

Female Streamer: Twitch y la representación femenina en el nuevo periodismo de videojuegos.

Autora: Diana Moisés Toro

Tutor: Ezequiel Ramón Pinat

ABSTRACT:

La plataforma de streaming Twitch se ha convertido en la más importante a nivel mundial, en ella diariamente millones de personas interaccionan creando y consumiendo contenidos, siendo especialmente relevante el contenido sobre videojuegos. Por ello, numerosos autores y autoras, (Alklid, 2015; Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn, 2017; Ruberg, Cullen y Brewster, 2019; Ruberg y Brewer, 2022; Cullen, 2022) han querido estudiar este medio con diversos motivos, entre ellos, el sexismo y la cosificación de las streamers femeninas de la plataforma.

Partiendo de las conclusiones de estas autoras, a través de una metodología cualitativa con entrevistas en profundidad a streamers femeninas, se propone averiguar cuáles son las vivencias de estas creadoras de contenido, así como sus percepciones y experiencias en la plataforma Twitch.tv con respecto al sexismo, y cuáles son las dificultades y obstáculos a los que se enfrentan dentro de la comunidad. También se plantea averiguar cómo se reacciona ante el sexismo y el acoso dentro de esta plataforma, qué herramientas se ponen a disposición de las creadoras de contenido para evitarlo, y si estas funcionan realmente.

Palabras Clave: Sexismo, Twitch, streamer femenina, feminismo.

INTRODUCCIÓN

En España, la inclusión e inserción de las mujeres y otros colectivos marginalizados como las personas queer, continúa siendo un desafío; sobre todo, en aquellos ámbitos tradicionalmente masculinizados como, por ejemplo, los videojuegos (ArsGames, 2022).

Asociaciones de videojuegos, como AEVI o DEV, apuntan que, en 2021, un 48% de las personas que jugaron a videojuegos eran mujeres y diferentes autores destacan que, tanto las comunidades, como los espacios de trabajo dentro de la industria, se construyen como espacios exclusivos para hombres en los que estos pueden establecer su posición como *verdaderos jugadores*, en parte excluyendo a las mujeres (Fisher, 2015; Fox y Tang, 2014; Paassen, Morgenroth y Stratemeyer, 2017).

En lo que respecta a los espacios de trabajo, no hubo verdadera conciencia acerca de la misoginia de la industria de los videojuegos hasta que el #GamerGate. En 2014, en Estados Unidos, comenzó a surgir un debate en redes sociales, concretamente en Twitter (<https://twitter.com>) y los foros 4chan (<http://www.4chan.org/>), 8chan (<https://8kun.top/>) y el subforo KotakuInAction de Reddit (<https://www.reddit.com/r/KotakuInAction/wiki/index/>), sobre la falta de integridad del periodismo de videojuegos. Los rumores acerca de que los periodistas de videojuegos, publicaban buenas reseñas dependiendo de los favores que recibían o de su amistad con los desarrolladores, fue acrecentando un malestar que pronto se transformó en una campaña de acoso a creadoras de contenido feministas, y mujeres profesionales de la industria. La desarrolladora de videojuegos Zoë Quinn, fue una de las primeras en sufrirlo tras publicar su videojuego *Depression Quest* y recibir buenas críticas por parte de uno de los periodistas del sitio web Kotaku (<https://kotaku.com>). Este hecho, provocó los celos de la expareja de Quinn, que comenzó a sugerir en redes sociales que el éxito Quinn se debía a que había mantenido relaciones íntimas con ese periodista. Pese a no ser más que un rumor, Zoë Quinn comenzó a sufrir una campaña de acoso en las redes sociales. No sólo recibió insultos y amenazas, sino también *doxing*, la revelación intencional y pública de información personal a través de Internet, en su caso fotografías íntimas y la dirección de su domicilio. Estos hechos, pronto se extendieron hacia otras profesionales de la industria como, Brianna Wu, o Anita Sarkeesian, y a otras mujeres que, sin pertenecer a la industria mostraron su apoyo a las damnificadas, como la actriz Felicia Day. Todas ellas sufrieron acoso, amenazas de muerte y doxing (Thomsen, 2014; Hewa y Tran, 2023).

En nuestro país apenas se publicaron noticias sobre #GamerGate, aunque eso no significó que no hubiera ataques a mujeres del sector, siendo uno de los sucesos más sonados el intento de boicot hacia el evento sobre videojuegos exclusivamente femenino *Gaming Ladies* y a su organizadora, la periodista Marina Amores. A pesar de las amenazas machistas de Forocoques (<https://forocoques.com>), el evento acabó por celebrarse en 2017, pese a la pérdida de su patrocinador, la empresa de videojuegos King.

Desde entonces, ha habido avances con respecto a la situación de las mujeres en el sector profesional de los videojuegos. No sólo se ha comenzado a visibilizar a referentes femeninos que trabajan en su desarrollo, como por ejemplo Jade Raymond; productora de las primeras entregas de la famosa saga *Assassins Creed* (Ubisoft), o Amy Henning; directora y guionista de la trilogía *Uncharted* (Naughty Dog), sino que también han ido surgiendo entidades y proyectos que promueven el asociacionismo y el trabajo en red de las mujeres y personas queer dentro de la industria, como FemDevs o Women in Games. Sin embargo, diversos estudios (Alklid, 2015; Ruberg, Cullen y Brewster, 2019; Ruberg y Brewer, 2022; Cullen, 2022) muestran que el sexismo y la cosificación de las mujeres sigue siendo un problema siendo uno de los contextos donde está más presente la plataforma de streaming Twitch.tv que, en los últimos años, se ha convertido en uno de los espacios de Internet más popular y visitado (Alklid, 2015).

Twitch.tv es la plataforma de streaming más importante del mundo. Nació en 2011 como un espacio especializado en el streaming de videojuegos. En 2014 fue comprada por Amazon, y desde entonces, la plataforma no ha parado de crecer en contenidos y audiencia aprovechando el éxito de los eSports, videojuegos cooperativos en línea, en todo el mundo.

El confinamiento producido a raíz de la pandemia del Covid-19 provocó un aumento en el consumo de la plataforma, y también un aumento en el número de canales activos, de los 3,75 millones en febrero de 2020 hasta 7,4 millones en julio de ese mismo año (TwitchTracker, 2021). A medida que esto ha ido pasando, Twitch ha ido apostando por nuevos formatos y diversificar sus contenidos; sin embargo, la plataforma sigue íntimamente ligada a los videojuegos.

Twitch ha permitido que jóvenes y no tan jóvenes, profesionales del periodismo, o simplemente personas aficionadas a la Comunicación, tengan un espacio en el que interactuar con las audiencias y crear comunidad. Tanto es así que, podría decirse que, plataformas como Twitch están fomentando un nuevo periodismo. Sin embargo, Twitch

“no es un soplo de aire fresco en el ciberespacio”, ya que no parece desviarse del comportamiento sexista habitual en Internet (Alklid, 2015).

Posiblemente, debido al sexismo y a lo masculinizada que se encuentra la plataforma, según el portal *Socialblade* (<https://socialblade.com/>) sólo una streamer femenina de habla inglesa, *Pokimane*, se encuentra en el Top 10 de streamers con mayor número de seguidores a nivel mundial con 9.4 millones. Entre las hispanohablantes, *Arigameplays* ocupa la posición número 26, con 6.1 millones de seguidores. Ambas streamers cuentan con una gran audiencia, sin embargo, si las comparamos con *Ninja* o *Auronplay*, número 1 y número 2 de la lista de streamers más seguidos a nivel mundial, cuentan con el doble de seguidores que ellas, con 18.5 y 15.2 millones de seguidores cada uno (Socialblade, 2023). Pero el número de seguidores no es lo único que importa en Twitch, una plataforma masificada en la que constantemente se publica contenido nuevo, y donde la competencia es brutal. Por este motivo, no sólo se trata de seguidores, sino de estar constantemente creando contenido con el que atraer a la audiencia y mantenerla fiel. Tanto es así que, el portal *TwitchTracker* (<https://twitchtracker.com/>) señala que el número de seguidores de *Ninja* y *Pokimane*, pese a ser los streamers masculino y femenina de habla inglesa con más seguidores a nivel mundial, en el momento en que se realiza la consulta, se encuentran en las posiciones 352 y 300 respectivamente en el ranking general, y en las 152 y 128 en el de habla inglesa; en cuando al ranking de hispanohablantes, *Auronplay* y *Arigameplays* ocupan respectivamente los puestos 19 y 1209 a nivel mundial, y el 4 y 131 en el de habla española (TwitchTracker, 2023).

MARCO TEÓRICO

La resistencia al feminismo que se observa en la cultura de los videojuegos y del streaming no es única y puede observarse más ampliamente a medida que la popularidad y la presencia del feminismo crecen en todo tipo de medios y plataformas (Cullen, 2022), tanto es así que, a menudo, las plataformas de streaming y la comunidad que las rodean han intentado desvincularse de las conexiones entre el streaming, la sexualidad y el género como forma de insistir en su propia naturaleza apolítica y afirmar su *legitimidad* dentro de un entorno heterosexual, blanco, cisgénero y masculino. (Ruberg, Cullen, y Brewster, 2019). De esta forma, el feminismo es visto como una amenaza, no sólo contra las representaciones convencionales de la masculinidad, sino también contra los propios videojuegos. Como señala Amanda Cullen (2022: 545) “la

retransmisión en directo incluye una forma de masculinidad tóxica e identidad gamer que limita la participación de las mujeres y niega cualquier forma de feminismo que altere el poder masculino”. En muchos casos, los debates feministas sobre las desigualdades y la denuncia de los malos comportamientos se consideran contrarios a la cultura de los juegos y el streaming, donde de lo que se trata es de aumentar la audiencia y no pedir cuentas a la gente por su mal comportamiento”.

No es de extrañar entonces que las mujeres y las personas queer que se animan a intentar desarrollar una carrera como streamers, tengan aún mayores dificultades para alcanzar el éxito que los hombres. No sólo tienen que lidiar con una audiencia que las considera ajenas y oportunistas; sino también con mensajes sexistas, situaciones de acoso y doxing (revelación de su información personal en Internet). Como explican Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn en el artículo *Gendered Conversation in a Social Game-Streaming Platform*, “los canales populares muestran un fuerte contraste entre géneros. Las palabras relacionadas con el juego están sobrerrepresentadas en los canales masculinos, mientras que las señales de objetivación están fuertemente asociadas a los canales femeninos” (2017: 165).

En una plataforma donde se premia la imagen y compartir, no sólo el contenido, sino también el tiempo con la audiencia, muchas streamers caminan sobre una delgada línea en relación a cuánto mostrar de sí mismas. Silenciar el sexismo, o incluso fomentarlo, puede hacer ganar popularidad a las mujeres, lo que facilitaría que algunos usuarios mostraran un comportamiento abusivo contra ellas. Además, es posible que algunas de ellas sientan que sólo pueden triunfar cediendo a la presión de una cultura del juego que normaliza o fetichiza la cosificación de la mujer, lo que enquistaría el problema estructural de desequilibrio de género (Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn, 2017).

Durante la última década del siglo XX, el concepto de femineidad comenzó a experimentar un cambio de paradigma con respecto a la sexualidad femenina, dejando a un lado elementos hasta entonces centrales como los cuidados, la crianza, o la maternidad, para centrarse única y exclusivamente en el cuerpo como la fuente de identidad de las mujeres (Gill, 2007; Attwood, 2006; McRobbie, 2008). De esta forma, “donde antes las representaciones sexualizadas de las mujeres en los medios de comunicación las presentaban como objetos pasivos y mudos de una supuesta mirada masculina, hoy las mujeres se presentan como sujetos sexuales activos y deseosos que eligen presentarse de una manera aparentemente cosificada porque así conviene a sus intereses implícitamente liberados” (Gill, 2008: 42). Este cambio de paradigma en

cuanto a la sexualidad femenina es crucial a la hora de entender el postfeminismo, en el que las mujeres pasan de ser “el objeto sexual, al sujeto sexual deseante” (Gill, 2008: 151).

Señala Feona Attwood (2006) que el desarrollo de las tecnologías de la comunicación ha creado nuevos espacios de experimentación de la sexualidad. Y son precisamente los espacios virtuales, donde los límites entre humano y máquina se vuelven difusos, y donde “aparecen nuevas formas de deconstrucción de las identidades sexuales y de género” (Cabañes, 2015: 43).

De esta manera, surgirían en Twitch diversos tipos de streamer femenina. La que, digamos, abrazaría la cosificación, como forma de ganar audiencia en una falsa idea de empoderamiento feminista, conocida vulgarmente por la comunidad como “streamer tetona”; la que se ofendería ante la existencia de las anteriores adhiriéndose a las normas que son aceptables para los hombres protegiendo la meritocracia del streaming, denominadas por Amanda Cullen (2022: 545-546) “tipo correcto de feminista”; y la que lucharía en contra de la cosificación, denunciando activamente la desigualdad, y buscando cambios culturales y sociales, dentro y fuera de la plataforma; llamada por Cullen “tipo erróneo de feminista” o “feminista aguafiestas”.

Las políticas sobre normas comunitarias en estas plataformas suelen reflejar actitudes discriminatorias hacia las mujeres y las personas queer (Cullen y Ruberg, 2019), animándolas frecuentemente a bloquear a los usuarios que las molestan, y ofreciéndoles pautas sobre cómo hacer sus streaming ofreciendo la menor información posible acerca de ellas y sus vidas offline. Estas acciones no dejan de ser culpabilizadoras, poniendo el punto de mira en las streamers en vez de en las conductas discriminatorias y abusivas de los usuarios. Paradójicamente, las herramientas para moderar el chat y los sistemas para denunciar el acoso, que a su vez suele estar vinculado al género y a la identidad sexual, suelen ser utilizados por participantes como arma para acosar aún más a las streamers, lo que desemboca, en muchos casos, en el abandono de la plataforma por parte de ellas, silenciando así el discurso feminista.

Partiendo de la hipótesis de que, tanto Twitch como su audiencia, mayoritariamente masculina (Statista, 2022), ejercen presión sobre las streamers para que se comporten de una manera socialmente adecuada; y tomando como referencia los estudios de Alklid (2015), Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn (2017), Ruberg, Cullen y Brewster (2019), Ruberg y Brewer (2022) y Cullen (2022), así como las teorías feministas queer (Butler, 1990-2004; Trujillo, 2022), interseccionales (hooks, 2000; Crenshaw, 1991),

ciberfeministas (Plant, 1997; Haraway, 1991; Braidotti, 2004, 2011; Zafra, 2008, 2014) y postfeministas (Gill, 2007, 2008, 2012; Attwood, 2006, 2014, 2017; McRobbie, 2009), se pretende ahondar en la figura de la *streamer femenina* con el fin de conocer los retos a los que se enfrentan las creadoras de contenido en la plataforma Twitch, así como las posibles situaciones que puedan estar viviendo con respecto al sexismo y la hipersexualización en la plataforma, y su efecto a nivel personal, emocional, y profesional.

Para ello, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

PI1: ¿Qué tipo de retos enfrentan las streamers femeninas que emiten sus contenidos a través de Twitch?

A raíz de esta pregunta, surgen otras más:

PI1.1: ¿Qué tipo de mensajes reciben las streamers respecto a sus directos?

PI1.2: ¿Qué tipo de relaciones tienen las streamers con su audiencia?

PI1.3: ¿Cómo se enfrentan las streamers a los mensajes negativos o de acoso que reciben?

PI1.4: ¿Cómo apoya Twitch a las streamers que sufren acoso?

A través de estas preguntas se pretende averiguar cuáles son las vivencias de las streamers, así como sus percepciones y experiencias acerca de la plataforma y cuáles son las dificultades y obstáculos a los que se enfrentan día a día. También se plantea averiguar cómo se reacciona ante el sexismo y el acoso, qué herramientas pone Twitch a disposición de las creadoras de contenido para evitarlo, y si estas funcionan realmente.

METODOLOGÍA

La mayoría de los estudios que existen actualmente sobre el sexismo que sufren las creadoras de contenido de plataformas de streaming como Twitch, se limitan a realizar análisis del discurso del contenido de los propios directos y de los chats y comentarios que reciben las streamers (Alklid, 2015; Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn, 2017; Ruberg, Cullen y Brewster, 2019; Ruberg y Brewer, 2022; Cullen, 2022), sin preguntar a las propias protagonistas al respecto.

Por ello, este trabajo pretendió realizar una aproximación etnográfica a través de la técnica de entrevistas en profundidad a informantes clave. La principal tarea de la etnografía es transmitir una descripción detallada de la vida en un entorno cultural específico, ya sea *exótico* y distante; como en los estudios antropológicos tradicionales, o más cercano; en términos de investigación de eventos específicos, grupos o subculturas, o instituciones (Barbour, 2014). Además, “la etnografía es útil no sólo para identificar la dificultad que tienen las mujeres para entrar y permanecer en redes sociales masculinas, sino también, y sobre todo, para detectar las razones sociales de ello” (Uwe, 2018: 330).

Las informantes fueron cinco mujeres creadoras de contenido de la plataforma Twitch con edades comprendidas entre los 22 y los 36 años con una antigüedad media de cinco años creando contenido en la plataforma Twitch. Algunos de los videojuegos sobre los que hacen streaming son League of Legends, Valorant, Fortnite, Genshin Impact, Animal Crossing, o Final Fantasy.

Para la selección de los perfiles se tuvo en cuenta la identidad de género, la antigüedad dentro de la plataforma, y la frecuencia con que subían contenido a la plataforma, todo ello con el objetivo de crear un directorio de personas destacadas, teniendo en cuenta también perfiles de chicas que, habiendo sido creadoras de contenido, decidieron abandonar la plataforma. Tras la selección, se contactó con veinticinco mujeres que cumplían los requisitos, de las cuales, siete estuvieron de acuerdo en participar como informantes, aunque finalmente sólo participaron cinco por problemas de agenda. Los contactos se iniciaron principalmente a través de correo electrónico y/o mensaje privado a través de las redes sociales, en especial Twitter; aunque también se contactó con asociaciones de mujeres de la industria de los videojuegos como FemDevs y Women in Games España.

Los cinco encuentros con las informantes se realizó la entrevista de manera síncrona a través de videollamada en la plataforma Discord. Con la intención de facilitar la participación de las otras dos informantes, se ofreció una manera asíncrona de realizar la entrevista enviando a las participantes las preguntas vía correo electrónico. Sin embargo, ellas no devolvieron las respuestas. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas asegurando el anonimato de las participantes.

Para el análisis, se utilizó la herramienta de software NVivo, la cual permite llevar a cabo análisis de datos de carácter cualitativo. Sus funciones para analizar y organizar datos de texto, audio, vídeo e imágenes, así como su capacidad para reproducir archivos de

audio y vídeo, facilitaron el análisis de datos. A través de ello se han detectado los siguientes temas: satisfacción, contenido, imagen, feminismo, audiencia, conversaciones, comunidad, intimidad, límites, camgirl, objeto, acoso, buena feminista, mala feminista, Twitch, sexismo, medidas.



RESULTADOS

El principal motivo de las entrevistadas para comenzar a crear contenido en Twitch fue su pasión por los videojuegos. Ello las motivó a querer entretener y comunicar ante el público al igual que otras personas a las que ellas seguían, también como un modo de evadirse ante los problemas. Por otro lado, algunas motivaciones secundarias tendrían que ver con mostrar su manera de jugar, acercar videojuegos menos conocidos a sus audiencias, y conseguir una fuente de ingresos secundaria.

En cuanto a la frecuencia con la que llevan a cabo sus directos, la mayoría ven la creación de contenido en Twitch como un hobby. Algunas hacen streaming sólo cuando les apetece, mientras que otras tienen una rutina que va desde los tres hasta los siete días a la semana.

Al preguntarles por su satisfacción respecto a su evolución como streamers, la mayoría señalan que les gustaría tener más audiencia, destacando como motivos para no haberlo conseguido la falta de tiempo, la necesidad de ser constante en la plataforma y la presión que ello genera. Sin embargo, en general se sienten satisfechas con su

evolución por diversos motivos, ya sea por crecimiento personal, porque les ha permitido conocer a otras personas con sus mismos gustos, o porque Twitch les ha permitido generar una rutina y evadirse de los problemas.

A la pregunta de si ser mujer en Twitch es una ventaja o una desventaja, las entrevistadas muestran opiniones diversas. Algunas lo señalan como una ventaja puesto que algunos consumidores de contenidos en la plataforma no buscan el contenido sino a la persona, y si les parece atractiva, es posible que se suscriban a tu canal. Comentan que si la chica es capaz de gestionar a ese tipo de usuarios, ser mujer puede ser una ventaja ya que puedes ganar dinero. Sin embargo, la mayoría lo ve como una desventaja ya que sienten que no se las toma tan en serio como a los streamers masculinos. Se sienten vigiladas y evaluadas constantemente. Además, precisamente por ser mujeres, pese a procurar no ofrecer contenido sexualizado, sienten que igualmente les llegan personas a sus directos atraídos únicamente por ver a una chica. En esos casos, comentan que es muy posible además recibir críticas y comentarios negativos no sólo respecto a su manera de jugar, sino también acerca de su aspecto. Este hecho puede que sea más exagerado en el caso de las mujeres trans aunque decidan no mostrarse en cámara.

En cuanto a la creación de contenidos, los elementos que las entrevistadas tienen en cuenta para crear sus streamings son sus propios intereses, ya que consideran que si ellas no disfrutan, sus seguidores no se lo van a pasar bien, y también los intereses de la propia comunidad.

El perfil de sus audiencias, comentan que en su mayoría son hombres jóvenes entre 16 y 35 años. También amistades y conocidos.

Con su público, mantienen conversaciones sobre el videojuego que estén jugando en ese momento, o sobre novedades, pero también sobre el día a día, y a veces sobre temas más personales. Algunas también reconocen hablar sobre los sucesos que puedan estar pasando en Twitch.

En general, pese a que reconocen una buena relación con su comunidad, la mayoría no permiten las preguntas íntimas en general, sobre todo en directo, aunque sí que algunas contestan de manera privada si conocen a la persona que les pregunta. Algunas reconocen que no ponen muchos límites y que quizá es algo que no hacen bien. Hablando de límites, todas están de acuerdo en que los datos que nunca compartirían

serían su ubicación, datos personales, y temas relacionados con sus relaciones íntimas y su familia.

Respecto a su imagen como streamers, la mayoría de las entrevistadas se muestran en cámara durante los directos. El principal motivo de ello es que es lo habitual en la plataforma, además, Twitch penaliza los streams que no utilizan la cámara posicionándolos por debajo de quienes sí la ponen y promocionando menos su contenido. Los motivos de no activar la cámara de algunas entrevistadas son la intención de querer ser valorada por el contenido y no por la imagen, y por razones de seguridad y privacidad. En los casos en los que no utilizan su propia cara, es habitual que las streamers recurran a avatares, generalmente con estética de cómic japonés o anime. A este tipo de streamer se le denomina VirtualTuber (VTuber).

De las que sí se muestran en cámara, la mayoría dan importancia a su aspecto físico y consideran imprescindible maquillarse para ponerse ante la cámara, aunque puedan vestir un pijama. Cuando se les pregunta por el motivo de maquillarse, comentan que copian lo que ven a otras streamers que ya son famosas. También por presión social, por sentirse guapas y por atraer a personas por su imagen.

Al preguntarles por el Feminismo, todas ellas se consideran feministas aunque no concuerdan a la hora de ofrecer una definición. Algunas lo identifican como la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, mientras hacen hincapié en la lucha por los derechos de las mujeres, o en el proceso de deconstrucción y reflexión constante acerca de la situación de las mujeres.

No obstante, pese a considerarse todas feministas, la mayoría reconocen que evitan hablar de ello en sus directos, así como de política, religión u otro tipo de temas que puedan generar polémica, aunque a veces utilizan el propio videojuego para hacer algún comentario o crítica.

Respecto a los estudios que comparan a las streamers con las camgirls, al preguntarles a las entrevistadas por ello, comentan que la mayor diferencia que puede existir entre unas y otras es el tipo de contenido que crean. El de unas centrado en su imagen y el de otras en su afición por los videojuegos. Pero reconocen que todas son creadoras de contenido al fin y al cabo, al igual que el estudio de Ruberg, Cullen, Brewster (2019).

Como indica una de las entrevistadas:

“Una camgirl al final lo que busca es llamar la atención de la audiencia con su físico, con su cuerpo. Las que hacemos streaming centrado en videojuegos,

buscamos llamar la atención por nuestra actitud, por nuestra personalidad, porque se diviertan, porque vean el juego, e incluso, por ser buenas jugando a algún juego”.

Algunas hablan de cierta falta de ética o principios en cuanto a las streamers que utilizan algunas tácticas de las camgirls para crear sus contenidos, como aumentar el tamaño de la cámara, arreglarse mucho en cuanto a maquillaje y peluquería, o utilizar ropa sexy. Sin embargo, concluyen que no deja de ser una decisión personal, muchas veces por presión social, ya que consideran que la belleza es importante en Twitch: “Para las chicas es un factor muy importante el aspecto físico, algo que te puede hacer triunfar o quedarte dónde estás por desgracia. Pero es así”.

Algunas comentan su preocupación debido a que muchos hombres llegan a sus canales e intentan tratarlas como a las camgirls, solicitándoles que hagan cosas que nada tienen que ver con el contenido que ellas crean. Señalan también que, aunque están de acuerdo en la libertad a la hora de crear contenido, las camgirls y las streamers de videojuegos que explotan su cuerpo, no hacen más que crear contenido sexualizado que favorece la objetivación de las mujeres, algo que les afecta a todas. Añaden que hay un tipo de audiencia masculina a la que no les importa el contenido, sino la persona que lo crea, de ahí la importancia de la belleza y el físico. Por este motivo, consideran que ese tipo de espectadores no estarían a gusto en uno de sus streamings debido a que ellas se centran en jugar. En esos casos, algunas señalan que suelen llegar a sus directos hombres que intentan tratarlas como a las camgirls, ofreciéndoles dinero a cambio de hacer ciertas cosas, pero al no conseguir sus objetivos, o incluso ante un posible Baneo, pierden interés:

“A sus espectadores (los de las camgirls) nunca les va a gustar uno de mis streamings porque buscamos cosas diferentes. A mis espectadores les gusta disfrutar del juego, reírse... más que yo sea divertida a que sea guapa. Sus espectadores son todo lo contrario, el juego les da igual”.

De una forma u otra, la mayoría de las entrevistadas se han considerado en algún momento un objeto en Twitch destacando no sólo las peticiones y comentarios que les llegan de desconocidos a sus canales, sino también porque algunos les recuerdan con sus conductas ese viejo dicho de que *quien paga, exige*:

“Me he sentido un objeto cuando ha venido gente a pedirme cosas a cambio de dinero. Siento como que ahí la gente deja de interactuar con una persona y pasa

a interactuar con la persona a la que han convertido en objeto, al cual le paga a cambio de que haga una cosa. Que sí que es verdad que en Twitch te están pagando por crear contenido, pero la cosa es que tú pagues por ver un contenido que decide el streamer, no pedirle que te hagan cosas ha cambiado de ese contenido. Aquí es donde creo que está el límite entre que te cosifiquen porque están pagando un dinero a cambio de que tú hagas lo que te están pidiendo, a que te paguen por consumir un contenido que tú creas libremente”.

Otra forma en que algunas se sienten un objeto es debido a la saturación de la plataforma y la volubilidad de la audiencia que hace que sus cifras no sean constantes y que si dejan de compartir contenido en un tiempo, pierdan espectadores. Lo peor de eso, señalan, es la percepción de verse como alguien prescindible:

“Al final si no haces streaming prescinden ti. Es también lo que promueve Twitch, un consumismo como si fueras un objeto. Como que, si no haces streaming, no te preocupes que al final (la audiencia) van a ir a otra gente que sí lo haga. Se podría decir que es como si fuera la selva”.

Los mensajes negativos en Twitch, e incluso el acoso, reconocen que son frecuentes en la plataforma. Aunque la mayoría comenta que depende también del videojuego al que estén jugando, los mensajes son mucho más frecuentes cuando juegan a videojuegos *mainstream*, y se reducen cuando juegan a videojuegos *indie*.

Entre los comentarios más habituales, se encuentran los relacionados con intentos de ligoteo, solicitudes de sus cuentas de redes sociales personales, críticas hacia el modo de jugar de la streamer, mansplanning o lecciones sobre cómo jugar mejor, y solicitudes para jugar con ella en privado. También son habituales y más dañinos para las streamers los comentarios sobre su físico, los insultos y los comentarios sexistas y machistas:

“Hay un mensaje muy recurrente entre los chavales por lo menos en mi chat de Twitch, que es saludarte por el chat y a los veinte minutos, volver a escribir por el chat para decir “ya acabé la paja, gracias”.

En un caso concreto, una de las entrevistadas explicó que tras hacerse pública su ubicación en un directo por parte de un conocido, llegó a recibir fotografías de la fachada de su casa por parte de una persona anónima de la que nunca conoció su identidad y no pudo denunciar a la Policía.

“No se pudo hacer mucho porque era una cuenta falsa. Fue hace dos o tres años, yo era muy nueva en esto, no sabía cómo reaccionar. Simplemente, lo bloqueé y ya. Si iba a la policía iban a decir que era una cuenta *fake* y no podían hacer nada. Nunca más tuve noticias de él así que, espero, que no esté por ahí por las sombras”.

Respecto a la manera de afrontar estas situaciones, la mayoría comentan que han aprendido a vivir con ello, respondiendo actualmente con humor, aunque admiten que en el pasado se han sentido dolidas, llegando algunas incluso a parar el streaming para poder afrontarlo en privado:

“Como mujer trans me ha caído acoso por mi voz. Yo me sentía la mierda, me fastidiaban el streaming, me quitaban las ganas de continuar lo que estaba haciendo, y lo único que podía hacer era borrar el mensaje y banear a esa persona”.

A medida que ellas han ganado confianza en la plataforma, algunas han decidido hacer frente a los comentarios, para ello, reconocen que banear es la forma más efectiva. No obstante algunas deciden ir más allá y deciden no sólo protegerse a sí mismas, sino también intentar avisar a otras streamers:

“Lo baneo, al final no puedo hacer mucho más, pero si veo que es una cuenta que lleva tiempo en Twitch, siempre cojo el nombre y lo pongo en Twitter... Tengo muchas seguidoras y sigo a mucha gente que es streamer, para que si lo quieren banear pues genial. Yo siempre pongo un aviso por si acaso de todo el mundo. Yo muchas veces he baneado a chicos del chat antes de tiempo, porque he visto en Twitter que eran totalmente machistas”.

Todas las entrevistadas también son conocedoras de casos de otras streamers que han recibido comentarios negativos y/o acoso, ya sean estas amigas suyas o creadoras de contenido a las que siguen. Al igual que con ellas, se trata de intentos de ligue, críticas a su forma de jugar, mansplanning, pero también insultos, intimidaciones, amenazas y doxing, dando la sensación de que las conductas se vuelven más graves cuanto más famosa es la streamer.

Cuando se les pregunta por su opinión acerca de las conclusiones del estudio de Amanda Cullen (2022), *Just on the Right Side of Wrong: (De)Legitimizing Feminism in Video Game Live Streaming* sobre las denominadas “buenas y malas feministas”, todas asumen que una buena feminista sería aquella que es activa, que lucha y es generadora

de cambio. Sin embargo reconocen que en la comunidad de Twitch y en especial entre los y las grandes streamers, sí que es frecuente encontrar streamers que acatan las normas del grupo de hombres con el fin de ser aceptadas por ellos, ganar notoriedad y ser invitadas a eventos, de ahí que entiendan y confirmen las conclusiones de la autora.

En general, todas las entrevistadas conocen las medidas implementadas por Twitch para evitar el acoso. La más útil para ellas es la posibilidad banear a la persona, aunque reconocen que no es del todo efectiva ya que esa persona puede hacerse otra cuenta cambiando su dirección IP en la configuración de datos de Internet, sin necesidad de verificar su identidad a través de otras credenciales. También destacan la posibilidad de denunciar a los usuarios molestos a Twitch, aunque comentan que esa medida tampoco es lo suficientemente efectiva, ya que normalmente el análisis del contenido reportado lo hace un bot a través de la búsqueda de palabras clave, sin tener en cuenta la ironía o el sarcasmo.

Una de las últimas medidas de Twitch, el AutoMOD del chat que banea ciertas palabras automáticamente previa configuración en el canal, tampoco parece ser efectiva puesto que son pocas las palabras que relaciona como negativas y comentan que no funciona adecuadamente.

En general, a ninguna de las entrevistadas le parecen útiles estas medidas implementadas por Twitch, sobre todo a largo plazo.

Las entrevistadas no consideran que Twitch se preocupe por el acoso en la plataforma, ya que en general, creen que a la plataforma no le beneficia. De hacerlo, debería prescindir de algunos de sus creadores de contenido más lucrativos, así como de muchos usuarios que incumplen las normas. Al fin y al cabo, la plataforma busca ganar dinero y consideran que este tema les haría perder millones. Esto es aún más reseñable con respecto a acosadores, ya que son muchos los streamers conocidos por sus conductas machistas y violentas que siguen manteniendo su canal en la plataforma sin ningún tipo de represalia, pese a fomentar discursos sexistas y de odio.

En cuanto si en algún momento se han planteado abandonar Twitch, todas admiten que sí. No obstante, señalan que no por motivos de toxicidad, sino por motivos personales, o falta de tiempo. Aunque al ahondar en sus respuestas, algunas reconocen que la frustración por no llegar a ciertos números de audiencia, y las presiones externas, como la falta de apoyo de sus parejas, sí que ha provocado estar menos activas de lo que les hubiera gustado.

Sin embargo, la pasión por los videojuegos, y la orientación hacia la comunicación y la creación de contenido, parecen ser motivación suficiente para continuar en Twitch. Muchas destacan además que, pese a lo negativo, han conseguido crear una comunidad con la que compartir que les hace sentir bien, con la que se sienten a gusto, y a la que les costaría dejar.

DISCUSIÓN

En base a las respuestas ofrecidas durante la fase de entrevistas por las informantes clave, se puede afirmar que frecuentemente las creadoras de contenido reciben mensajes sexistas y machistas simplemente por el hecho de ser mujeres, independientemente del contenido que crean.

Debido a la existencia de una audiencia mayoritariamente masculina que busca un tipo de contenido creado por mujeres sexualizado e incluso rozando lo erótico, las streamers de videojuegos femeninas tendrían que lidiar con esa audiencia que no sabría discernir entre las denominadas camgirls y las streamers de videojuegos. De esta manera, la hipersexualización del cuerpo de las mujeres se vería en Twitch, no sólo a través del contenido de las camgirls, sino también en el creado por esas streamers de videojuegos que, bajo una falsa percepción de control sobre sus cuerpos y su sexualidad, tal y como comentaban las entrevistadas, se apoyarían en su belleza y su físico para atraer a una audiencia más interesada en la imagen que en el contenido con el fin de sacar rendimiento y ganar audiencia. Aceptar y permitir este tipo de contenido en la plataforma afectaría a las demás creadoras de contenido, que también recibirían las peticiones y los mensajes de ese tipo de audiencias teniendo que enfrentarse a situaciones incómodas y tendiendo que recurrir al baneo de usuarios con el fin de poder crear un espacio seguro y una audiencia de confianza.

Estos hechos marcarían el tipo de relaciones que las streamers mantendrían con su audiencia en las que compartir cierto tipo de información podría hacer que se pusieran en peligro. Por ello, todas las entrevistadas tienen claro que jamás compartirían su ubicación con su audiencia.

Los mensajes negativos en Twitch, e incluso el acoso, serían frecuentes en la plataforma, sobre todo en aquellos casos en los que los hombres no conseguirían lo que buscan de la streamer; ya fuera información de esta, atención, o intimidad con ella. Aunque en otros casos, los mensajes llegarían sin motivo, simplemente por ser mujeres,

en especial cuando ellas juegan a videojuegos *mainstream*, en los que hay un número mayor de usuarios interesados. Buscar mayor audiencia, también las estaría exponiendo a mayor toxicidad.

Los comentarios más habituales que recibirían las streamers tendrían que ver con intentos de ligar, solicitudes de sus cuentas de redes sociales personales, críticas hacia su modo de jugar, mansplanning o lecciones sobre cómo jugar mejor, y solicitudes para jugar con ella en privado. Entre los mensajes más tóxicos y que mayor malestar les generarían a las streamers, estarían los relacionados con su físico y también insultos sexistas y machistas.

La manera de protegerse ante esos mensajes sería el humor, atacando con la risa o el sarcasmo. También baneando al usuario en cuestión y reportando a Twitch su comportamiento. Sin embargo, las medidas impuestas por Twitch no estarían resultando ser efectivas puesto que los usuarios podrían volver a hacerse otra cuenta nueva para seguir molestando a la streamer. Y en los casos más duros en los que se enfrentan a acoso y discursos de odio, Twitch no se estaría posicionando, intentando desvincularse de las conexiones entre el streaming, la sexualidad y el género como forma de insistir en su propia naturaleza apolítica y afirmar su legitimidad dentro de un entorno heterosexual, blanco, cisgénero y masculino (Ruberg, Cullen, Brewster, 2019).

Por lo tanto, respondiendo a la pregunta principal de este TFM, el tipo de retos que estarían enfrentando las streamers femeninas que emiten sus contenidos a través de Twitch, más allá de encontrar su propia voz como creadoras y crear un contenido atractivo con el que ellas se sientan a gusto y con el que ganar audiencia, tendría que ver con el simple hecho de enfrentarse a una plataforma masculinizada donde las mujeres tendrían que lidiar con el sexismo y la hipersexualización que, en vez de sujetos, las convertiría en objetos de deseo con los que los usuarios pueden alegrarse la vista.

Estos hallazgos apoyarían los datos obtenidos en otras investigaciones, como los que señalan que la resistencia al feminismo que se observa en la cultura de los videojuegos y del streaming no es única y puede observarse más ampliamente a medida que la popularidad y la presencia del feminismo crecen en todo tipo de medios y plataformas (Cullen, 2022), o que las políticas sobre normas comunitarias en las plataformas de streaming suelen reflejar actitudes discriminatorias hacia las mujeres y las personas queer, animándolas frecuentemente a bloquear a los usuarios que las molestan, y ofreciéndoles pautas sobre cómo hacer sus streaming ofreciendo la menor información

posible acerca de ellas y sus vidas offline (Cullen y Ruberg, 2019), incluso los que hablan de que la cosificación de la mujer puede reforzar y engendrar el problema estructural del desequilibrio de género en las comunidades de juegos sociales en línea (Nakandala, Ciampaglia, Su y Ahn, 2017).

No obstante, no se han obtenido datos suficientes que confirmen si las streamers accederían o permitirían la cosificación por presión social en la plataforma o debido a otros motivos relacionados con la educación, o la cultura.

En este sentido, un estudio más largo daría mayor información al respecto, así como poder conocer el punto de vista de las streamers situadas en los puestos más altos de las audiencias, las que socialmente se considera que están triunfando en la plataforma, para conocer su evolución y su reflexión acerca de su trayectoria como creadoras de contenido. Por otro lado, también sería interesante plantear este hecho en creadoras que estén comenzando su carrera en la creación de contenido en el momento de la investigación para poder observar la evolución de los canales de manera natural.

Tras este trabajo también quedaría pendiente conocer la perspectiva de la audiencia de Twitch, así como de los streamers masculinos. De la audiencia, sería interesante conocer su percepción acerca de las diferencias entre los canales de streamers masculinos y femeninos, también podría ser interesante conocer sus preferencias y hábitos de consumo desde una perspectiva cualitativa, ya que desde la cuantitativa existen diversas plataformas que analizan esos datos, y también su posición sobre el sexismo, la hipersexualidad y el acoso de streamers femeninas en la plataforma. En cuanto a un posible estudio de los streamers masculinos, a los que no se ha tenido en cuenta en este trabajo puesto que se entiende que, aunque no estén exentos de presiones y posibles vivencias incómodas, estas no se deberían a un problema de machismo, sino a otro tipo de problemáticas más relacionadas con las relaciones parasociales, la cultura fan, o el tipo de contenido que crean.

CONCLUSIONES

Al inicio de Trabajo Fin de Máster, se pretendía averiguar cuáles son las vivencias de las streamers, así como sus percepciones y experiencias acerca de Twitch y cuáles son las dificultades y obstáculos a los que se enfrentan hoy en día. También se planteaba averiguar cómo reaccionan ante el sexismo y el acoso, qué herramientas pone Twitch a disposición de las creadoras de contenido para evitarlo, y si estas funcionan realmente.

Tras analizar las respuestas ofrecidas por las informantes clave, se puede afirmar que Twitch es una plataforma mayoritariamente masculinizada tanto en la creación de contenidos, como en el consumo de estos. Por lo tanto, al igual que otros espacios de trabajo dentro de la industria señalados anteriormente, Twitch buscaría ser otro espacio exclusivo para hombres en el que establecer su posición hegemónica excluyendo a las mujeres. Al ser una plataforma relativamente nueva en la que hombres y mujeres pudieron entrar a la vez, la forma de excluirlas a ellas pasaría por objetivarlas y sexualizarlas a fin de no tratarlas en igualdad de condiciones con respecto a los streamers masculinos.

La sexualización y cosificación de las streamers unido a la falta de implicación de Twitch que preferiría victimizar a las creadoras en vez de atajar el auténtico problema, el acoso. Estos elementos influirían en el tipo de relaciones que las streamers mantendrían con su audiencia que, en una especie de relación parasocial, buscaría mayor intimidad y cercanía con ella pese a apenas conocerla realmente. Esto haría que muchas tuvieran esa necesidad de protegerse constantemente ante el miedo de compartir demasiado y ponerse en peligro, como una forma de prevención ante situaciones incómodas o conductas violentas.

Por todo ello, se puede concluir que los hallazgos obtenidos confirmarían una vez más la hipersexualización del cuerpo de las mujeres, y el sexismo imperante en los videojuegos fruto de una industria y una comunidad hipermasculinizada y una sociedad heteropatriarcal y capitalista. En este sentido la plataforma Twitch sería un reflejo de nuestra sociedad al presentar una plataforma supuestamente libre donde cualquiera puede convertirse en creador o creadora y ganar audiencia bajo la promesa de éxito y fortuna, pero en la que las mujeres creadoras, una vez más, se convertirían en un producto a disposición del deseo masculino.

BIBLIOGRAFÍA

Alklid, J. (2015). *Twitch, a breath of fresh air? An analysis of sexism in Twitch.tv*. School of Language and Literature. Linnaeus University.

Apperley Thomas H. (2016). *Gaming's secret public: Nerdcore porn and the in/visible body of the female gamer*. Digital Games Research Association and Society for the Advancement of the Science of Digital Games. Number: 2. Volume: 13. ISBN/ISSN: ISSN 2342-9666

Atwood, F. (Ed.) (2009). *Mainstreaming Sex. The Sexualization of Western Culture*. London & New York: I.B. Tauris

Attwood, F. (2006). *Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture*. *Sexualities*, 9(1), 77–94. <https://doi.org/10.1177/1363460706053336>

Atwood, F. (2005). *Fashion and Passion: Marketing Sex to Women*. *Sexualities*, Sage Publications (Vol. 8. Nº 4, pp. 392-406). <http://sex.sagepub.com/content/8/4/392>

Attwood, F. (2002). *Reading Porn: The paradigm shift in pornography research*. *Sexualities*. 5(1): 91-105. DOI: 10.1177/1363460702005001005

ArsGames (2022). *Estudio sobre los estereotipos, roles y relaciones de género: diagnóstico y soluciones para promover cambios en la industria del videojuego*. CIMA. https://arsgames.net/wp-content/uploads/2023/02/2023_videojuegos_definitivo_compressed.pdf

Barbour, R. (2014). *Introducing qualitative research*. Los Angeles, CA. SAGE Publications.

Billups, F. D. (2021). *Qualitative data collection tools: Design, development, and applications*. Los Angeles, CA. SAGE Publications.

Braidotti, R. (2000). *Sujetos nómades*. Barcelona. Paidós.

Braun, V. & Clarke, V. (2022). *Conceptual and design thinking for thematic analysis*. *Qualitative psychology*. Vol.9 (1). p 3-26. ISSN 23263601

Braun, V. & Clarke, V. (2021). *To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales*. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*. Vol. 13 Issue 2. p 201-216. ISSN 2159676X

Budgeon,. (2011). *The contradictions of successful Femininity: Third-Wave Feminism, Postfeminism and 'New' Femininities*. En Gill, R.; Sharff, Ch. (Ed) *New Femininities*.

Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillian (pp.279-292).

Budgeon, S. (2001). *Emergent Feminist (?) Identities: Young Women and the Practice of Micropolitics*. *European Journal of Women's Studies*. (Vol 8. pp. 7-28). <http://ejw.sagepub.com/content/8/1/7.full.pdf+html>

Cabañes, E. (2015). *Videojuegos y sexualidades: Explorando representación y prácticas*. ArsGames. https://www.researchgate.net/publication/337720625_Videojuegos_y_sexualidades_explorando_representacion_y_practicas

Burkholder, G., Cox, K.A., Crawford, L.M. & Hitchcock, J.H. (2020). *Research Design and Methods*. SAGE Publications.

Crawford, L.M. & Hitchcock, J.H. *Research Design and Methods*. SAGE Publications.

Creswell, J.W. (2013). *Qualitative inquiry & Research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. SAGE Publications.

Creswell, J.W. (1998). *Qualitative inquiry & Research design: Choosing among five traditions*. SAGE Publications.

Crosas, I. & Medina-Bravo, P. (2019). *Cyber violence in the network. New forms of disciplinary rhetoric against feminism*. Papers.

Cullen, A. (2022). *Just on the right side of wrong: (De)Legitimizing feminism in video game live streaming*. *Television & New Media*. Vol. 23(5) 542–552.

Dennis, J. (2020). *Human, machine, play: Donna Haraway in/and game studies*. DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere. Finland.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research*. SAGE Publications.

Enevold, J. (2016). *Mama Ludens Ex Domo: Using Feminist Methods to Diversify Game Culture*. Digital Games Research Association and Society for the Advancement of the Science of Digital Games. Number: 2. Volume: 13. ISBN / ISSN: ISSN 2342-9666.

Flick, U. (2018) *The sage handbook of qualitative data collection*. SAGE Publications.

Gaudet, S. & Robert, D. (2018). *A journey through qualitative research*. SAGE Publications.

- Fron, J., Fullerton, T., Morie, J. F., & Pearce, C. (2007). *The Hegemony of Play*. Tokyo: Digital Games Research Association, 1-10.
- Gill, R., Harvey, L. (2011). Spicing it Up: Sexual Entrepreneurs and *The Sex Inspectors*. En Gill, R., Sharff, Ch. (ed). *New Femininities. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity* Houndmills. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillian (pp. 52-67).
- Gill, R., Sharff, Ch. (Ed) (2011). *New Femininities. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity* Houndmills, Basingstoke. Hampshire: Palgrave Macmillian
- Gill, R. (2009). *From Sexual Objectification to Sexual Subjectification: The Resexualisation of Women's Bodies in the Media*. Mr. Zine. <http://mrzine.monthlyreview.org/2009/gill230509.html>
- Gill, R. (2009). Supersexualize Me: Advertising and the 'Midriiffs'. En Atwood, F (ed.) *Mainstreaming Sex. The Sexualization of Western Culture*. London&New York: I.B. Taurus (pp. 93-110).
- Gill, R. (2008). *Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising*. *Feminism and Psychology*, Sage Journals (Vol 18 pp.35-60). <http://fap.sagepub.com/content/18/1/35>
- Gill, R. (2008). *Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising*. *Feminism*, 18(1), 35–60. <https://doi.org/10.1177/0959353507084950>
- Gill, R. (2002). Cool, creative and egalitarian?: exploring the Project-based new media work in Europe. En *Europe. Information, communication and society* (Vol.5 Issue 1 pp-70-89). <http://eprints.lse.ac.uk/2446/>
- Guanchez, I. (2020). "I guess we're all gay now": A content analysis of gamers' reactions to new lgbtq+ characters on Reddit. DiGRA '20 – Proceedings of the 2020 DiGRA International Conference: Play Everywhere. Finland.
- Haraway, D. J. (1991). *Science, cyborgs and women: The reinvention of nature*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Hewa, N., Tran, C. H. (2023). *Verified play, precarious work: GamerGate and platformed authenticity in the cultural industries*. *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448231158387>
- Hine. C. (2000). *Virtual Ethnografy*. SAGE Publications.
- hooks, b. (2000). *Feminism is for everybody: Passionate politics*. South End Press.

- hooks, b. (1990). *Yearning: Race, gender and Cultural Politics*. Boston, MA: South End Press.
- Hollows, J. (2000). *Feminism, femininity, and popular culture*. Manchester University Press.
- Hollows, J. (1995). Mass culture theory and political economy. En Hollows, J; Jancovich, M (eds) *Approaches to popular film*. Manchester University Press (pp. 15-36).
- John, W.S., & Johnson, P. (2000). *The pros and cons of data analysis software for qualitative research*. Journal of Nursin Scholarship, 32(4), 393-397.
- Marcotte, J. (2018). *Queering control(lers) through reflective game design practices*. Game Studies, 18(3).
- Marshall, C. & Rossman, G.B. (2016). *Designing qualitative Research*. SAGE Publications.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. Sage.
- McRobbie, Angela. (2011). *Beyond Post-feminism*. Public Policy Research (Vol. 18 N° 3 sept-nov pp. 179-184). <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-540X.2011.00661.x/abstract>
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism*. Gender, Culture and Social Change. London: Sage.
- McRobbie, A. (2004). *Post-Feminism and Popular Culture*. Feminist Media Studies. Routledge (Vol. 4, N° 3. p. 255-264). <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1468077042000309937#.Upb8wo0mOUY>
- Nakandala, S., Ciampaglia, G., Su, N., Ahm, Y.Y. (2017). *Gendered conversation in a social game-streaming platform*. Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media.
- Paassen, B., Morgenroth, T., Stratemeyer, M. (2017). *What Is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture*. Sex Roles 76 (7–8), 421–435. DOI: 10.1007/s11199-016-0678-y
- Penny, L. (2013). *Cybersexism. Sex, Gender and Power on the Internet*. Blomsbury.
- Pikara Magazine (2022). *Contar sin legitimizar: La violencia sexista en los medios de comunicación*. Ministerio de Igualdad de España.

- Pozo, T. (2018). *Queer games after empathy: Feminism and haptic game design aesthetics from consent to cuteness to the radically soft*. *Game Studies*, 18(3).
- Pozo, D., Ruberg, B., & Goetz, C. (2017). *In practice: Queerness and games*. *Camera Obscura: Feminism, Culture, and Media Studies*, 32(2), 153-163.
- Robson, C. & McCartan, K. (2016). *Real world research*. Wiley.
- Ruberg, B. y Brewer, J. (2022). *Digital intimacy in real time: Live streaming gender and sexuality*. *Television & New Media*. Vol. 23(5) 443–450.
- Ruberg, B. (2020). *The queer games avant-garde: How LGBTQ game makers are reimagining the medium of video games*. Duke University Press.
- Ruberg, B., Cullen, A., Brewster, K. (2019). *Nothing but a “titty streamer”: Legitimacy, labor, and the debate over women’s breasts in video game live streaming*. *Critical Studies in Media Communication*, 36:5, 466-481.
- Shaw, A., & Friesem, E. (2016). *Where is the queerness in games?: Types of lesbian, gay, bisexual, transgender, and queer content in digital games*. *International Journal of Communication*, 10(13).
- Socialblade. (2023). *Top 50 most followed twitch accounts*. Socialblade. <https://socialblade.com/twitch/top/50>
- Stone, K. (2018). *Time and reparative game design: Queerness, disability, and affect*. *Game Studies*, 18(3).
- Thompson, S.M. & Barrett, P. A. (1997). *Summary Oral Reflective Analysis: Method for Interview Data Analysis in Feminist Qualitative Research*. *Advances in Nursing Science*, 20(2), 55-65.
- Tompkins, J.E., Martins, N. (2021). *Masculine pleasures as normalized practices: Character design in the video game industry*. *Games and Culture*, Vol. 0(0) 1–22. DOI: 10.1177/15554120211034760
- TwitchTracker (2023). *Twitch top streamers: Overall Rank is based on average concurrent viewers, followers, views and stream time for the last 30 days, June 2023*. TwitchTracker. <https://twitchtracker.com/channels/ranking>
- TwitchTracker (2021). *Twitch stadistics and charts*. TwitchTracker. <https://twitchtracker.com/statistics>

Una Project. (2019). *Leía, Rihanna & Trump. Cómo el feminismo ha transformado la cultura pop y cómo el machismo reacciona con terror*. Barcelona. Descontrol Editorial.

Uszkoreit, L. (2017). *Video game live streaming and the perception of female gamers*. Faculty of the USC Graduate School. University of Southern California.

Uwe, F. (2018) *The sage handbook of qualitative data collection*. London. SAGE Publications.

Uwe, F. (2007). *Designing qualitative research*. London. SAGE.

Westecott, E. et al. (2019). *In Situ: Researching corporate diversity initiatives with game developers*. DiGRA '19: Game, Play and the Emerging Ludo-Mix. Kioto. Japan.

VV.AA. (2018). *¡Protesto! Videojuegos desde una perspectiva de género*. Anait Games.

VV.AA. (2013). *Transfeminismos: Epistemes, fricciones y flujos*. Txalaparta.

Zafra, R. (2014). *Arte, Feminismo y Tecnología. Reflexiones sobre formas creativas y formas de domesticación*. Quaderns de Psicologia. Vol. 16, No 1, 97-109. DOI: 10.5565/rev/qpsicologia.1212

Zafra, R. (2008). *Lo que decidimos fue, lo que no quiso ser y lo que queremos del Ciberfeminismo. Mujer y cultura visual*.
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26545/lo_que_decimos_fue.pdf?sequence=1&isAllowed=y