Videojuegos: la nueva mina de oro (y de machismo) del ocio global.

Por: Marina Lobo / José Luis Marín. ctxt. 21/05/2020

El confinamiento dispara las horas de juego en todo el mundo. Desde hace años, el crecimiento económico de esta industria ha ido paralelo a los problemas de acoso y discriminación.

“El consumo de videojuegos en línea aumenta un 75% en España en el último mes”. “Se disparan las ventas de juegos digitales y consolas durante el confinamiento”. Estos son algunos de los titulares que han salpicado la prensa durante las últimas semanas y que confirman el empuje, esperable, que la crisis sanitaria global ha dado a un hecho vigente desde hace tiempo: el videojuego es la industria de ocio con mayor crecimiento en el mundo y, además, la que disfruta de un público más joven y dinámico.

Pero detrás de pantallas, teclados y mandos asoma también otra realidad brutal y descarnada, esculpida durante años en unos y ceros: los videojuegos son un pozo de machismo y desigualdad de enormes dimensiones. Y lo son en todas sus etapas y momentos. Desde los pasillos de las compañías que desarrollan, entre patinetes y latas de bebidas energéticas, los juegos y aplicaciones de ocio, hasta las partidas en red que conectan a miles de jóvenes usuarios las 24 horas del día, pasando por los medios de comunicación y las redes sociales especializadas en el sector.

Así lo cuentan, sin filtros, las más de de 20 mujeres jóvenes –si no jovencísimas– que han participado en Nerfeadas, una serie documental que se puede ir siguiendo de forma abierta en Youtube y cuyas autoras, Marina Amores y Marta Trivi, presentaron a lo largo de febrero en varias ciudades de España junto con algunas de sus protagonistas.

Periodistas, desarrolladoras, ‘gamers’, ‘youtubers’ y profesionales explican en varias horas de metraje la realidad que se encuentran las mujeres cuando entran en el que ya es el nuevo gran sector del entretenimiento: hiper-masculinización del producto; referentes atomizados y/o sexualizados; ambientes de trabajo misóginos, desprecio e infravaloración del trabajo femenino… Y, en su extremo más alarmante, acoso

laboral y/o sexual.

“En el sector de los videojuegos hay cosas más propias de los años ochenta que de la época en la que vivimos. Si una profesional denuncia un caso de acoso, se queda sola”, resume la desarrolladora Laura González en una de las entrevistas del documental. Marta Trivi, guionista de de Nerfeadas y periodista especializada en videojuegos, asegura a CTXT que basta con repasar el lanzamiento del propio documental para entender la realidad a la que se enfrentan: “Hemos tenido que pedir a una persona para que nos lleve la cuenta de redes sociales debido a la ola de ataques y acusaciones online que estamos recibiendo”.

No se trata de ninguna novedad. El machismo es un mal estructural que recorre todos los rincones de la vida pública y privada. Pero la violencia y la discriminación son especialmente pasmosas en un ámbito donde la modernidad y la juventud –la mitad de los trabajadores tiene menos de 30 años– son las banderas a defender. Se trata de una ilusión. Según la Asociación Independiente de Desarrolladores de Videojuegos, solo el 20% de las personas que trabajan en este sector a nivel global son mujeres. En España, los datos son aún más paupérrimos: El Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2019 sitúa la presencia de mujeres en la industria nacional en el 16%.

Cifras, todas ellas, que chocan con la realidad que hay al otro lado de las pantallas y que corroboran la galopante infrarrepresentación de género que existe en estos ámbitos: en España, cuatro de cada diez usuarios de videojuegos ya son mujeres. En algunas parte del mundo, llegan a la mitad. No parece que para las empresas y compañías sea suficiente: durante el E3 del año pasado –la feria internacional de videojuegos más importante del mundo–, apenas dos de cada diez presentaciones del evento corrieron a cargo de mujeres.

Hoy, y a pesar de que la pandemia ha traído un aumento en el consumo de juegos, horas de conexión y partidas en línea, el sector mira con recelo su futuro más inmediato. La falta de inversiones y la paralización de proyectos hace preveer grandes pérdidas en un la industria que en España todavía es pequeña y está muy concentrada –el 44% de la facturación corresponde a empresas que cuentan con una plantilla de más de 50 empleados–.

Para las mujeres que vienen denunciando la desigualdad y el acoso arraigados en el sector, este siempre ha sido un primer escollo: el tamaño reducido de las empresas

hace muy complicado denunciar cualquier comportamiento, entre otras cosas porque es casi imposible mantener el anonimato. Pero esta es solo la última casilla en el largo camino que dibuja el machismo dentro y alrededor de la industria.

La escala de la discriminación: de la universidad a las partidas en línea

Según recuerdan varias de las jóvenes que aparecen en Nerfeadas, la desigualdad y la discriminación en el sector de los videojuegos son problemas que trascienden ampliamente el momento en el que se sientan delante de un ordenador para trabajar o jugar. Ya desde el nivel formativo, menos de un tercio (31,4%) de las personas matriculadas en carreras STEM –acrónimo en el que se concentran las ocupaciones relacionadas con la ciencia, la tecnología o la ingeniería– son mujeres.

Pero no solo se trata de los roles de género y las expectativas que se imponen a la hora de elegir una carrera. “Varias estudiantes universitarias nos han relatado episodios de coacción sexual o casos en los que el profesor ridiculiza a la alumna públicamente”, comenta Marta Trivi sobre la lacra del machismo universitario, que ya fue documentado en 2018 por una investigación de la revista Pikara donde se reveló que más de la mitad de las universidades públicas españolas había registrado casos de acoso en sus centros.

Para las chicas que sufren estas situaciones, asegura Trivi, de nuevo denunciar es lo más complicado. La pronunciada verticalidad que conecta formación y mundo laboral convierte lo que debería ser una protección en una trampa. La razón es sencilla: muchos profesores universitarios trabajan en empresas del sector o incluso son dueños de las mismas, convirtiendo la oferta laboral en un cuello de botella. Por eso, apunta la periodista, encontrar estudiantes que quieran –y puedan– dar la cara es prácticamente imposible; ellas son el eslabón más vulnerable.

Para las que, de una u otra forma, consiguen llegar a entrar en la industria, las complicaciones se mantienen o se amplían. Más si cabe cuando el contexto de partida no es el más amigable. Durante muchos años, el mundo del videojuego ha sido protagonista de sonados episodios de abuso laboral en forma de interminables jornadas de trabajo y acumulación de horas extra (una práctica conocida de forma genérica como crunch y que fue recogida con precisión en el libro Blood, Sweat and Pixels, del periodista Jason Schreirer). En un ambiente ultracompetitivo y donde la presión laboral es salvaje, la discriminación y el machismo hacen que las mujeres sufran doblemente.

Las protagonistas del documental se refirieron a este tipo de experiencias y mencionaron episodios que iban desde “ser objeto continuo de chistes, acudir a ayuda psicológica, tener temor de ir a trabajar o dejar su puesto de trabajo por lo insostenible de la situación”. Al acoso laboral se suman otras dinámicas habituales, como el escaso –en ocasiones incluso nulo– apoyo de los compañeros o la aparición del conocido como ‘síndrome de la impostora’: inseguridades, dudas sobre las capacidades propias –incluso cuando están sobrecualificadas–, sentir que el éxito ha llegado solo por suerte…

En último término, este ambiente se reproduce –y multiplica– en la propia práctica del ocio o en el juego profesional, los conocidos como E-Sports. Según un estudio publicado el año pasado en Estados Unidos, un 38% de las mujeres que juegan a videojuegos en el país ha sufrido abusos y discriminación machista En España, algunas encuestas sitúan el porcentaje en cifras similares. “El acoso empieza cuando jugamos y nos identificamos como mujeres”, dice Marta Trivi. “No es sólo que nos llamen putas o que nos manden a fregar, es que directamente asumen que eres peor que ellos o que vas a hacer un rol de cuidadora”.

Jen Herranz es una de esas jugadoras habituales de los canales más populares. Lo hace de forma profesional desde 2013 y recuerda que, ya en el instituto, sus compañeros ponían en duda sus habilidades por el simple hecho de ser mujer. Un comentario habitual que ayuda a entender por qué a pesar de que ellas ya son casi la mitad de las jugadoras de videojuegos, apenas llegan a un puñado si de ligas profesionales se trata.

Hoy, en mitad del confinamiento, Jen juega, a diario y en directo, desde de la plataforma de emisión en streaming Twitch, una de las más importantes del sector.

“Normalmente, hay moderadores en los canales que expulsan a la gente que hace comentarios discriminatorios”, comenta Jen sobre el funcionamiento de la red. Esto no evita, sin embargo, que se sigan colando cientos de comentarios machistas y violentos contra las jugadoras, como han denunciado varias usuarias recientemente. Tampoco que se ponga punto y final a un problema estructural y profundo: el acoso en las partidas online es norma general, también afecta en un alto porcentaje a otros colectivos como el LGTBI o las personas racializadas y, como ocurre con las redes sociales, siempre aparecen nuevas fórmulas de discriminación.

No todo son comentarios violentos o insultos. En muchas ocasiones, comenta Jen, el machismo se reproduce de forma más sutil y prejuiciosa: “Me dicen cosas como que soy la única chica que han visto que está jugando y no está enseñando”. “Yo cuando veo esto intento ser racional y explicar que eso son comentarios machistas: si yo ahora estuviera jugando igual pero con una camiseta de tirantes enseñando más piel ni mi personalidad cambia, ni mis habilidades cambian… Y si hay chicas que lo quieren hacer así tú no eres quién para decirle nada”, concluye.

Jen también pone el foco en los propios medios del sector, donde la desidia es habitual. “En los artículos que escribo o donde salgo mencionada he leido comentarios que dicen cosas como: quién es esta tía, ha llegado aquí chupando pollas, esta no tiene ni puta idea, está ahí por su cara bonita…”. “Cuando empecé a especializarme en videojuegos fue muy habitual ver comentarios en redes y las webs donde se decía que había llegado allí ‘por las cuotas’”, añade Marta Trivi sobre su experiencia profesional.

El #Metoo, las reivindicaciones y los peligros de la mercantilización

De la misma forma que ha ocurrido con otros sectores de la cultura y el entretenimiento, el sector del videojuego no ha sido ajeno al movimiento reivindicativo que implosionó tras la cascada de acusaciones que recibió a partir de 2017 el productor Harvey Weinstein, condenado recientemente a más de 20 años de prisión. Nerfeadas es un ejemplo en nuestro país, pero las denuncias se han ido acumulando en todo el mundo.

En 2018, la revista digital Kotaku fue una de las primeras en romper la baraja tras la explosión del #Metoo. En un extenso reportaje, la periodista Cecilia D’Anastasio desgranó, de forma detallada y con numerosas fuentes, la galopante cultura sexista que imperaba en Riot Games, una de las compañías de desarrollo de videojuegos

más importantes del mundo. Tras la publicación de la investigación, las trabajadoras de la compañía interpusieron una demanda colectiva por discriminación salarial que sigue pendiente de resolución: mientras la compañía ofrece 10 millones de dólares en términos de indemnización, el Estado de California ha cifrado el agravio en cerca de 400 millones.

En 2019, varios testimonios publicados a través de las redes se unieron a la nueva ola de denuncia: la desarrolladora norteamericana Nathalie Lawhead publicó en Twitter cómo había sido violada por un compañero de trabajo en un caso que terminaron recogiendo varios medios internacionales. Después de ella, llegaron varias profesionales más.

Sin embargo, lo ocurrido en los dos últimos años no ha sido la primera vez que las mujeres han tratado de denunciar algo así en el sector. Según recogió el diario The Guardian, durante 2012 y 2014 ya hubo varios intentos, desde dentro de la industria, de destapar el sistema enraizado de abusos, pero se vieron frenados por diferentes motivos. Entre otros, los que señalaba Marta Trivi con anterioridad: cualquier mujer que denunciara casos de discriminación corría el riesgo de abrir la puerta a más hostigamientos y presiones, incluidas las que tienen que ver con mantener su puesto de trabajo.

Junto con esto, el periódico británico advertía sobre el papel preponderante que ha jugado la prensa para diluir la gravedad de los hechos: hasta 2017, las reivindicaciones de las mujeres se habían cubierto de forma superficial o colorida; solo con la fuerza ocasionada por el caso Weinstein –y por el beneficio en términos de audiencia- se había comenzado a demostrar cierto interés mediático.

Durante la presentación del documental, Marina Amores, directora de Nerfeadas, hizo referencia a este cinismo con el que se afronta, en muchas ocasiones, las reclamaciones y denuncias de la mujer en la industria del videojuego, tanto a nivel mediático como comercial. La periodista se refirió a prácticas tan extendidas como la publicación y promoción de artículos con encabezados tan sugerentes como “Las diez mujeres más importantes de…”, o la explotación comercial de fechas y efemérides concretas, como la del 8 de marzo. Mientras, aseguró, la realidad del machismo –en sus distintas escalas– permanece apartada de la agenda empresarial.

Un espejismo digital que recuerda, por cercanía, a la mascarada generalizada que se practica en esa gran esfera que es el nuevo capitalismo tecnológico: éxito

comercial, conectividad, consumo con buena cara… Y una voracidad sin límites que deniega derechos a un ritmo trepidante, al mismo tiempo que trata de convertir en vía de negocio la promoción y defensa de la igualdad (no hace falta ir muy atrás para ver a Mark Zuckerberg lanzando numerosas iniciativas dirigidas a la comunidad LGTBI al mismo tiempo que se relaciona con las figuras más prominentes de la extrema derecha).

“Pareciese que, por ser una industria tan joven, muchos comportamientos tienen un pase. Pero se termina tendiendo la mano de la misma forma a las personas que ofenden que a las ofendidas. Primero, porque los medios necesitan esa audiencia para sobrevivir, pero también porque no se reconocen las actitudes patriarcales”, señala Inés Alcolea, experta en marketing y promoción de videojuegos.

Según Alcolea, existe el riesgo de que, tras el nuevo impulso de denuncia y reivindicación, las peticiones de las mujeres acaben sometidas a un filtro selectivo y se conviertan en poco más que un un lavado de cara. ¿Cómo? A través, por ejemplo, de secciones especializadas en contenidos femeninos que no dejen de ser compartimientos aislados y temáticos. O con el ya mencionado cinismo comercial con el que se abordan las cuestiones de igualdad. Entre tanto, apunta, los problemas de base permanecen inmóviles.

“A mí solo me invitan a ciertos eventos cuando quieren rellenar cuotas para demostrar igualdad o quieren hablar de cosas de mujeres. Es fácil ver quién se arroga a la espada del feminismo solo por una cuestión de marketing mientras no te paga la ponencia porque vienes a hablar ‘de lo tuyo’”, añade Alcolea.

Mientras, muchas de las profesionales pelean por abrirse camino: unas, montando sus propias compañías y estudios. Otras, con proyectos de inclusión como FemDevs, una organización orientada a la promoción de la mujer en el desarrollo de videojuegos. “Tenemos suerte de que en España, dentro de la industria, el movimiento feminista está muy presente y nos apoyamos mucho unas a otras”, comenta Jen.

El recorrido, en cualquier caso, no parece sencillo. Menos aún cuando, a pesar del aumento de las ventas y de las partidas online que se han registrado en las semanas de confinamiento, los augurios en el corto plazo para la industria no son especialmente buenos: según la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos de España, la crisis sanitaria del coronavirus ya han dejado por el camino 500 empleos

y unas pérdidas de 90 millones de euros solo en el mes de marzo.

Ante esto, el Gobierno ha lanzado, a través de los ministerios de Consumo y Cultura, una primera red de rescate para un sector que consideran “de creciente importancia cuantitativa y cualitativa en nuestro país”. En total, 70 millones de euros destinados a fomentar la industria digital española. La misma que, lejos de fomentar la igualdad, entre 2016 y 2018 ha reducido la ya bajísima presencia de mujeres en medio punto.

LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ

Fotografía: ctxt.

Fecha de creación
2020/05/21