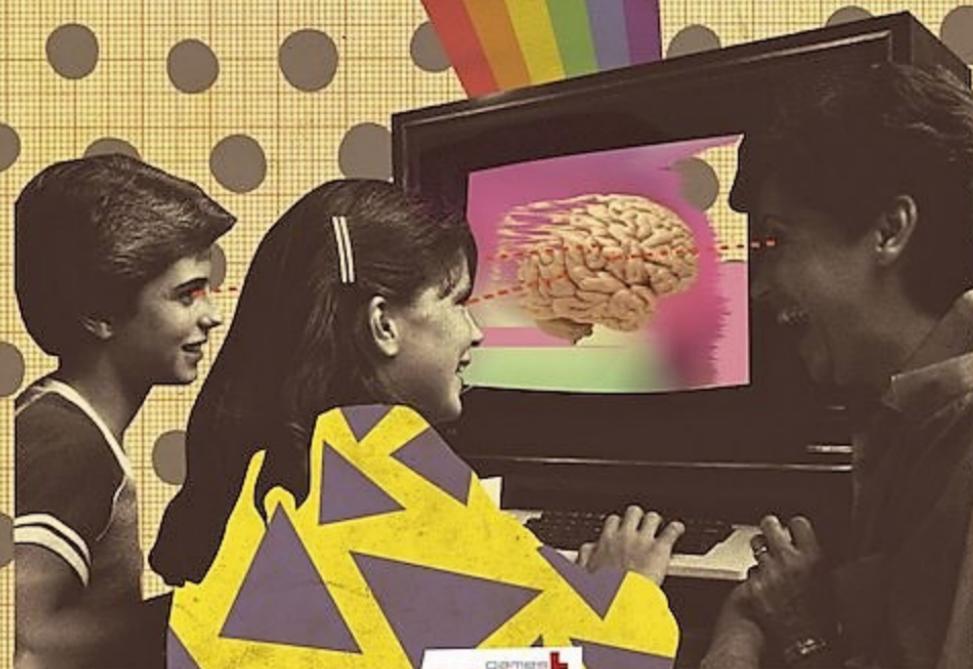


IDENTIDAD GAMER

VIDEOJUEGOS Y CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO
EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

DANIEL MURIEL



COLECCIÓN
onart

DANIEL MURIEL

IDENTIDAD GAMER

VIDEOJUEGOS Y CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO
EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Prólogo de Luca Carrubba



Publicado por **ANAITGAMES**
www.anaitgames.com
editorial@anaitgames.com

© 2018 AnaitGames
© 2018 Daniel Muriel

Las imágenes y marcas registradas que aparecen en este libro son propiedad de sus respectivos dueños.

Diseño e ilustración cubierta: Santa Suki

ISBN: 978-84-947029-4-5
Depósito legal: B 23453-2018

Identidad gamer se terminó de imprimir en Madrid en septiembre de 2018.

Prohibida su venta o reproducción sin permiso.

ÍNDICE

PRÓLOGO

LUCA CARRUBBA

9

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN DEL «EXPERIMENTO GAMER»

19

EL GAMER PROTOTÍPICO

HARDCORE GAMER O GAMER SUBCULTURAL

31

ROMPIENDO LA FIGURA MONOLÍTICA DEL GAMER

CASUAL GAMER

57

EL GAMER COMO FOODIE-CONNOISSEUR
EL VIDEOJUEGO COMO CULTURA

81

EL (NO-)GAMER CULTURAL-INTELECTUAL

103

EL ACERTIJO GAMER

131

(RE)APROPIACIONES GAMER

LOS CASOS DE TODAS GAMERS Y GAYMER.ES

159

CONCLUSIÓN

LA IDENTIDAD GAMER

EN LA ERA DE LA POSTIDENTIDAD

195

AGRADECIMIENTOS

207

BIBLIOGRAFÍA

211

INTRODUCCIÓN PRESENTACIÓN DEL «EXPERIMENTO GAMER»

Para comenzar, dos estampas de la vida cotidiana sobre lo *gamer*.

Primera estampa. Llevaba un tiempo pensando en cambiar mi combinación de teclado y ratón inalámbricos. Me puse a buscar en Amazon posibles modelos. Entre las búsquedas aparecían periféricos —con multitud de colores y luces— etiquetados como para «*gamers*» o «*gaming*». Más adelante, tras años de uso, decidí comprar una nueva silla para el despacho que tengo en casa. Me ocurre algo similar en las búsquedas en Internet, pero también en tiendas físicas que visito: se venden sillas de oficina para *gamers*, con unos diseños y colores muy marcados (los azules y rojos predominan). No son los únicos elementos catalogados para *gamers*. Hay auriculares, micrófonos, pastas térmicas, camisetas, bandanas, alfombrillas de ratón, ordenadores, chocolates, pendientes, figuras, carteles, libros, mochilas, vinilos, gafas, zapatillas, bebidas, relojes, carteras, guantes, llaveros, ropa de bebé, cojines, altavoces, anillos y un largo etcétera. Sin saber muy bien cómo ni cuándo, surgieron «cosas *gamers*».

Segunda. Hace unos pocos meses, volvía de hacer la compra en el supermercado de mi barrio cuando, ya cerca de mi casa, el hijo (de unos 8 años) de una vecina que vive en el portal de al lado le iba diciendo a su madre que de mayor quería ser *gamer*: «¡De mayor quiero ser *gamer!*». El niño, sin pausa, le preguntó a continuación a su madre si sabía lo que era ser *gamer*. La mujer, con aparentes signos de cansancio (portaba también bolsas de la compra), le contestó con un nuevo interrogante: «No, ¿qué es ser *gamer?*». En ese momento, pasó un coche haciendo bastante ruido, por lo que no pude escuchar qué le respondía el pequeño a su madre, salvo la parte final: «Por eso hay que ponerse un nombre de *gamer*, como *vegeta*». El niño se paró, hizo una breve pausa y añadió: «Bueno, puedes utilizar tu nombre, pero es mejor ponerse un nombre de *gamer*». No soy muy ducho en *gamers* mediáticos, pero entiendo que se refería al *youtuber* Vegetta777. Otra vez, sin saber muy bien cómo ni cuándo, se podía tener nombre de *gamer* (como tener nombre de animal doméstico, de pijo o de pintor renacentista).

Estas dos —para nada representativas— estampas de lo *gamer* extraídas de mi experiencia personal dan cuenta de algo que creo que va más allá de una intuición o una hipótesis plausible: que ya existen sujetos y objetos *gamer*. Las cosas *gamer* dan cuenta de una objetivación de una cultura asociada a la práctica de jugar videojuegos. Que esto sea una mayor o menor burda mercantilización que ve en la identidad *gamer* un nicho de mercado a explotar no tiene gran relevancia. Lo importante es que lo *gamer* entra de lleno en la fórmula última de cualquier identidad dentro de un contexto de capitalismo avanzado y modernidad tardía, esto es, objetos que funcionan como

significantes que solo hacen alusión a sí mismos: eres *gamer* porque llevas, usas, te pones, lees, ves cosas *gamer*; llevas, usas, te pones, lees, ves cosas *gamer* porque eres *gamer*.

Más interesante me parece la segunda estampa, ya que en ella se visualizan varias razones por las que la identidad *gamer* es un objeto de estudio, análisis y debate de mucho interés; una de las cuestiones que reverbera continuamente es lo que tiene que ver con la propia definición de *gamer* y su, tal y como indica una de las principales conclusiones de esta obra, indefinición constitutiva. El niño afirma que quiere ser *gamer*, pero acto seguido pregunta a su madre si sabe lo que es ser *gamer*. ¿Es una pregunta retórica? ¿O realmente está tanteando a su madre para saber si ella le puede dar una definición de algo que él no sabe definir, al menos por completo? La respuesta, de forma significativa, es una repetición de la pregunta: «¿Qué es ser *gamer*?». Que no alcanzara a escuchar su respuesta —si es que daba alguna— no deja de ser un maravilloso contratiempo que mantiene abierta la pregunta que, de algún modo, aborda este libro: «¿Qué es ser *gamer*?». Y que solo escuchara esa parte final no hace sino corroborar la idea inicial de que alguien es *gamer* porque tiene nombre de *gamer*, y tiene nombre de *gamer* porque es *gamer*. La incógnita *gamer* habita hasta en los rincones más inesperados de nuestros barrios.

Apesar de llevar jugando a videojuegos desde pequeño (finales de los 80, en mi caso), tampoco yo soy capaz de recordar en qué momento surge la idea de construir un universo de sentido en torno a la práctica de jugar a videojuegos. Lo que sí recuerdo es el momento en el que comienza a ser un objeto de interés no solo personal, sino

también académico. Es a finales del año 2012, a punto de finalizar mi tesis sobre identidad, expertos y patrimonio cultural, cuando, ya en pleno proceso de planificar mi inminente etapa postdoctoral, empiezo a darle vueltas a llevar a cabo un acercamiento sociológico al videojuego, sus jugadores y su cultura. Es en el año 2014 cuando esa preocupación incipiente se materializa en un proyecto de investigación postdoctoral con una financiación para tres años (incluyendo una estancia de dos años en Manchester, Reino Unido), que después se alarga algo más y, aunque ya de forma más intermitente, aún sigue coleando en este inicio de 2018.

Por lo tanto, puedo afirmar que en estos últimos años he estado involucrado en un proyecto de investigación cuyo objetivo era abordar la cultura del videojuego desde un punto de vista sociológico. La idea era —aún es— acercarme a temas de hondo calado social en la contemporaneidad, valiéndome para ello del videojuego y su cultura como un ámbito privilegiado para entender esas realidades: cuestiones como la agencia, la libertad, el poder, la experiencia, la empatía, la vida cotidiana, la cultura o la construcción de identidades y comunidades entraban dentro de mis preocupaciones. En el mundo del videojuego se reflejan muchas de las formulaciones contemporáneas de estas temáticas, es decir, a partir del videojuego es posible pensar cómo ese tipo de cuestiones se están estructurando en la actualidad. Pero no solo es reflejo de unas tendencias socioculturales más amplias, también está participando activamente en ellas; de ahí su potencial: es parte constitutiva y constituyente de la realidad que nos ha tocado vivir en estas casi dos décadas que llevamos de siglo XXI. De este proceso ha surgido un libro (Muriel y Crawford, 2018a),

algunos textos académicos (Muriel y Crawford, 2018b; Crawford, Muriel y Conway; Muriel, 2017; Muriel, 2018), varias presentaciones¹ y muchos artículos de difusión.² Un conjunto de publicaciones y ponencias que, como con el presente texto, espero que aumente en los próximos años.

Sin embargo, de todos los temas citados, había uno por el que me inclinaba de forma particular. No por nada se trata de uno de los temas fetiche de la sociología: la identidad. Una noción problemática desde un punto de vista teórico y polémica desde un enfoque sociopolítico y cultural; siempre sujeta a controversias, es un campo que resulta fascinante a la hora de comprender dinámicas que nos afectan a todas las personas. Por ello, tras varias conversaciones con Víctor Martínez, editor de este libro, y tras un periodo de preparación, se inició en AnaitGames a mediados de octubre de 2017 una serie de artículos centrada en la identidad *gamer* que concluiría a finales de noviembre del mismo año. En el texto inaugural, titulado «Identidad *gamer* #0: Presentación del experimento», se podía leer lo siguiente:

Sí, soy consciente de que eso [escribir sobre la identidad gamer] significa caminar sobre terreno resbaladizo, cuando no directamente saltar sobre un campo de minas. Sin embargo, creo que bordear el desfiladero de lo gamer puede dar sus frutos; en particular, entender mucho mejor cómo la identidad se construye, articula o, directamente, se deshace, en las sociedades que habitamos. La identidad gamer es poderosa porque se articula,

1. <<https://danielmuriel.net/conferences-talks-lectures/>>

2. <<https://danielmuriel.net/other-contributions/>>

INTRODUCCIÓN

en mayor o menor grado, tanto en clave política, cultural y social, como en otras más relacionadas con el consumo, lo lúdico y lo trivial. Puede ser tan sólida como volátil, y propugna adhesiones inquebrantables al mismo tiempo que facilita la promiscuidad identitaria. En ocasiones es una etiqueta tan difusa que se torna ampliamente inclusiva, mientras que en otras es tan restrictiva que se erige en excluyente. La identidad gamer es, en muchos sentidos, un constructo límite; tanto, que puede llegar a desbordar la propia noción de identidad. Gamer es sin duda una categoría incómoda, y como tal, perfecta para observar cómo ciertos aspectos de lo social se hacen y deshacen. Es identidad, o lo que queda de ella, en proceso.

Esta serie de textos que se inicia aquí pretende ser un conjunto abierto, vivo. Es una suerte de experimento sociológico que opera a distintos niveles: primero, es un trabajo de divulgación de resultados de una investigación académica abierta a un público más amplio; segundo, es un espacio de debate en el que no solo se transmiten unos resultados sino que se invita a discutirlos, a ponerlos en cuestión, a promover consensos y disensos; tercero, es una herramienta de investigación, pues la idea es que de este proceso se genere nuevo conocimiento del que todos seamos partícipes y probar así nuevas metodologías para acercarse a la realidad social (si vivimos en una sociedad altamente mediada por lo digital, ¿por qué no hacer uso de las oportunidades que nos ofrece?).

De hecho, de este experimento saldrá un nuevo documento (y sigue la rueda del conocimiento girando) que sintetizará todo el proceso: se trata de la publicación de un libro, bajo el sello AnaitGames, en el que se explorará la cuestión de la identidad gamer a partir de lo que ocurra desde ahora y a lo largo de las próximas semanas.

Como se puede leer, el producto final de la serie de textos en AnaitGames es este libro que tienes entre tus manos. En este fragmento de la presentación publicada en la web quedan claros los objetivos buscados: divulgación, debate e investigación. Los mismos que los de esta obra, que no deja de ser un paso más (no necesariamente el último) en todo el proceso. Lo que añade este texto al resto es una labor de articulación del conjunto, no solo de los artículos que aparecieron en la web (que aquí se reproducen con ciertas modificaciones, ampliándolos con alguna referencia teórica adicional) sino también de los comentarios que cada entrada de la serie suscitó en su momento en la propia comunidad de AnaitGames.

Por lo tanto, este libro es el último paso de un proceso que comenzó con una investigación. En este sentido cabe reproducir algunos de los aspectos metodológicos sobre las entrevistas realizadas que dieron lugar a los textos originales en la web:

En el conjunto de la investigación realicé 28 entrevistas semi-estructuradas (en esta serie solo se mencionarán los fragmentos de las entrevistas relevantes para el tema), principalmente a residentes en Reino Unido y España, aunque también hubo entrevistados de otros países europeos (Alemania, Suecia, Luxemburgo) y de Estados Unidos —hubo entrevistas cara a cara pero también vía Skype—. Los entrevistados fueron seleccionados siguiendo el criterio de incluir un amplio rango de roles y grupos dentro del mundo del videojuego (las categorías no son necesariamente excluyentes): jugadores, desarrolladores (diseñadores, programadores, artistas), académicos, periodistas de videojuegos, youtubers y directores de museos y centros de interpretación sobre videojuegos.

INTRODUCCIÓN

En relación con la categoría de jugadores de videojuegos, los entrevistados fueron elegidos de acuerdo a cómo ellos percibían su nivel de compromiso con la cultura del videojuego y a su propia identificación —o no— como gamers. Los casos se sitúan en una escala continua que va de aquellos que tienen una alta implicación en la cultura y se consideran gamers a aquellos menos activos y que no se identifican con la categoría gamer. Las entrevistas con miembros de la industria del videojuego fueron escogidas de acuerdo al rol que desempeñaban (productores, managers, programadores, diseñadores, artistas, marketing, atención al usuario) y al tipo de compañía (tamaño, si eran desarrolladores y/o editores) y de videojuegos con los que trabajaban (AAA, indie, juegos free-to-play). Los entrevistados categorizados como pertenecientes a los medios de comunicación fueron seleccionados en relación con el tipo primario de medio (escrito o audiovisual) y respecto al rol desempeñado (director, redactor, creador de contenidos). Finalmente también fueron entrevistados individuos que trabajaban en el sector de la cultura y el arte en relación con los videojuegos, entre ellos, directores de museos y otros centros de exhibición e interpretación del videojuego.

Respecto a los fragmentos de las entrevistas que aparecerán en los textos, solo se realizará una descripción sociodemográfica de la persona entrevistada, ya que todos los nombres utilizados son seudónimos. Los fragmentos de las entrevistas en inglés han sido traducidos directamente por mí. Además, aparte de otras técnicas autoetnográficas y de las entrevistas realizadas, también se siguieron debates en foros y redes sociales, por lo que es posible que aparezca alguna mención a estas discusiones durante la serie.

A estas notas metodológicas es posible añadir ahora algunas relacionadas con los comentarios recogidos. Dentro de la serie fueron publicados nueve textos, incluyendo la presentación y las conclusiones, y se registraron alrededor de 650 comentarios. De esos comentarios, preseleccióné algo más de 300, que fueron ordenados en función de los textos a los que estaban asociados, etiquetados en relación con los temas que trataban y anotados con reflexiones que surgían en el momento de ser clasificados. Posteriormente, hice un segundo cribado de comentarios por texto (que generalmente coincide con un capítulo de este libro), ordenándolos temáticamente y llevando a cabo anotaciones adicionales. Finalmente, trabajando por capítulos, seleccioné los comentarios que finalmente irían en el libro, editando los fragmentos en función del contenido que mejor podría ilustrar los temas a desarrollar. Los comentarios mostrados no han sido alterados más que para corregir aspectos de puntuación y faltas de ortografía, con la intención de facilitar su lectura.

La estructura del libro sigue principalmente el orden de los artículos que fueron publicados en la página web, con alguna modificación (los textos #5 y #6 de la serie fueron combinados en el capítulo «El acertijo gamer»³). De este modo, el capítulo 2 versa sobre el *gamer* prototípico, el *hardcore gamer* o *gamer* subcultural. En él se aborda una de las categorías más reconocibles dentro del universo *gamer*, el que aparece en el imaginario colectivo como el modelo de *gamer*, ese jugador totalmente dedicado a jugar a videojuegos. El capítulo 3 se centra en la figura del *casual gamer*, que rompe con la figura monolítica del *gamer* como tipo subcultural. Es una categoría que se construye en

3. Cfr. pág. 131.

gran medida en contraposición al *hardcore gamer*, desestabilizando hasta cierto punto la propia idea de *gamer*. En el capítulo 4, se explora al *gamer* como *foodie-connoisseur*. Es un tipo de *gamer* que se muestra como un experto en la materia, que entiende el videojuego como cultura. Finalizando con las categorías de *gamer*, el capítulo 5 busca arrojar luz sobre el acercamiento cultural-intelectual a la cultura del videojuego. Una de sus peculiaridades es la de un sujeto que, involucrado fuertemente con el mundo del videojuego, no se identifica necesariamente como *gamer*. Después, en el capítulo 6 se dinamitan todas estas categorías con la posibilidad de pensar que todo el mundo es *gamer*, lo que torna la cuestión de la identidad *gamer* en un acertijo que nos conduce a escenarios post-identitarios donde se construye la paradoja de una identidad sin identidad. Por último, antes de las conclusiones que cierran el libro, el capítulo 7 muestra dos ejemplos de apropiaciones *gamer*, es decir, cuando colectivos que tradicionalmente han sido excluidos o discriminados del universo *gamer* y sus identidades, toman la categoría para abordarla desde los bordes de sus representaciones hegemónicas: Todas Gamers y Gaymer.es.

Identidad gamer es, en definitiva, un libro destinado tanto a estudiantes, investigadores, profesionales y académicos interesados en el estudio de la identidad, los videojuegos y su cultura, como a un público más amplio con una sensibilidad e interés por el videojuego. Esta es una obra que apela a la comunidad de videojugadores, se consideren o no *gamers*, ya que habla sobre ellos y a través de ellos. Pero *Identidad gamer* aspira a más. No desea contenerse en los límites de sus páginas; como invitaba en la presentación de la serie de textos en AnaitGames:

Desde ahora, como ya he hecho antes, os invito, lectoras y lectores de este texto, a comentar estas cuestiones a través de los medios que creías oportunos. Os estaré muy agradecido (yo no!). Recordad: quizás vuestros comentarios queden inmortalizados en un artículo de esta web o, incluso, un libro. Empecemos.

No sé en qué otros formatos podrían quedar inmortalizados los nuevos comentarios o discusiones que este libro pueda llegar a propiciar, pero me gustaría que esto no se detuviese aquí.

Pues eso: empecemos.

BIBLIOGRAFÍA

- AARSAND, PAL (2012). “The Ordinary Player: Teenagers Talk about Digital Games”, *Journal of Youth Studies*, 15 (8): 961-977.
- AGAMBEN, GIORGIO (1996). *La comunidad que viene*. Valencia: Pre-textos.
- ALEXANDER, LEIGH (2014). “‘Gamers’ don’t have to be your audience. ‘Gamers’ are over”, *Gamasutra*, http://www.gamasutra.com/view/news/224400/Gamers_dont_have_to_be_your_audience_Gamers_are_over.php [Última vez consultado: 14/03/2018]
- BAUMAN, ZYGMUNT (2004). *Identity*. Cambridge: Polity Press.
- BECK, ULRICH y BECK-GERNSHEIM, ELISABETH (2001). *Individualization: Institutionalised Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- BOGOST, IAN (2011). *How to Do Things with Videogames*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- BOROWIECKI, KAROL y BAHKSGI, HASSAN (2017). Video games as cultural participation: understanding games playing in England using the Taking Part survey, https://www.sdu.dk/-/media/files/om_sdu/institutter/ivoe/disc_papers/disc_2017/dpbe5_2017.pdf?la=da&hash=EA619866C919F9462B3EE77CD242DA91FCD5E16D [Última vez consultado: 15/02/2018]
- BRAITHWAITE, ANDREA (2016). “It’s About Ethics in Games Journalism? Gamergaters and Geek Masculinity”, *Social Media + Society*, 2 (4): 1-10.
- BERGSTROM, KELLY; FISHER, STEPHANIE; JENSON, JENNIFER (2016). “Disavowing ‘That Guy’. Identity construction and massively multiplayer online game players”, *Convergence*, 22 (3): 233-249.

- BORGES, JORGE LUIS (1997). *Otras inquisiciones*. Madrid: Alianza.
- BUTLER, JUDITH (1993). *Bodies that Matter. On the Discursive Limits of Sex*. London: Routledge.
- BUTLER, JUDITH (1999). *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge, 2nd edition.
- BUTLER, JUDITH (2006). *Precarious Life: The Power of Mourning and Violence*. London: Verso.
- CONSALVO, MIA (2007). *Cheating. Gaining Advantage in Videogames*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- CRAWFORD, GARRY (2012). *Video Gamers*. London: Routledge.
- CRAWFORD, GARRY; MURIEL, DANIEL; CONWAY, STEVE (2018). “A Feel for the Game: Exploring Gaming ‘Experience’ Through the Case of Sports-Themed Video Games”, *Convergence*, <https://doi.org/10.1177/1354856518772027>
- CRENZEL, EMILIO (2010). “Políticas de la memoria. La historia del informe nunca más”, *Papeles del CEIC*, 2010/2 (61): 1-31.
- ESA (2016). Essential Facts. About the Computer and Video Game Industry, <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2016/04/Essential-Facts-2016.pdf> [Última vez consultado: 15/02/2018]
- ESA (2017). Essential Facts. About the Computer and Video Game Industry, http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2017/04/EF2017_Final-Digital.pdf [Última vez consultado: 15/02/2018].
- FOUCAULT, MICHEL (2003). *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- GOLDING, DAN (2014). “The End of Gamers”, *Tumblr*, <http://dangolding.tumblr.com/post/95985875943/the-end-of-gamers> [Última vez consultado: 14/03/2018].
- HALL, STUART (1996). “Who needs identity?”. *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE, 1-17.

- HARAWAY, DONNA (2004). *The Haraway Reader*. London: Routledge.
- ISFE (2012). Video games in Europe: Consumer study, https://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/euro_summary_-_isfe_consumer_study.pdf [Última vez consultado: 15/02/2018]
- ISFE (2016). GameTrack Survey (Quarter 4 2016), https://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/gametrack_european_summary_data_2016_q4.pdf [Última vez consultado: 15/02/2018]
- JAYANTH, MEG (2014). "52% of gamers are women – but the industry doesn't know it", *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/commentis-free/2014/sep/18/52-percent-people-playing-games-women-industry-doesnt-know> [Última vez consultado: 12/02/2018]
- JUUL, JESPER (2010). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- KALLIO, KIRSI P.; MÄYRÄ, FRANS; KAIPAINEN, KIRSIKKA (2011). "At Least Nine Ways to Play: Approaching Gamer Mentalities", *Games and Culture*, 6 (4): 327-353.
- KAPALO, KATELYNN A.; DEWAR, ALEXIS R.; RUPP, MICHAEL A.; SZALMA, JAMES L. (2015). "Individual Differences in Video Gaming: Defining Hardcore Video Gamers", *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 59th Annual Meeting*, 878-881.
- KING, GEOFF y KRZYWINSKA, TANYA (2006). *Tomb Raiders and Space Invaders. Videogame Forms and Contexts*. New York: I.B. Tauris.
- KIRKPATRICK, GRAEME (2015). *The Formation of the Gaming Culture: UK Gaming Magazines, 1981-1995*. London: Palgrave.
- KOWERT, RACHEL; GRIFFITHS, MARK D.; OLDMEDOW, JULIAN A. (2012). "Geek or Chic? Emerging Stereotypes of Online Gamers", *Bulletin of Science, Technology and Society*, 32 (6): 471-479
- LEES, MATT (2016). "What Gamergate should have taught us about the 'alt-right'", *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/technology/2016/jan/13/what-gamergate-should-have-taught-us-about-the-alt-right>

- logy/2016/dec/01/Gamergate-alt-right-hate-trump [Última vez consultado: 14/03/2018].
- MARTÍNEZ DE ALBENIZ, IÑAKI (2017). “¡Funtziona! La identidad como ensamblaje”, paper no publicado.
- MASSANARI, ADRIENNE (2017). “#Gamergate and The Fappening: How Reddit’s algorithm, governance, and culture support toxic technocultures”, *New Media and Society*, 19 (3): 329-346.
- MÄYRÄ, FRANS (2008). *An Introduction to Game Studies. Games in Culture*. London: SAGE.
- MILLER, PETER y ROSE, NIKOLAS (2008). *Governing the Present. Administering Economic, Social and Personal Life*. Cambridge: Polity Press.
- MORTENSEN, TORILL ELVIRA (2016). “Anger, Fear, and Games: The Long Event of #Gamergate”, *Games and Culture*, 1-20, <https://doi.org/10.1177/1555412016640408>
- MURIEL, DANIEL (2017). “La videoludificación de lo social en la era digital y la cultura del videojuego”, en MURIEL, DANIEL y SAN SALVADOR DEL VALLE, ROBERTO. *Tecnología digital y nuevas formas de ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto, pp. 39-57.
- MURIEL, DANIEL (2018). “El videojuego como dispositivo de (des)empoderamiento: la noción de agencia en el liberalismo avanzado”, *Revista Española de Sociología*, <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2018.19>.
- MURIEL, DANIEL y CRAWFORD, GARRY (2018a). *Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*. London: Routledge.
- MURIEL, DANIEL y CRAWFORD, GARRY (2018b). “Video Games and Agency in Contemporary Society”, *Games and Culture*, <https://doi.org/10.1177/1555412017750448>
- PERREAULT, GREGORY P. y VOS, TIM P. (2018). “The Gamergate controversy and journalistic paradigm maintenance”, *Journalism*, 19 (4): 553-569.

- RICHARDSON, INGRID (2011). “The hybrid ontology of mobile gaming”, *Convergence*, 17 (4): 419-430.
- ROSE, NIKOLAS (1999). POWERS OF FREEDOM. REFRAMING POLITICAL THOUGHT. Cambridge: Cambridge University Press.
- SHEPHERD, TAMARA; HARVEY, ALISON; JORDAN, TIM; SRAUY, SAM; MILTNER, KATE (2015). “Histories of Hating”, *Social Media + Society*, 1-10, <https://doi.org/10.1177/2056305115603997>
- SIMMEL, GEORG [1911] (2002). *Sobre la aventura. Ensayos sobre estética*. Barcelona: Península.
- STUART, KEITH (2014). “UK gamers: more women play games than men, report finds”, *The Guardian* [<http://www.theguardian.com/technology/2014/sep/17/women-video-games-iab>] [Última vez consultado: 15/02/2018]
- TAKAHASHI, DEAN (2017). “The DeanBeat: Our Cuphead runneth over”, *VentureBeat*, <https://venturebeat.com/2017/09/08/the-deanbeat-our-cuphead-runneth-over/> [Última vez consultado: 15/03/2018]
- UKIE (2018). UK Video Games Fact Sheet (February), <http://bit.ly/2Bvx8tO> [Última vez consultado: 15/02/2018]