

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

En apoyo a la iniciativa internacional #MyGameMyName

MOVISTAR PLANTA CARA AL MACHISMO EN LA INDUSTRIA DE LOS VIDEOJUEGOS

- Las mujeres son ya un 35% de los gamers en todo el mundo y el 94% de ellas sufren acoso cuando juegan.
- Algunos de los streamers, youtubers y jugadores profesionales más conocidos del panorama de los eSports en España (BlackEspañolito, MiniDuke, Sammy, Mixwell,...) se hacen pasar por chicas para comprobar la reacción de los jugadores masculinos.

Madrid, 05 de marzo de 2019.- Movistar ha presentado hoy, con el respaldo de los equipos masculino y femenino del club de eSports Movistar Riders, su apoyo a la iniciativa internacional #MyGameMyName que denuncia el tratamiento machista en la industria de los videojuegos.

#MyGameMyName surge como una propuesta de la organización mundial Wonder Women Tech (WWT)*, cuya misión es resaltar, empoderar y educar a las personas con poca representación en las industrias STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas por sus siglas en inglés), entre ellas las mujeres, con el objetivo de obtener una mayor presencia de estos colectivos en estos ámbitos.

La campaña que impulsa Movistar ahora en España pretende poner fin a las agresiones verbales hacia las mujeres a través de las herramientas sociales tanto en los videojuegos como en su vertiente profesional, los eSports, así como transmitir los valores de igualdad del deporte y el uso responsable en la tecnología.

La Industria global de videojuegos invierte dos veces más que la cinematográfica de Hollywood y las mujeres ya representan más del 35% de los gamers en el ámbito mundial. El 94% de ellas sufre acoso cuando juega, hasta el punto de que muchas de ellas se esconden detrás de *nicknames* masculinos o utilizan distorsionadores de voz para poder jugar sin ser insultadas. En concreto, en España, desde los 6 hasta los 24 años hay casi tanto gamers hombres como mujeres. Así, en 2018, del total de jugadores de esas edades el 45% eran chicas y el 55% chicos**.

Coincidiendo con la próxima celebración del Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, la compañía lanza una campaña con vídeos rodados a modo de experimento y protagonizados por algunos de los jugadores y *youtubers* más conocidos, a los que Movistar ha invitado a jugar una partida real con alias femeninos y sentir en su propia piel lo que ellas viven, mientras sus compañeras gamers asisten en silencio como testigos a la desagradable experiencia.

Así, el youtuber BlackEspañolito comprueba cómo, a los 20 segundos de iniciar el juego haciéndose pasar por chica, le expulsan de la partida; MiniDuke, Sammy o Mixwell, jugadores profesionales de Movistar Riders, entre otros, explican cómo han sido insultados y menospreciados, mientras gamers femeninas como Lauux y la presentadora Lara Smirnova

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

asienten y confirman que esa es la realidad a la que ellas se enfrentan todos los días. Los jóvenes califican de “frustrante” y “lamentable” las reacciones de los demás jugadores que “escondidos detrás de una pantalla”, acosan a las mujeres y animan a estas a seguir compitiendo porque “tenemos que luchar contra esto”.

Todos ellos hacen una reflexión y expresan su rechazo y condena a la violencia, dejando claro que en los videojuegos en general y en los eSports en particular, como en cualquier otro ámbito, no cabe la ofensa, el lenguaje inapropiado ni el engaño, por lo que se debe apostar claramente por “eSports con valores, eSports para todos.”

Con el apoyo a este proyecto, la compañía pretende convertir a Movistar en una marca comprometida con el uso sano y seguro de la tecnología, todo ello transmitiendo los valores deportivos en el ámbito electrónico y fomentando las vocaciones digitales y nuevas habilidades que esta actividad aporta a quienes la practican, siempre desde su uso responsable.

Telefónica, que ya presentó en Brasil su campaña de apoyo a esta iniciativa a través de su marca Vivo, se compromete a fomentar y educar a la sociedad en el uso responsable de la tecnología, incluido el mundo de los eSports, con el que tiene una muy estrecha relación por ser uno de los mayores proveedores de fibra (herramienta principal de los gamers) y por ser patrocinador del Club Movistar Riders.

Los vídeos están ya disponibles en Dialogando (<https://dialogando.com.es/>) y las redes sociales de Movistar con el objetivo es llegar al público joven para concienciar sobre las prácticas machistas que suceden en entornos tan innovadores como el de los eSports. Además, Dialogando incluye contenidos útiles para reflexionar y poner en práctica, elaborados por expertos como Mar Castro, pionera en investigación y difusión de NETiqueta en España; Jorge Flores, fundador y director de PantallasAmigas; Paula Sendín, periodista; Ezequiel Passeron, director ejecutivo de Faro Digital, y Diana González, responsable de Comunicación de Navarra Arena y experta en Identidad Digital.

**Wonder Women Tech (WWT) es una asociación sin ánimo de lucro, que organiza conferencias y otros eventos en distintas ciudades y universidades del mundo para obtener una mayor presencia de la mujer en sectores en los que su representación es baja (ciencias, Tecnología, Ingeniería, matemáticas, etc...), todo ello fomentando la educación y la igualdad. Para ello cuenta con el respaldo de distintas instituciones y personas relevantes como Jesse L. Jackson, activista para la defensa de los Derechos Humanos.*

***Distribución de Gamers en España (Q1 2018) por edad y género.*

	Hombre	Mujer	Total	Acumulado
Edad 6-10	6%	5%	11%	11%
Edad 11-14	5%	4%	9%	20%
Edad 15-24	11%	9%	20%	40%
Edad 25-34	15%	10%	25%	65%
Edad 35-44	12%	7%	19%	84%
Edad 45-64	10%	7%	17%	101%

Fuente IPSOS Q1 2018