



UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

...MUJER TENÍA QUE JUZGAR

Autora: Silvia Pineda Fernández
Titulación: Grado en Periodismo
Tutor/a del TFG: Isaac López Redondo
Curso: 2021-2022

Agradecimientos

La primera vez que escuchas las palabras Trabajo de Fin de Grado es en el primer curso de la carrera. Luego parpadeas y, de repente, estás en el último año: ha llegado tu turno.

En mi caso, he estado fuera del país la primera mitad del año y al llegar a España, la palabra TFG lo ocupó todo. Durante estos meses ha habido mucho agobio y estrés por no saber qué y cómo hacerlo.

Por ello, quiero agradecer a mi familia, en primer lugar, por aguantar mis quejas y haber tenido que ver el reportaje tantas veces seguidas.

A mis amigos, en segundo lugar, por mantener una paciencia infinita conmigo y prestarme su ayuda cuando la he necesitado.

En tercer lugar, a mí misma, por no dejarme llevar por la presión y conseguir sacar adelante este trabajo.

Y por último a mi tutor, por haber creído en mis capacidades para la escritura y la edición desde el principio.

Índice

1. Resumen	4
2. Introducción	5
3. Metodología	7
3.1. Objetivos	7
3.2. Justificación del formato	8
3.3. Recursos y entrevistas	9
3.4. Dificultades	12
4. Marco teórico	13
4.1. El reportaje como género periodístico	13
4.2. La prensa del videojuego	15
5. Reflexiones finales	17
6. Referencias	18

1. Resumen

La mujer, como profesional en la crítica de videojuegos, sigue buscando el reconocimiento que se merece en un sector que, desde hace muchos años, se ha caracterizado por ser machista. La mayoría de las redacciones en la prensa del videojuego están compuestas por hombres, y esto hace que las mujeres puedan quedar en un segundo plano, no solo a la hora de hablar sobre videojuegos, sino también en cuanto a desigualdad laboral. También se debe tener en cuenta que actualmente hay una precariedad que rodea a la prensa en España y que, por tanto, afecta a la prensa del videojuego.

La crítica de videojuegos es otra de las partes de la prensa en la que las mujeres tienen que mostrar su voz. No solo eso, sino que también es tarea de los periodistas —tanto hombres como mujeres— el lograr que se comience a tratar al videojuego, no solo como un producto de entretenimiento, sino también como un producto cultural. Aún así, la crítica de videojuegos sigue siendo rechazada por muchos lectores al tener una perspectiva subjetiva, cuando esta es, precisamente, una de las características de la crítica.

La propia prensa del videojuego ha ido evolucionando conforme este sector ha crecido en España. Ya no se trata simplemente de evaluar al juego con una nota, sino que se analiza más en profundidad. Con esta misma evolución, han surgido grupos dentro de la comunidad que rechazan a la mujer como parte de este y, aunque se trata de un número pequeño, también son los que más ruido llegan a hacer. Ahora, las mujeres quedan desprotegidas ante esos usuarios anónimos de internet que intentan atacarlas.

2. Introducción

Este documento se presenta como memoria del reportaje audiovisual “...Mujer tenía que juzgar”. El discurso construido a través de las diferentes entrevistas realizadas se centra en reivindicar la importancia de la crítica como género dentro de la especialización periodística en videojuegos.

El videojuego, como producto, se integra dentro del sector del entretenimiento aunque es igual de importante considerarlo como producto cultural, pues a través de este se transmiten ideas, conceptos o historias llamativas que pueden ser de relevancia para la sociedad. Al igual que un libro o una película, los videojuegos aportan en cuanto a la proyección de un lenguaje y una cultura propios. Los videojuegos tienen su propio arte —en cuanto a diseño de escenarios, creación de personajes y dinámicas— y este debería ser integrado en la perspectiva actual de cultura. Sin embargo, parte fundamental de esta tarea recae en los periodistas de videojuegos, quienes pueden darle al videojuego la importancia que merece.

La prensa de videojuegos actual presenta, como la prensa actual, una precariedad general en cuanto a derechos, salarios y bienestar del trabajador a pesar de que en España, el desarrollo y la venta de videojuegos sea un sector en auge. La crítica de videojuegos como género dentro del periodismo de dicho ámbito está cobrando cada vez más importancia, junto a las guías, puesto que actúan como guía de compra para los consumidores.

Sin embargo, los videojuegos, ya sea en su parte más técnica o en la prensa, son un sector compuesto mayoritariamente por hombres. En datos actuales, hablamos de más de 650 empresas o estudios, la mayoría PYMEs, que generan más de 15.000 puestos de trabajo. Por cierto, las mujeres solo representan aún el 18,5% del total de trabajadores del sector. Este es un aspecto en el que hay un gran potencial de mejora para incorporar el talento y la visión del conjunto de la población (AEVI, 2020). Aún quedan por reivindicar espacios y visibilidad para las mujeres en esta industria. Por tanto, añadimos la siguiente pregunta: ¿qué aporta la mujer en el campo de la crítica de los videojuegos?

Pues bien, es importante conocer la situación de la mujer en el ámbito laboral y el cómo se le trata en las redacciones donde, según Sonia Herranz: “En las redacciones no hay más mujeres que hombres, solo que ahora tienen más visibilidad y parece que hay más”. Esto es un hecho destacable puesto que la presencia de figuras femeninas fomenta que haya interés entre las personas más jóvenes y facilita la futura entrada de estas en el sector, pues lo ven como una opción más en su futuro laboral.

El videojuego es uno de los sectores de ocio audiovisual más lucrativos de España, con una facturación de 1.747 millones de euros en 2020, con un 18% más que en 2019 (AEVI, 2020). Con la expansión informática que hubo en España en los inicios de los 80, aparecieron revistas con contenido sobre tecnología e informática como ZX —que apareció en 1983— que más tarde, comenzaron a introducir contenido sobre videojuegos.

Con la llegada de Internet a España, las cabeceras de muchos medios de comunicación quisieron adaptarse a este cambio y comenzaron a digitalizar su información en páginas web. Además, con la aparición de un nuevo tipo de lector —un perfil joven que prefiere informarse a través de las redes sociales— (López Redondo, 2020) y la última crisis económica —con medios apostando por la reducción de gastos y despidos masivos de periodistas dando lugar a la necesidad de redefinir la profesión— (Casero y Cullell, 2013), los medios online se

transformaron “pasando de ser simples revistas adaptadas a Internet a incluir herramientas que las han convertido en verdaderas comunidades virtuales” (Muñoz y Sebastián, 2010).

Con todo este auge se consolidaron grandes profesionales de la comunicación como David Martínez (Hobby Consolas), Bruno Sol (Retro Gamer), Javier Andrés (Meristation), Gustavo Maeso (IGN España), Guillermo G.M (Deus Ex Machina) o Víctor Manuel Martínez (Anait Games). Sin embargo, ¿dónde quedaron las profesionales?

Ellas estaban ahí y, al igual que ahora, siguen ahí. Pero por desgracia carecen de visibilidad. Ya no solo hablamos de las mujeres periodistas dedicadas a este ámbito, sino de creadoras de contenido (*streamers*) e incluso de jugadoras que, a pesar de gozar de algo más de visibilidad, viven situaciones de acoso por parte de la comunidad *gamer* por el hecho de ser mujer. El machismo sigue estando presente en la sociedad, por tanto cabe pensar y no es disparatado, que también se da en las redacciones de la prensa especializada en videojuegos.

3. Metodología

3.1. Objetivos

Los objetivos de este reportaje audiovisual giran en base a los dos ejes principales del planteamiento temático: la mujer y el periodismo, en especial la crítica de videojuegos. Por tanto, lo más importante —también una de las razones de la elección del formato del reportaje— es poner rostro a las mujeres críticas en el ámbito además de reivindicar la importancia crítica de la mujer. Por tanto, los objetivos quedan establecidos como:

- Reivindicar la importancia de la crítica dentro del periodismo de videojuegos.
- Poner rostro a las mujeres que realizan críticas de videojuegos.
- Comparar la situación laboral de la mujer con la del hombre.
- Recalcar la importancia de la mujer en el periodismo de videojuegos, específicamente, en la crítica.
- Demostrar la sexualización de la mujer frente a la comunidad *gamer*.
- Desmontar los estereotipos existentes en relación a la especialización.

3.2. Justificación del formato

El presente trabajo sobre la prensa del videojuego y el papel de la mujer dentro de esta, está plasmado en un reportaje audiovisual televisivo. Dicho formato ha sido elegido por varios motivos.

En primer lugar, es una opción de formato que permite una mayor creatividad para crear y manipular los contenidos audiovisuales, de manera que la visualización del reportaje sea fácil, dinámica y amena. Al ser una temática que da varias posibilidades de creación —hablamos de los videojuegos— y con la cual estamos familiarizados, ha sido de una mayor facilidad el crear grafismos relacionados con los videojuegos, que unen el contenido al mensaje del reportaje.

En segundo lugar, una de las razones del formato elegido más importantes es poder poner rostro a aquellas mujeres detrás de la crítica de videojuegos en la prensa, las cuales merecen reconocimiento al igual que los hombres. Por tanto, resulta de importancia la aparición de sus rostros, para poder diferenciarlas y sobre todo, reconocerlas.

En tercer lugar, debido también a las habilidades de creación y edición de vídeo propias, que hacen de este nuestro reportaje un trabajo que se diferencia del resto y, además, lo dota de una creatividad y personalidad propia.

3.3. Recursos y entrevistas

Para elaborar el reportaje audiovisual hemos usado tanto imágenes grabadas propias y recursos de otras fuentes como tráilers de videojuegos, *gameplays*, etc. Para grabar los recursos propios hemos usado una aplicación de grabado de pantalla (Xbox Game Bar) y una cámara Canon 1300D con la que hemos conseguido vídeos de mujeres jugando videojuegos o planos extras como revistas antiguas de videojuegos. Con la aplicación de grabado de pantalla pudimos extraer vídeos de diferentes artículos e incluso extractos de redes sociales.

Ahora bien, el contenido principal que hemos reciclado para el reportaje han sido las entrevistas realizadas, la mayoría de manera online debido a que las entrevistadas estaban repartidas por diferentes puntos de España como Madrid, Barcelona o Galicia. Por tanto la movilidad era difícil y costosa. Sin embargo, también contamos con entrevistas presenciales.

La decisión de realizar entrevistas solo a mujeres del ámbito recae, de nuevo, en la necesidad de permitir que sean ellas quienes se expresen por sí mismas. A través de una búsqueda por las diferentes redacciones de videojuegos, pudimos extraer información suficiente para crear un excel que facilitó contactar con las fuentes. Para esto, usamos principalmente *Twitter* y *LinkedIn* puesto que la sección de “Equipo” o “Quiénes somos” de las páginas web no aportaban los suficientes datos sobre sus trabajadores.

Una vez tuvimos todo el contenido audiovisual grabado, usamos el programa Adobe Premiere Pro 2020 con el que realizamos los grafismos animados, es decir, la introducción del reportaje y la animación que da paso a cada sección, y la edición del cuerpo del reportaje.

Déborah López



Profesión: Periodista de videojuegos (redactora).

Medios de comunicación: AnaitGames, ArsGames y Revista Manual.

Contacto: a través de correo electrónico.

Entrevista: presencial.

Motivo de la entrevista: En primer lugar, es un nombre con algo de reconocimiento dentro del propio ámbito de la redacción de videojuegos, además de que es joven y podría aportar un punto de vista interesante.

Sonia Herranz



Profesión: Directora de Hobby Consolas, periodista de videojuegos.

Medios de comunicación: Hobby Consolas, Nintendo Acción, TodoSega, Hi-Tech.

Contacto: A través de correo electrónico.

Entrevista: Online a través de Google Meet.

Motivo de la entrevista: Es una de las periodistas de videojuegos en activo con más experiencia laboral. Empezó cuando era joven, por lo que el contraste de tiempos también parecía interesante.

Sara Borondo



Profesión: Freelance y periodista de videojuegos.

Medios de comunicación: Vandal, Promecal, El Correo.

Contacto: Twitter y correo electrónico.

Entrevista: A través de Google Meet.

Motivo de la entrevista: Es una periodista muy reconocida dentro de la prensa de videojuegos, además de tener artículos críticos muy interesantes, por lo que su perspectiva sobre la crítica es valiosa.

Carmen Suárez



Profesión: Periodista de videojuegos.

Medios de comunicación: Eurogamer.es, Deus Ex Machina, Uptodown.

Contacto: LinkedIn y correo electrónico.

Entrevista: A través de Google Meet.

Motivo de la entrevista: Su perfil joven pero con gran experiencia en diferentes medios especializados en videojuegos podría aportar una visión y contrapunto en comparación al resto de entrevistadas.

Inés Barriocanal



Profesión: Ex-crítica de videojuegos y jefa de contenido en Noob (Webedia España).

Medios de comunicación: PlayStation España, VS Gamers, IGN España, eGamers, eSports Vodafone.

Contacto: Twitter y correo electrónico.

Entrevista: A través de Google Meet.

Motivo de la entrevista: Cuenta con gran experiencia en diferentes ámbitos de la prensa de videojuegos, no solo como redactora sino también como presentadora de noticias sobre estos.

Mariela González



Profesión: Periodista de videojuegos y gerente de marketing en Opera GX.

Medios de comunicación: Nivel Oculto, Break, Indieorama.

Contacto: Twitter y correo electrónico.

Entrevista: Presencial.

Motivo de la entrevista: Además de haberse dedicado a la redacción de prensa de videojuegos, también ha escrito libros relacionados con ellos, por lo que podría aportar un punto de vista diferente en cuanto a la importancia de la crítica.

3.4. Dificultades

La principal dificultad ha sido la distancia física a la hora de realizar las entrevistas. Personalmente, creemos que una entrevista presencial ofrece muchas más posibilidades no solo en cuestión de hablar y establecer una confianza con el entrevistado, sino también porque enriquece la variedad de los planos en el reportaje.

Por otro lado, contactar con las fuentes ha resultado complicado por varias razones. En primer lugar, porque la mayoría de las veces había que contactar por redes sociales y no por correo electrónico, lo que hacía que muchas fuentes no leyera siquiera el mensaje. En segundo lugar, porque en ciertos medios (como Nintendos), los artículos están firmados por nombres de usuario concretos cuyo perfil no aporta datos del redactor/a de estos y, en otras ocasiones, solo aparecía el nombre de la fuente, sin los apellidos, con una breve descripción de su persona, lo que no aportaba datos para poder realizar su búsqueda fuera del medio de comunicación. Por último, muchas de esas fuentes a las que había acudido, rechazaron la posibilidad de entrevista por sentir vergüenza de ser grabada, porque ya no trabajaban realizando análisis y les resultaba incómodo o porque se sentían violentas al hablar de temas relacionados con el acoso, el mansplaining o el Gamergate, dado que era algo que les tocaba de cerca.

También, al comenzar con la edición del reportaje, nos dimos cuenta que queríamos añadir grafismos animados en este que tuvieran relación con el videojuego. Sin embargo, no sabíamos animar objetos o personajes, por lo que tuvimos que investigar cómo hacerlo y practicar a base de prueba y error. Esto fue una dificultad añadida, aunque al final conseguimos nuestro objetivo y pudimos añadir los grafismos al reportaje.

Además, comenzamos la edición en el programa Premiere Pro de 2016 y, al exportar el reportaje casi terminado, resultó que las dimensiones con las que habíamos trabajado no concordaban con las dimensiones de un ordenador normal. Al revisar qué había ocurrido, nos dimos cuenta de que el programa de 2016 no soportaba las dimensiones necesarias —que eran 1280x720 px— sino que tenía unas dimensiones predeterminadas de las cuales debíamos escoger unas concretas —en este caso habíamos editado con 760x520 px—. A una semana de entregar el aval para el reportaje, tuvimos que rehacer la edición de este desde cero.

4. Marco teórico

4.1. El reportaje como género periodístico

El presente trabajo está realizado en formato de reportaje audiovisual, enmarcado dentro del género periodístico del reportaje. La realidad que nos rodea es cada vez más compleja y el lector contemporáneo es diferente y se ha creado nuevas necesidades y exigencias, no sólo de estar informado conociendo lo que ocurre sino también por qué, para qué y cómo ocurre. Esto determina la necesidad de nuevos métodos y técnicas a la hora de escribir, que se encuentran sintetizados en el que debería ser el género predominante por excelencia en las próximas décadas, el reportaje. (Fernández Parratt, 1998).

El reportaje entretiene e informa pero, sobre todo, busca guiar con su interpretación a los ciudadanos perdidos en lo que supone la sobreexposición informativa de nuestro tiempo. Cada uno usa técnicas diferenciadas, marcadas por su estilo y por la aplicación de teorías muchas veces escritas para cada ocasión, pero, en general, abordan temas de interés social (Moreno Espinosa, 2012).

El reportaje se caracteriza, con respecto a otros géneros periodísticos, por su diversidad funcional, temática, compositiva y estilística. Desde el punto de vista compositivo y estilístico, es un género muy versátil, ya que puede incorporar y combinar múltiples procedimientos y recursos de escritura, absorber en parte o del todo otros géneros periodísticos informativos —como noticias, informaciones, crónicas, entrevistas— y de opinión —columnas y comentarios— y además puede asimilar parcial o totalmente géneros literarios y artísticos —como la novela, el ensayo, el short story, el cine o el teatro—. (Patterson, 2003).

Los reportajes de televisión, en su origen, están caracterizados por la profundización de la noticia, la descripción de la realidad, y la originalidad en el tratamiento y presentación de los hechos (Barroso, 2002). Una representación eminentemente testimonial que el periodista enuncia con una expresión subjetiva, marcando así la necesaria diferencia entre el reportaje y el documental (Domínguez Quintas, Arévalo Iglesias, 2020).

Genéricamente, es el género que permite intensificar mejor los recursos expresivos que cada medio puede ofrecer. Al ser en sus formas expositivas el género más libre, favorece el uso de nuevas técnicas narrativas. En el reportaje se comunica algo que despierta en el lector la necesidad de actuar, por lo que en ocasiones no se trata sólo de información, sino también de denuncia. Así, se hace la presentación detallada del hecho para que el lector lo viva y de este modo se forme un criterio y actúe conforme a él. Como género informativo exige una profunda investigación documental, observación de campo y entrevistas, pero su propósito es además interpretativo. Supone, por tanto, una interpretación del suceso, que refleja la propia experiencia del periodista y que hace que sea el género periodístico más extenso. (Moreno Espinosa, 2000). «No se pretende dar a conocer noticias, sino informar a hacer recordar al público los antecedentes de una noticia o los distintos aspectos de un problema que se considere de interés público y de actualidad» (Hills, 1987).

Una misma realidad puede contarse de muy diversas maneras. Los recursos disponibles, el tiempo, los condicionantes o la intencionalidad determinan en gran medida el producto informativo final. Un proceso de narrar que ha ido evolucionando con el paso del tiempo. En la actualidad los reportajes no sólo tienen que informar, hay que entretener y captar la atención de una generación de espectadores nacida en la era audiovisual y acostumbrada al visionado diario de programas informativos. (Moreno Espinosa, 2012).

4.2. La prensa del videojuego

En el presente reportaje se mencionan una serie de hechos y/o conceptos con significado propio, e inclusive, contexto propio, por ende hemos creído necesario explicarlos en relación con la prensa de videojuegos.

Según otros autores, los videojuegos se han consolidado como bien de consumo generalizado, como se refleja en el tamaño del sector en España. En 2020, el sector de los videojuegos en España facturó 1747 millones de euros, un 18% más que en 2019, con un impacto directo en la economía de 3.577 millones de euros. Además, el sector del videojuego genera más de 9.000 empleos directos y más de 23.000 empleos indirectos (AEVI, 2020).

López Redondo (2020) cita a Ríos, quien habla del papel de la prensa como algo determinante en el creciente proceso de legitimación social del videojuego, no solo en su vertiente lúdica, sino también a la hora de concebirlo como medio de expresión artística o como instrumento educativo. La sociedad demanda cada día una mayor cantidad de contenidos informativos sobre esta materia, pero también más calidad, o lo que es lo mismo, una mayor especialización del periodista a la hora de informar sobre videojuegos y sobre esports. Con el paso del tiempo, las páginas y otras revistas fueron incorporando información y opinión sobre videojuegos comerciales, con críticas elaboradas a partir de un sistema de puntuación que todavía hoy se mantiene en la mayoría de publicaciones especializadas, impresas y digitales, donde se valoran aspectos fundamentalmente tecnológicos del videojuego como pueden ser los gráficos, el sonido o la jugabilidad. (Lopez Redondo, 2020).

Detrás de los portales, webs o revistas digitales se encuentran equipos de redacción formados por aficionados a los videojuegos, con ciertos conocimientos de programación, gente joven con mucha ilusión y ganas de trabajar a cambio de nada para ofrecer un producto igualmente gratuito. (López Redondo, 2012). Lo cierto es que el porcentaje de periodistas que trabaja en los medios especializados es bastante menor al número de redactores sin titulación académica que se han adentrado en este mundo por pura afición al videojuego y con ganas de escribir (López Redondo, 2012).

La función de la mujer en los medios especializados es reducida a locutar y ser la imagen en los vídeos, así como copiar notas de prensa o analizar los juegos que tienen menor relevancia, según cita Zambruno (2020) a Trivi. «De escribir opinión, muchas veces quedan relegadas a ser la persona que se ocupa en exclusiva de aplicar perspectiva de género en los análisis». Zambruno (2020) cita a Gómez, quien dice que el problema radica en que las piezas periodísticas que presentan dicho enfoque son propensas a generar un acoso desafortunado. «Cualquier mujer que ha levantado la voz y señalado esta injusticia y desigualdad ha sufrido las represalias de una red de acosadores perfectamente integrada en los engranajes del medio».

De ahí surge el movimiento GamerGate que nace, entre otras cosas, como una denuncia de la falta de ética periodística por parte de algunos medios especializados, a raíz de la publicación de un post firmado por Eron Gjoni, desarrollador independiente y expareja de Zoe Quinn. Dicho post sirve como detonante a una espiral de agresividad y misoginia por parte de usuarios anónimos que utilizan la red como escondrijo para lanzar una serie de ataques y extorsiones contra Quinn y otros perfiles femeninos de la industria del videojuego (González Sánchez, 2015).

«In 2015, I was briefly a target of GamerGate. My harassment was mostly limited on Twitter, a few emails, and a couple of poorly constructed, unintentionally hilarious YouTube videos. The influx of mail to my in-box was all relatively benign and not nearly as violent as what some others (before and after me) have experienced» [En 2015, fui por poco tiempo un objetivo del GamerGate. Mi acoso se limitó principalmente a Twitter, a unos pocos correos electrónicos y a un par de vídeos de YouTube mal contruidos e involuntariamente hilarantes. La afluencia de correo a mi bandeja de entrada fue relativamente benigna y no tan violenta como la que otros (antes y después de mí) han experimentado.] (Chess, 2020. p. 85).

Sobre el reconocimiento profesional, el 40% de ellas considera que para un hombre es más fácil ser percibido como un buen periodista, mientras que siendo mujer hay que demostrar mucho más (Manzano Zambruno y Paredes Otero, 2020).

5. Reflexiones finales

He sido una entusiasta de los videojuegos desde que recibí mi primera consola. Siempre me ha parecido de admirar cómo se construyen las historias en estos, los personajes tan realistas y, sobre todo, las emociones que despiertan al jugarlos.

Sin embargo, cada vez que me unía a una partida con otros jugadores en línea, he acabado por salir del juego por los comentarios que he recibido al ser mujer. Si escuchaban mi voz, me atacaban. Si había alguna referencia en mi personaje que les hiciera pensar que era una mujer, me atacaban. Si había algún indicio en el chat de que fuera mujer, me atacaban. Pero ya no solo eso. Cada vez que hablo de videojuegos, siempre hay alguien —de manera general se trata de un hombre— que se sorprende, que me cuestiona acerca de lo que sé, o me pregunta qué videojuegos he jugado. Porque siempre, las mujeres, tenemos que estar demostrando que podemos hacer y saber lo mismo que ellos.

Las mujeres somos cuestionadas, atacadas y acosadas constantemente por parte de la comunidad gamer que, si bien no en su totalidad, parece estar en contra de la presencia de las mujeres en los videojuegos. Sin embargo, hemos estado ahí siempre, ya sea jugando, hablando o escribiendo sobre ellos. El centrarme en las redactoras de la prensa de videojuegos no ha sido más que abrir otro campo en el que es necesario profundizar, pues si bien el movimiento GamerGate afectó en su mayoría a las jugadoras, también el resto de mujeres del sector se vieron salpicadas. Y no se habla lo suficiente de esto.

Este trabajo, para mí, ha sido muy personal en varios aspectos. Primero, porque quería añadir durante el reportaje referencias a videojuegos que han sido importantes para mí misma. Segundo, por la vertiente feminista que he explicado anteriormente. Tercero, porque soy consciente de que me apasiona editar y, con cada nuevo proyecto que se me presenta, intento reinventarme a mí misma. De hecho, en este proyecto ha sido la primera vez que he animado elementos en un vídeo.

Mi interés inicial con respecto a los videojuegos era centrarme en la sexualización y evolución de los personajes femeninos en los videojuegos, pero a partir de la investigación realizada para este trabajo, me he dado cuenta de que es un campo que ya se ha explorado demasiado. Sin embargo, no se había hablado lo suficiente de la importancia de la crítica en los videojuegos, ni de las mujeres que están detrás de esas críticas.

La conclusión del reportaje, del discurso que hay en él, no es más que reivindicar que la crítica de videojuegos es un elemento necesario para que la sociedad comience a tener una nueva concepción del videojuego como un producto cultural y no solo como una forma de entretenimiento, y que, tras estas críticas, hay personas —sin importancia del género— que leen, analizan y se informan de todo lo relativo a un videojuego que les gusta, solo para encontrarse con aquellos detalles que han pasado por alto cuando lo estaban jugando.

Quiero pensar que he aportado algo con este trabajo, ya no solo de manera creativa, sino a partir del discurso que, gracias a las entrevistadas, hemos podido crear. Su dedicación y pasión por lo que hacen, y no solo por el videojuego, ha quedado plasmado en el reportaje.

Por tanto, no puedo sino más que esperar que este reportaje sea relevante para alguien, tal y como lo ha sido para mí.

6. Referencias

- Chess, S. (2020). *Play like a Feminist*.
- López Redondo, I. (2020). *El videojuego como área de especialización periodística. Rasgos distintivos y perspectivas profesionales para un sector en auge*.
- AEVI. (2020). *La Industria del Videojuego en España, Anuario 2020*.
- Muñoz, D. y Sebastián, A. (2010). *La relación de los videojuegos con los medios de comunicación*.
- Manzano Zambruno, L., Paredes Otero, G. (2018). *El periodismo de videojuegos desde una perspectiva feminista y de género. Las periodistas especializadas ante el acoso y la discriminación en España dentro de las redes sociales*.
- Patterson, C. M. (2003). *El buen reportaje, su estructura y características*.
- Hills, George. (1987). *Los informativos en radiotelevisión*.
- Moreno Espinosa, P. (2012). *Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*.
- Casero-Ripollés, A., Cullell-March, C. (2013). *Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio*.
- López Redondo, I. (2012). *El tratamiento del videojuego: de la prensa generalista a las revistas especializadas. Análisis comparativo de las ediciones impresas y digitales de El País, El Mundo, Público y 20 Minutos*.
- Sonia Fernández, P. (1998). *El reportaje en prensa: un género periodístico con futuro*.
- Barroso, García, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos. Madrid: Síntesis*.
- González Sánchez, J. (2015). *El fenómeno GamerGate: Un escándalo de violencia contra la mujer en el mundo del videojuego*.
- PlayStation.
- Nintendo.
- HobbyConsolas.
- Newtral eSports.