cuando juegas a estos videojuegos | ¿juegas sola o con un grupo de amigos?

La mayoría de veces con un grupo de gente cerrado |

Tras ver los estudios de AEVI y ESL España | Cuáles crees que son las causas de las diferencias entre porcentajes de mujeres entre ambos estudios?

Yo creo | que la mayor parte de mujeres que juegan videojuegos lo hacen en móviles o consolas | y no hay tanto eSport para móvil | y el motivo de que no lo consuman...no sabría lo que decirte!

Dentro del mundo de los eSports | hablando de Mujeres y hombres y exponiendo las diferencias salariales entre ambos sexos | los hombres cobran unos 260.000€ de media | mientras que las mujeres 2600€ | A qué crees que se deben estas diferencias?

Siempre he visto mal que los eSports están separados por géneros | tanto equipos como competiciones! | no lo veo correcto ya que no es un deporte físico. | En un deporte en el que estas sentado, hay muchas chicas que tienen la misma capacidad que los chicos para desempeñarlos!

He escuchado testimonios de jugadores profesionales infravalorando a las mujeres. | Por qué crees que dicen esto?

Hablando sobre todo en el eSports que consumo yo | que es el CSGO | hay liga femenina con jugadoras buenas | pero están mezcladas con muchas que no están al nivel que llegan los chicos en su liga | En parte | esto es debido a que el porcentaje de jugadores hombres es mayor que el de mujeres | entonces las mujeres que destacan van a ser menos que los hombres que destacan | y si la liga está separada es OBVIO que la liga masculina va a ser MÁS competitiva que las femeninas | Yo creo | que la creación de equipos mixtos puede ser una solución... | ya que las mujeres estamos en desventaja | por la cantidad de mujeres jugadoras que hay en comparación con los hombres.

Cuál piensas que es el Origen del pensamiento machista de que una mujer no puede llegar tan lejos compitiendo en eSports?

Cree que viene del mismo estereotipo de la mayoría de deportes | relacionándolo con la mayoría de deportes tradicionales como el basket o el futbol que son dominados por hombres |

Crees que se puede hacer algo para conseguir la igualdad?

Creo que será tiempo y trabajo | no solo en los eSports sino también en los juegos online donde TAMBIÉN existe el machismo. |

Ahora concretando un poco en ese tema sin entrar en detalles... | Has vivido alguna experiencia de ese estilo dentro de los videojuegos?

Si bueno... la mayoría bastantes básicas vividas a diario | que en cuanto empiezas a hablar te llegan 20 solicitudes de amistad o te infravaloran sin poder demostrar tu nivel. | El peor acoso que he sufrido fue que usaron mis fotos de redes sociales privadas para burlarse de mí en el propio juego sin consentimiento alguno. |/

Hubo una temporada | en la que deje de usar el micrófono! | Por temor a que me digan algo por ser mujer... Además mi *nickname* es de género neutro para evitar todo esto...

Y tomaste alguna medida al respecto?

Los reporté | y abandoné la partida

Ahora relacionando todo esto de los que estamos hablando | Qué crees que podría hacer steam al respecto?

Una opción más clara a la hora de reportar | porque yo me encontré que cuando los reportaba | los meto en un tipo de reporte genérico | pero tenía la sensación de que iban a pasar completamente del reporte... Veo complicado como combatir esto desde un reporte | ya que es difícil saber la veracidad del reporte en steam.

Seguido con todo este hilo del acoso del sector femenino en este mundo | Crees que es importante que los medios de comunicación se hagan eco de involucrarse en campañas de concienciación como es #mygamemyname?

Creo que tiene que ser por los medios utilizados por el público objetivo de eSports | ya que si se emite por medios tradicionales | no van a ser tan efectivas | porque esta gente o no les da credibilidad o no las ve directamente... Movistar está bastante metidos en eSports y este tipo de campañas funcionan | También Steam y empresas grandes deberían de involucrarse por su poder de influencia!

Perfil sociodemográfico, hobbies, estilo de vida

Tengo 24 años | mis hobbies son la música, los videojuegos y la literatura | Actualmente estudio entre semana y los fines de semana trabajo.

Entrevista M2

Perfil sociodemográfico | hobbies | estilo de vida

26 años | andar en bici, viajar y jugar a videojuegos. | Soy estudiante entre semana y trabajadora el fin de semana. | Ósea tengo poca vida social ((risas))

Qué son los esports para ti?

Un concurso | donde diferentes equipos de videojuegos participan | y compiten para ganar

Cómo los descubres?

El primer contacto | jugando a videojuegos y luego ya | haciendo zapping en la tele dices...Mira! | si es a lo que yo juego | y ya pues vas viendo cada vez mas poco a poco...

Una vez mostrado el estudio de ESL | qué opinas sobre esto?

Que la cultura del videojuego está más ligada siempre | a la masculinidad | | es como más de chico por así decir.

AEVI | publicó un estudio del perfil de consumidor en el que la diferencia no era tan grande (se muestran los datos) | Por qué crees que hay tal brecha?

Yo creo que depende un poco del tipo de videojuego | porque no creo que el 45% de mujeres jueguen a CSGO | es más | creo que gran parte del 45% de las mujeres que juegan a videojuegos lo harán a juegos tipo Candy crush! ((risas)).

Entonces | crees que es por el tipo de juego?

Si | porque los eSports están más orientados al mundo masculino | porque el LOL, CSGO, Starcraft, PUBG | todos ellos están orientados a eSports para hombres...

Por qué dices eso?

Yo creo que es por el tipo de juego ((risas)) | yo no veo al resto de mujeres | ósea no está como socializado jugar a esos videojuegos. | Por ejemplo... mis amigas me dicen | /¿CÓMO PUEDES JUGAR A ESOS VIDEOJUEGOS DE MATAR A GENTE? | No se... creó que es algo cultural.

Afirmaciones por parte de jugadores profesionales infravalorando a la mujer | qué piensas?

Es un poco como todo...tampoco me quiero poner aquí rollo feminazi ((risas))

Nono | puedes hablar de lo que quieras y como quieras | tranquila!

Es un poco como todo joder! | tampoco podemos jugar al futbol igual que los hombres | pues no! | yo no creo que sea como eso | yo creo que tienen miedo sinceramente... | miedo de que juguemos y seamos mejores que ellos!

Claro porque así como hay deportes físicos en los que sí se puede diferenciar por género | los eSports no existe esta diferencia | no se sabe quién está tras la pantalla | has tenido alguna experiencia que se contradiga con esto que estás diciendo?

Si claro! | me ha tocado meterme a partidas que nada más entrar me digan... “si es una mujer títala”! | a pesar de estar la primera en la partida! | Al final... | si el número de hombres que juegan a determinado videojuego | es MUY superior al de mujeres || están todos ahí a cuchillo ((risas)) | de hecho | veo que el CSGO es muy machista | ya solo con que aparezcan solicitudes de amistad de 30 tíos | o con fotos de chicas guapas usadas como objetos...

Entonces || no estaríamos hablando de machismo del juego | sino de la gente que compone la plataforma | no?

Si eso ((risas)) | la gente | el juego en si no | ya que esta gente acosa de manera muy exagerada a las mujeres!

Cuál crees que es el origen de este comportamiento que tienen muchas personas?

La verdad que no se si hay algún estudio | igual es generalizar o pensar en los tópicos... | pero pensar por ejemplo | que los que están detrás de la pantalla la mayoría se socializan poco con chicas | y la única oportunidad de ligar con una tía es a través de un videojuego | o de un micrófono | donde la tía no te ve y eres incapaz de transmitir algo...

Ósea me estás diciendo que la gente que juega a videojuegos | es gente que es poco sociable y que están siempre en casa?

((risas)) hombre a ver::: | no toda | pero la GRAN mayoría sí | aunque vaya | creo que también es cosa de la sociedad... | no se | el mundo de los videojuegos es un poco como:: | el de cualquier otro deporte || rollo... hombres al poder y mujeres objetos sexuales! ((risa irónica))

Ahora ... relacionando un poco todo esto | con el mundo de los eSports | qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

Pocas o ninguna | yo creo | que la única barrera para un hombre es que no sea bueno jugando | ósea la habilidad.

Y para una mujer?

Para una mujer e::: | que no tenga habilidad para jugar | y además que sea mujer!

Cuando dices ser mujer | a que te refieres?

Pues | que por el hecho de ser mujeres | las posibilidades de llegar a ser como un hombre que juega en un equipo profesional | son remotas!

En una de las entrevistas realizadas | un sujeto me dijo que la poca profesionalización de la mujer | estaba en parte provocada a que eran minoritarias dentro de los juegos | es decir | que si de cada 10 jugadores 9 son hombre y 1 es mujer | los hombres tendrán más fácil ser profesionales | Qué piensas sobre esto?

Yo no pienso eso! | yo creo | que al haber más hombres | estos se creen superiores rollo... | “bah como somos más la tenemos dominada” || esto les hace crecerse...

Has oído habla de mygamemynname?

La verdad que no.

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema | Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

Hombre:: | yo creo que es muy importante luchar para acabar con todas estas mierdas |

pero no sé | es como el mundo del toreo | yo lo veo es algo que está arraigado en la PUTA sociedad | y vamos... para quitarlo tienen que pasar ... | no sé! | es un mundo como MUY de hombres.

Entonces... crees que es una cuestión de tiempo y trabajo para erradicar este problema?

Yo creo | que se cambiaría conforme más mujeres jugasen | incentivando a la mujer como... | joder es un campo de la sociedad al que no nos estamos metiendo y también hay que meterse! | lograr una igualdad como la que se está logrando en la sociedad | ósea no dejar campos sin ocupar | sacándolo mas a la luz | ya que solo lo conocen las mujeres jugadoras | no sé | creo que hay que hacerlo ver | Yo por ejemplo | no he visto noticias por ahí | y mis amigas no tienen NI IDEA | de lo que es todo este mundo. |

Y todo este eco | ¿Dónde crees que debería hacerse? | En medios convencionales o por redes sociales, plataformas, etc.?

Claro | si lo haces por esas plataformas... | solo se enteran las que juegan no todas las que no juegan | ósea | si lo que queremos es llamar a la gente que no juegan || debemos hacerlo por los canales que ellas consumen!

Pues esto ha sido un poco toda la entrevista | no sé... te has quedado con ganas de comentar algo?

Bueno:: sí | que tengo que reconocer que yo por ejemplo | he pensado un poco las cosas y he visto a gente que se ha puesto fotos de tías | y dices bah ni de coña son ellas | y pasas | así que yo he decidido ponerme una foto mía | precisamente para que toda esta gente piense que no soy una mujer y no me acosen como hasta ahora | es que cada día me mandan solicitudes más de 15 personas! | es un horror la verdad...! | a pesar de que suelo jugar con un grupo de amigos siempre... | Eso sí! | JAMÁS he tenido miedo a ser juzgada por ser mujer | de hecho | si me dicen algún día algo les contestaré sin problemas! solo que eso... hasta ahora | el mayor problema ha sido el acoso sufrido.

Entrevista M3

Bueno... | antes de empezar me gustaría preguntarte por tu perfil sociodemográfico | hobbies | ocupaciones...

E:: | pues tengo 22 años | soy bastante asidua a lo que son todas cosas frikis ((risas)) al rol... hago rol en vivo | juego bastante a videojuegos | y ahora mismo estoy estudiando un grado superior de patronaje y confección.

Que son los eSports para ti?

Pues para mí... un eSport es cualquier videojuego | en el que haya cierta competición entre jugadores que estén online en ese momento

Cuándo y cómo los descubres?

Hace ya años | cuando empezó todo el BOOM con el LOL | no sabría decirte el año exactamente ((risas)) | de hecho... creo que ahora mismo se está planteando meter en las olimpiadas sabes? | Es algo que ha ido como... súper en crescendo

Una vez mostrado el estudio de ESL... | Qué opinas sobre esto?

Mm: | No me termina de cuadrar este porcentaje tan bajo de mujeres ((risas)) | | ósea más que nada porque | cada vez hay más mujeres que están metidas en estas cosas | pero no entiendo la diferencia la verdad... | a ver | siempre se dice que hay más chicos que chicas | pero no se... | es que esto es una diferencia abismal!

AEVI | publicó un estudio del perfil de consumidor | en el que la diferencia no era tan grande (se muestran los datos) | Por qué crees que hay tal brecha?

No se... | quizás es que no interesa actualmente a las mujeres verlos | aunque | yo hace unos meses estuve viendo la finales del LOL y lo comente con las amigas | no sé porque esta diferencia | quizás es que no esté enfocado a nosotras... | aunque tampoco creo que haya que dar un enfoque especial para nosotras | pero ee::: | no hablo por mí | pero quizás otras chicas | estén más interesadas en jugarlos | que en verlos

Mira | si vas al chat de texto | verás que hay una frase | (“he trabajado con un montón de mujeres, pero para mí, siempre y para toda la vida me vale más un hombre que una mujer”) esa frase | se le queda grabada a Aidy García una jugadora

profesional de CSGO | cuando se la escucha a un compañero suyo | Qué opinas al respecto?

Esque:: || no la he oído tal cual pero si | m::: en mi trabajo lo he visto alguna vez... | no así dicho tal cual | pero no se me hace extraña sabes?

A que te refieres con eso? | A que te dedicas si se puede saber?

Temporalmente de azafata en exposiciones o bibliotecaria | pero lo digo porque | una vez trabajé en una cabalgata en mi ciudad | y al final nos tocaba recoger unas sillas | y bueno | ciertos compañeros me quitaban responsabilidad | porque no veían bien que estuviese allí | como si no pudiese levantar peso...! | no se sabes? | Es que | esas cosas están ahí... | mi madre por ejemplo es vigilante de seguridad | y también es un entorno muy masculino | y como que te quitan...valor |

Ahora que has mencionado todo esto de las diferencias de género | me gustaría sin entrar en detalles | saber si alguna vez has vivido experiencias de este tipo dentro de los videojuegos?

A ver... | también algo que llevaba días pensando | pensando en esta entrevista | es que ... | hay mogollón de chavalas que se ponen nicks masculinos! | pero la verdad es que yo paso mogollón siempre de ello | en mi Nick de hecho | tengo el prefijo de señora | pero me acuerdo de una vez jugando al Rust | estaba a mi bola por el servidor | y me encontré con unos españoles y fue como wow! | por fin! | vamos a hacer un poco de piña y tal! | sin más... | di por sentado que se dieran cuenta que fuese tía | pero claro... fue el momento de poner el chat de voz | que pego un cambio la cosa | porque al principio estábamos comentando por el chat escrito en plan | joe pues como mola tu base cosas del juego y así | fue poner el micro | porque al final es más cómodo | y de repente... todo lo que opinaba no se valoraba y era como joder porqué si no ha cambiado nada! | y antes por escrito me dabas la enhorabuena! | y ahora de repente no vale! | entonces... eso duro una noches sabes? | porque me salí echando hostias del chat del Discord ((risas)) || pero fue todo...

Ósea te infravaloraron por ser mujer básicamente?

Si | totalmente | de hecho | al principio me dieron buen rollo de m: que bien que gusto estar aquí | y luego | noté un cambio de actitud en ellos | y fue pues como... | ciao! | porque así no voy a aguantar... | no tengo porque pasar por esto | y más si estoy aquí para

pasarlo bien | no para amargarme... sabes?

Cual crees que es el origen de todo este machismo?

Bueno... | es tan sencillo como que | vivimos en sociedad | y todas cosas que hacemos | vienen de:: los valores que tiene esta sociedad | y lamentablemente... | es una sociedad MUY machista | y lo que haces día a día lo vas a hacer en tus hobbies | y de normal esos comportamientos... | se creen que tienen la libertad de como he hablado con ellos | mandarte todos mensajes que quieran | pues si lo hacen en la vida normal | porque no lo van hacer aquí...?

Ósea se podría decir que el origen es la sociedad?

Yo que creo que sí | no creo que los videojuegos sean machistas | asi como el cine no tiene por qué ser machista | ni la literatura... | es cuestión de la sociedad en la que se hace | y de la persona que lo crea.

Creas que hay relación entre el machismo de los eSports con los deportes tradicionales?

Puede ser que sí | que venga perfectamente de ahí | de hecho | viendo las finales del LOL era como... | vaya campo de nabos! sabes? ((risas)) | y el físico... | aquí no cuenta para nada... | sería como valorar a un jugador de ajedrez porque está más mazado | y al final | estoy jugando con un ratón, un teclado y las horas que le metido al juego entonces PF...

Ahora |relacionando un poco todo esto con el mundo de los eSports |qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

Pues: | pocas | el juego | sería la primera | pero tampoco creo que hubiese muchas más | porque si eres muy bueno... | te van a coger a un equipo

Y una mujer?

Probablemente... visto lo visto | bastantes más | porque aparte de ser buena y tener que demostrar el doble de que lo vale | tendrá que tener carisma | buena presencia en redes para que... sabes no? | Tener una imagen de marca entre comillas diría yo

En una de las entrevistas realizadas | un sujeto me dijo que la poca profesionalización de la mujer | estaba en parte provocada a que eran minoritarias dentro de los juegos | es decir | que si de cada 10 jugadores 9 son hombre y 1 es mujer | los hombres tendrán más fácil ser profesionales |que igual lo correcto sería crear equipos mixtos | Qué piensas sobre esto?

Pues | que me parece la opción más lógica es | lo que hablábamos antes | que más da si es mixto o no | si el rendimiento físico da igual en esto | de hecho | me parece absurdo que haya equipos por géneros en los eSports |

Ósea por lo que hemos hablado hasta ahora... | la principal barrera son los estereotipos de la sociedad?

Probablemente si

Conoces el movimiento #mygamemyname?

Pues no...

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema | Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

Bueno... | creo que es importante como cualquier otra campaña que se esté haciendo en el tema del machismo | porque a veces | cuentas estas cosas que te ocurren y... | o no las cuentas porque te da palo | o porque crees que la gente te va llamar exagerada | y a veces es triste | que tenga que venir un hombre a demostrarlo porque a tí no te hacen caso | pero que todas estas campañas que se hagan para demostrar que esto pasa y que deberían solucionarse | pues me parecen MUY necesarias.

Y todo este eco | Dónde crees que debería hacerse? | ¿En medios convencionales o por redes sociales, plataformas, etc.?

Por los que consumen ahora mismo los jóvenes | para que tenga más impacto básicamente

| porque una campaña contra el machismo en los videojuegos | en la televisión... | no creo que tenga mucho impacto | de hecho | realmente si quieres que tenga impacto | tendrás que pasarla por Youtube | hablar de ello en directos en Twitch y por redes | ósea | por sitios donde se consumen de verdad

Pues eso era un poco la entrevista no sé si quieres añadir algo más...?

Pues... | No sabría que decirte... | solo recomendarte un twitter | llamado Todas gamers | | son un grupo de chicas | que se dedican a realizar comentarios de los videojuegos | de una perspectiva no ya de géneros | sino | incidiendo en estas cosas que comentabas de machismo en videojuegos | y en toda esta cultura | y... | no sabría que más contarte... y darte las gracias que hagas el trabajo de estas cosas | porque realmente son importantes! | ((risas)).

Entrevista M4

Buenos antes de empezar con los temas | ¿podrías decirme tu perfil sociodemográfico, edad, hobbies, estilo de vida?

Vale | pues tengo 25 años | estudio historia del arte | estoy acabando | trabajo de vez en cuando por ETT | y soy un friki en todos sentidos ((risas)) | empecé con el señor de los anillos | porque me gusta mucho leer | y luego pase a los videojuegos | primero jugaba mucho con los del barrio | quedaba para echar unos canutillos | y luego para jugar al Counter y al quake que de echo tengo un tatuaje de esto | no sé | en aquella época jugaba MUCHO a shooters | aunque ahora me da MUCHÍSIMA pereza porque no me enganchan los nuevos shooters | y me pasado al MMO RPG...

Ahora | hablando de todo esto | cómo definirías los eSports?

Bueno ósea | empecé hace muy poco a utilizar las plataformas como Youtube Twitch | o incluso el canal este de movistar | y la verdad que todavía no me acostumbro | me cuesta mucho | no sé si es porque hay un salto generacional | pero me cuesta | ósea | antes usaba los videos para ver gameplay y pillármelo en steam | pero no tengo ni puñetera idea.

Imagínate que una amiga te dijese joe | acabo de escuchar algo de eSports y no sé qué son | Cómo se lo explicarías?

Bueno | que son competiciones no? | Internacionales | en distintos videojuegos | y como todas competiciones | tienen sus patrocinadores | mueven bastante dinero | y todos pueden verlo online como otros deportes.

¿Cómo los descubres?

Bueno | ya te digo no los veo mucho porque no sé | pero siempre son de juegos que me gustan | que ya he jugado | nunca me ha dado por seguir a alguien que juegue a algo distinto | y en cuanto torneos | pues no se sabes? | El canal este de movistar se me hace muy repetitivo | eso me parece un poco inútil | no creo que esté bien orientado | a cada uno le gusta ver lo que juega

Entonces | Cómo crees que se deberían plantear?

M:: | pues tienen que focalizar en lo que más viewers tiene | y ahora son los Free to play |

no se | llegan a ser muy aburridos | quizás deberían dar voz a otros juegos menos populares | porque igual estar con un torneo de CSGO 6 horas pues ... | al final te ralla!

Tras ver los estudios de AEVI y ESL España | Cuáles crees que son las causas de las diferencias entre porcentajes de mujeres entre ambos estudios?

Bueno | no sé cómo está hecho el primer estudio... | pero si contamos como videojuegos farmville | Candy crush | al jugador casual | al jugador de Tablet, móvil | sí que esta igualado | pero claro son jugadoras casuales | no sé | yo pienso en mi madre con su Tablet | que está jugando TODO el día | pero claro | no la veo viendo un torneo de hearthsotone conmigo sabes? | Yo creo que no nos tomamos en serio ciertos tipos de juegos casuales | ni yo misma | y al final | eso revierte en que nadie quiera ver eso o igual si | igual le ponen eso a las marujas y les encanta ((risas)).

Mira | si vas al chat de texto | verás que hay una frase | (“he trabajado con un montón de mujeres, pero para mí, siempre y para toda la vida me vale más un hombre que una mujer”) esa frase | se le queda grabada a Aidy García una jugadora profesional de CSGO | cuando se la escucha a un compañero suyo | Qué opinas al respecto?

Bueno | yo creo que hay machismo en los videojuegos | pero yo creo que si fueses hombre | también se meterían contigo sabes? | Porque un poco lo que hay son niños ratas | gente que invierte muchas horas ahí y te van a faltar con lo primero que pillen | a mí me han dicho comentarios machistas desde siempre | cuando yo empecé a jugar en mi barrio | solo jugábamos 2 mujeres | yo no sentía el machismo | y ahora sí que estoy notando cada vez más | pero porque se está popularizando y extendiendo | creo que es un rasgo de la sociedad | pero el faltar | el insulto fácil | siempre ha estado en los videojuegos más allá del género

Ósea | dirías que es más la toxicidad de internet que otra cosa?

Si claro | sobre todo en un entorno en los que la gente echa muchísimas horas | y se creen muy buenos | sobre todo en los juegos colaborativos | por ejemplo | en un raid del WoW | tienes que aguantar MUCHÍSIMA mierda...

Has vivido experiencias de este tipo dentro de los videojuegos?

Voy a pensar un poco pero... | ahora te digo | 9 es que no | es que es lo que comentaba antes | tampoco es un machismo exagerado | por ejemplo | es muchísimo peor Facebook | los

videojuegos | no es una comunidad más machista que el resto de la sociedad. | Ósea | me han insultado más veces por ser mala | que directamente por ser mujer...

Entonces | crees que el origen de estas actitudes está en la sociedad?

Si | y sobre todo que antes hace 10 años o más | había muchísimo menos machismo en este mundo | también las comunidades de antes tenías que estar con el secretismo | estaba mal visto sabes? | Y ahora... tienes eSports en televisión! | NO creo que haya un machismo especial para los videojuegos

Secretismo? | Qué quieres decir con esto?

Yo que sé | yo por ejemplo | soy del barrio de la jota (Zaragoza) | y ahí tenías que ser la más choni o ser la más macarra | yo era la más punki y eso estaba súper bien visto | pero ya que estuvieses ahí ludando como un niño rata apartado del resto | eso era un foco de collejas | ((risas)) quizás por lo menos en mi generación | las mujeres éramos muchísimo menos que ahora | pero eso nos lo ahorramos bastante | porque evitabas comentarios que hacían a los hombres del palo | eres un friki y tal...

Es decir | serian básicamente estereotipos | no?

Si | sobre todo como ha cambiado el paradigma | que antes era una cosa que tenías que llevar en secreto | y esto evitaba machismo | porque eras parte de la misma secta no? | los frikis | las cloacas... ((risas)) | eso era como un nexo común

Ahora | relacionando un poco todo esto con el mundo de los eSports | qué barreras crees que se tiene que superar un hombre al entrar en los eSports?

Buenos sobre todo | buscar un buen patrocinador | ser joven | y echarle muchas horas | eso ahora mismo es importante | porque yo veo cómo cambian los reflejos | y no creo que ningún patrocinador contrate a gente mayor de 22 años para largo | y además de esta forma | mover a los jóvenes... | y muchas más barreras... pues no... | conocer a alguien | echarle muchas | horas y ser buenos | y muchas veces parece que te lo regalan | que por ser un viciado ya vas a ser el puto amo y no | tiene MUCHO mérito | es como a la gente que se le da bien cualquier otra cosa | es complicado...

Y una mujer?

Yo creo que las mujeres están en un pozo de sexualización al streamer o a la chica del equipo | pero también lo habría en otro tipo de deportes que hubiese equipos mixtos | hay una sexualización que por un lado ellas rentabilizan | las streamer y tal... | para ganar dinero | pero creo que aunque ellas no se sexualizarán | la gente lo haría | porque la sociedad está hipersexualizada | porque hay tíos que no siguen a tías porque jueguen bien | sino porque enseñan canalillo | pero en todos trabajos y todas partes...

A qué te refieres con esta sexualización?

Pues::: | que muchas streamer rentabilizan ser mujeres... | que saben que la gran parte de viewers son hombres | | y no llegan por lo bien que jueguen | sino porque yo que se | también se lo curran | tener un carisma | una gracia natural | pero inevitablemente va a estar sexualizado | pero como muchos otros sectores | Al final | cuando hay una mujer en grupo de hombres | le acaban sexualizando | haga ella lo que haga | y luego hay unas que se aprovechan | y otras que no.

Movimiento mygamemyname

Nono | ni idea...

Es un movimiento originado en Brasil | y que a España llega de la mano de Movistar riders y DDB | que intenta erradicar el acoso online a las mujeres en videojuegos | con campañas de concienciación en las que participan personalidades masculinas famosas del sector para hacer eco del problema | ¿Cómo crees que hay que hacer frente a estos problemas?

Claro | depende mucho a los juegos que jueguen | yo por ejemplo no he jugado nunca al LOL | pero si me lo creo | porque veo como es la comunidad | y creo que es importante la concienciación | yo a lo que juego no lo veo | pero también es un poco el salto generacional | y creo que los juegos a los que juegue la gente joven me parece BRUTAL | y me parece que está MUY bien la campaña | pero también hay que visibilizar que NO pasa en todos videojuegos | o que NO todas comunidades son tóxicas o machistas

Y todo este eco | ¿Dónde crees que debería hacerse?

Bueno | yo creo que:: | toda comunidad de jugadores esta en Youtube Twitch | o quizás en los propios videojuegos | | que antes de empezar | te saliese una imagen o un video de

campañas como la que has dicho tú| eso sería BASTANTE interesante| hay MUCHA toxicidad en los videojuegos |y no es solamente por eso| eso es atajar un problema que está en la sociedad |y que no se puede abordar solamente desde los videojuegos| pero TODO que se haga |está bien

Pues no sé eso era un poco la entrevista no sé si quieres añadir algo más...?

No...| me interesa saber mucho PORQUE es esta diferencia| porque ni yo los veo| ni mi pareja que es un friki tampoco |no se igual es lo que te digo | que es el salto generacional |o igual que las mujeres no consumimos tantos deportes |no sé porque pero es así|| aunque... todo esto está bastante guay| mola huevo todo esto! |me gustaría saber las conclusiones |así que si me lo puedes pasar al terminarlo estaría genial..

Anexo III-Glosario de Términos

LAN-parties: Eventos donde se reúnen grupos de personas para jugar con sus ordenadores además de compartir e intercambiar información.

Prize pool: Cantidad monetaria a percibir por el jugador/jugadores/clubes por conseguir un determinado puesto en un torneo.

Twitch: Plataforma propiedad de Amazon que permite la retransmisión de videojuegos en directo.

Micropagos: Adquisición de mejoras utilizables en el videojuego mediante microtransacciones.

Free to play: modelo de negocio donde no existen barreras de entrada para jugar al videojuego y su adquisición es a través de una descarga online.

Fanbase: Base de seguidores que tiene una persona/club

Skins: Mejora visual aplicable a los elementos de un videojuego.

Mods: Extensión que modifica un videojuego original proporcionando nuevas posibilidades, ambientaciones, personajes, diálogos, etc. La mayoría de los videojuegos modernos incorporan herramientas y manuales para que exista la posibilidad de modificarlo al gusto del jugador.

Viewers: Son los visualizadores de competiciones de eSports o *streamings* en directo.

Youtubers: Personas que se dedican a realizar videos de diversos temas en los que cuentan que les gustan y hacen contenido para sus suscriptores.

Gamers: Aquellas personas que se dedican a los videojuegos y su cultura disfrutando de ello.