

Movistar se suma a la lucha contra el machismo en los videojuegos con una nueva edición del experimento “MyGameMyName”

Movistar vuelve a colaborar con la iniciativa internacional #MyGameMyName para denunciar el tratamiento machista en la industria del *gaming*, llevando a cabo un segundo experimento para visibilizar cómo es el día a día de las mujeres que juegan a videojuegos.

Coincidiendo con la próxima celebración del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer el 25 de noviembre, Movistar presenta la segunda entrega de este proyecto, disponible en www.mygamemyname.es, que busca concientizar a los jóvenes en general y a los amantes del *gaming* en particular, sobre la importancia del respeto y de la eliminación de los prejuicios que pueden tener ante una jugadora por el simple hecho de ser mujer.

La campaña 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.

Cada vez son más las mujeres que dan la cara en el mundo de los videojuegos, tanto jugadoras como profesionales, aun sabiendo que se exponen a comentarios machistas y discriminatorios que, a diferencia del sector, no evolucionan. Para evitar este tipo de situaciones, muchas de ellas prefieren ‘ocultarse’ tras un perfil anónimo, neutro o directamente jugar en comunidades con gente que conocen y donde se sienten más cómodas.

Con el apoyo a este proyecto, Movistar deja clara su apuesta por el uso sano y seguro de la tecnología, transmitiendo con acciones como #MyGameMyName2022 los valores deportivos en el ámbito electrónico y posicionándose a favor de la tolerancia cero ante cualquier forma de discriminación.

My Game My Name

My Game My Name es una campaña internacional impulsada inicialmente por la organización 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 tiene por objetivo crear conciencia del problema al que se enfrentan las mujeres cuando juegan a videojuegos “online” sufriendo toda clase de discriminación e insultos.

El 8M de 2019, impulsada por Movistar, se lanzó en España y Latam la primera edición, que contó con la participación de reconocidos streamers y pro players y provocó una gran repercusión en redes sociales y medios de comunicación.