

Videojuegos y subjetividad neoliberal: El game-play y la racionalidad ludopática

Manuel Pérez Castrejón

Universidad Complutense de Madrid ✉ <https://dx.doi.org/10.5209/rpub.102407>

Recibido: 25-04-2025 • Aceptado: 24-02-2026

Resumen. Este estudio se aproxima a las formas de subjetividad neoliberal desde la perspectiva de los videojuegos, usando para ello herramientas de la ludología. El neoliberalismo se ha desarrollado en paralelo a las tecnologías de la comunicación, fundamentadas en el capitalismo de datos. Su dinámica de registrar los comportamientos humanos, para luego optimizar las plataformas y así recolectar aún más datos, encuentra su forma ideal en el *game* (el diseño incluyendo la jugabilidad intencional) y el *play* (las renegociaciones de sentido y acciones de las comunidades a partir de ellos) de los videojuegos. Para analizarlo se propone y ejemplifica el término de *racionalidad ludopática*, basada en la superación continua del juego, con la dinámica de análisis y apropiación desde las empresas y con la creación de nuevos sistemas que aprovechen los cambios en los afectos y significados por parte de las comunidades.

Palabras clave: neoliberalismo; subjetividad-neoliberal; videojuegos; capitalismo-de-datos; economía-de-la-atención.

[en] Video Games and Neoliberal Subjectivity: Game-Play and Ludopathic Rationality

Abstract. This study approaches neoliberal subjectivity from the perspective of video games, using *game studies* framework. Neoliberalism has developed itself in parallel to communication technologies, based on data capitalism. Its dynamic of recording human behaviour, to optimise platforms and thus collect even more data, finds its ideal form in the *game* and *play* of video games. When this dynamic is applied –treating players and their communities as active agents– it gives rise to new subjectivities. To address this, the study introduces the concept of *ludopathic rationality*. This notion captures the continuous surpassing of the *game*, the corporate processes of analysis and appropriation, and the development of new systems that leverage changes in communal affects and meanings.

Keywords: Neoliberalism, Neoliberal-Subjectivity, Video-Games, Data-Capitalism, Attention-Economy.

Sumario. Introducción. 1. La industria de los videojuegos. 2. La dinámica *game-play*. 3. El diseño biopolítico del *game*. 4. La respuesta del *play* y la *racionalidad ludopática*. 5. Conclusiones. Bibliografía. Ludografía.

Cómo citar: Pérez Castrejón, M. (2026). Videojuegos y subjetividad neoliberal: El game-play y la racionalidad ludopática. *Res Publica. Revista de Historia de las Ideas Políticas*, 29(2), 199-208.

Introducción

Este artículo pretende un papel descriptivo-explicativo desde la teoría política sobre los fenómenos de subjetividad generados en los últimos lustros por el auge de los videojuegos, junto con el capitalismo de datos y de la atención. Entender cómo los individuos interactúan con los videojuegos y, por extensión, las formas ludificadas de sistemas, plataformas y aplicaciones resulta revelador para ilustrar las nuevas transformaciones de la subjetividad neoliberal. Específicamente se perfila una serie de rasgos característicos del medio que se sintetizan en la propuesta de concepto de *racionalidad ludopática*.

La subjetividad neoliberal como régimen de control biopolítico ha experimentado diversos cambios desde que se planteó por Foucault¹. La producción por parte del Estado² de mercados y la transformación de los sujetos y la sociedad, por medio de la empresa y la ascesis del rendimiento³, no se limitaron a

¹ M. Foucault, *Nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978-1979)* (Vol. 283), Madrid, Ediciones Akal, 2009, pp. 137 ss.

² D. Harvey, *Breve historia del neoliberalismo*, Madrid, Akal, 2007, pp. 75 ss.

³ C. Laval & P. Dardot, *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa, 2013, pp. 326 ss.

dar unas reglas estáticas para moldear el comportamiento; por el contrario, a la par que la hegemonía de la democracia cristiana y liberal se erosionaba por el nihilismo y el neoconservadurismo como expone Brown⁴, las dinámicas neoliberales permearon tanto en la percepción de la articulación política⁵, como en la dimensión tecnológica que atraviesa el grueso de las prácticas y comportamientos⁶. Así la subjetividad neoliberal se combina tanto con la creciente tendencia reaccionaria como con la digitalización y el neautoritarismo, inspirando una complejidad de formas específicas vinculadas a la cultura y medios como es planteado por Verónica Gago⁷.

Para dilucidar una de estas posibles subjetividades se combina el análisis posestructuralista con las herramientas de la ludología centrándose en los videojuegos. En primer lugar, se da una aproximación al devenir de la industria de los videojuegos y su relevancia, así como indagar en sus aspectos neoliberales que supongan la base empírica de la indagación filosófica. En segundo lugar, se especifica la forma videojuego y se introduce la diferencia entre *game* y *play* para entender el juego y su relación con los datos. Finalmente se explica cómo constituyen formas de negocio y su relación con la ideología y la conducta tanto en el *game* como en el *play*, desarrollándose mediante el análisis ludonarrativo el concepto de la *racionalidad ludopática*.

La aproximación al contexto tecnológico se da desde los análisis de McKenzie Wark y Nick Srnicek. El *capitalismo de plataforma*⁸ de este último hace referencia al modelo de las grandes tecnológicas de no prestar directamente bienes o servicios en sí mismos, sino servir como medio para poner en contacto a consumidores y productores; es decir, configurarse como mercados orientados al monopolio. A partir de él se genera un efecto red que lo asegura y que permite usarlo como plataforma de clientes y extracción de datos, estos se usan en publicidad, para perfeccionar sus productos o para mejorar la retención. Este modelo de negocio se acompaña con una estructura empresarial característica: un núcleo de especialistas con altos sueldos que diseñan los sistemas y una amplia base de trabajadoras y trabajadores poco cualificados que ejecutan los trabajos logísticos y físicos. Wark⁹ aprecia esta diferencia en la naturaleza del trabajo y su extensión para la configuración de dos nuevas clases sociales. La clase *vectorialista* son dirigentes dueños de las infraestructuras de comunicación que sostienen el capitalismo digital, desde los bancos a los fondos de inversión pasando por todas las tecnológicas. Su clase complementaria es la denominada *clase hacker*¹⁰, especialistas cualificados

que hacen posible el funcionamiento del sistema y el desarrollo de las tecnologías y las ideas mediante la creación de diferencia; engloba a profesionales de la academia, ingeniería, artistas, entre varios. Esta clase aspira a convertirse en vectorialista y se beneficia de las dinámicas globales de explotación, recibiendo algunos lujos burgueses pese a la igual vulnerabilidad a la precariedad.

Ambos regímenes se amparan en la forma de competencia desarrollada por el neoliberalismo: el capitalismo de plataforma es el que crea el marco económico de competencia por trabajos bien remunerados escasos y el régimen vectorialista el que asigna los roles que determinan las aspiraciones y el flujo de producción de diferencia. Asimismo, permiten que la ideología neoliberal sea una exigencia del sistema al necesitar de los sujetos que crea y reducir la actividad política a la vida privada, donde actúa el régimen de control del deseo que estos mismos sistemas encapsulan en los medios de entretenimiento¹¹, siendo uno de ellos los videojuegos.

1. La industria de los videojuegos

La *industria de los videojuegos* supone el grueso de las grandes empresas que protagonizan el más amplio *campo de los videojuegos*¹² que incluye a los pequeños desarrolladores fuera de los esquemas y otras maneras más alternativas de experimentar los más allá del modelo hegemónico. Este modelo engloba a las franquicias y marcas más populares cuyo desarrollo los ha llevado a constituirse como su propio modelo de industria cultural¹³. Keogh¹⁴ explica cómo esta formalización en manos de grandes compañías devino en un mercado cerrado y competitivo entre ellas, con lenguaje específico y tecnológico orientado al progreso. Lo más relevante es cómo este espíritu se extendía a sus consumidores, el ejemplo de las “guerras de consolas” muestra que la construcción del imaginario involucra también a los sujetos asumiendo las rivalidades entre las compañías como propias. Esta construcción que es capaz de hacer del imaginario del sujeto se suma a cómo encaja no solo con el capitalismo de plataforma en lo referente a la aspiración a ecosistemas cerrados, también plasma la dimensión de disyuntiva que esta competencia refleja.

Estos diseños tienen un marcado carácter vectorialista pues se trata de piezas de software que pueden obligarse a ser jugadas en sistemas específicos de hardware y software, ya sean consolas o plataformas como Steam. Aquí es fundamental el control tanto del copyright de la marca como del entusiasmo y la publicidad para maximizar beneficios, a la par que las franquicias se convierten en bienes de importancia cultural. Si esto se combina con los estudios de

⁴ W. Brown, *En las ruinas del neoliberalismo: el ascenso de las políticas antidemocráticas en occidente*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2019, p. 37.

⁵ L. Bazzicalupo, “Populismo y liberalismo: la pretensión de la immanencia,” *Soft Power. Revista euro-americana de teoría y historia de la política y del derecho* 4(2), 2016, pp. 55 ss.

⁶ E. Sadin, *La era del individuo tirano: El fin de un mundo común*, Barcelona: Caja Negra, 2020, pp. 89 ss.

⁷ V. Gago, *La razón neoliberal: economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2014, pp. 206-207.

⁸ N. Srnicek, *Capitalismo de plataformas*, Buenos Aires, Caja Negra, 2018, pp. 45 ss.

⁹ M. Wark, *El capitalismo ha muerto: el ascenso de la clase vectorialista*, Barcelona, Holobionte Ediciones, 2021, p. 24.

¹⁰ *Ibidem*, pp. 60 ss.

¹¹ L. H. Riutor, “Neoliberalismo, cultura y subjetividad. ‘Un modo económico de ver la vida.’” *Ideas y Valores* 73(185), 2024, p. 70.

¹² B. Keogh, *The videogame industry does not exist*, Cambridge, The MIT Press, 2023, p. 47.

¹³ T. W. Adorno & M. Horkheimer, *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Trotta, 1994, p. 165. También para sus matizaciones actuales véase J. Maiso, “Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico”, *Escritura e Imagen* 14, 2018, pp. 133-149.

¹⁴ B. Keogh, *op. cit.*, p. 32.

mercado y el modelo *media mix*¹⁵, en este caso *ludo mix*, se tiene una forma de negocio articulado y cerrado sobre el control y planificación de las marcas más allá del videojuego, con películas comerciales o juguetes; lo que genera un universo afectivo basado en los mundos transmedia¹⁶, similar a modelos como el de Disney. De igual forma, el auge de inversión en tecnológicas que describe Srnicek¹⁷ es equiparable al despunte de los videojuegos durante los confinamientos de 2020¹⁸ ya sea por medio de inversiones como el Fondo Público de Arabia Saudí en Nintendo¹⁹ o con la compra masiva de estudios más pequeños. En este contexto, la clase hacker de la industria²⁰ sufre oleadas masivas de despidos y reestructuraciones²¹, acrecentadas por la inteligencia artificial y sus consecuencias en hardware y software.

Esta forma de pensamiento también lleva incentiando en la última década la transformación del público de consumidor a recurso, lo que ha generado al auge de los juegos como servicio²². Este proceso fue en sus inicios denominado por Lizardi como *comodificación* de los videojuegos²³, su intensificación se ha hecho patente junto con el crecimiento del sector. Los videojuegos son la forma predilecta de entretenimiento y están presentes en la vida de más de la mitad de la población mundial²⁴. Su éxito se da principalmente en los países de la esfera occidental pero las versiones más commodificadas crecen en el resto de mercados. Este modelo no solo incluye el capitalismo de plataforma y el vectorialismo sino también la manipulación e insensibilización que relata Zuboff²⁵. El mejor ejemplo de la conjunción de estas tres dinámicas es el videojuego *Pokémon Go*²⁶, que no solo permitía poder movilizar a grandes conjuntos de personas y registrar su actividad, sino usarlas para que mediante el juego escanearan su entorno y con tales datos entrenar un modelo de inteligencia artificial geoespacial²⁷. Este perfil de la industria actual lleva al núcleo político de la recabación de datos que a la vez implica la creación de efectos red en sus

comunidades²⁸, pues su mayor impacto no se da en terreno económico, sino en el de la subjetividad de los jugadores. A diferencia del cine, la radio o la televisión, donde el sujeto es un mero espectador, en los videojuegos se juega, se actúa, y esta actuación lleva a la generación de más datos y un impacto más significativo de las conductas biopolíticas.

2. La dinámica *game-play*

Todo lo planteado no solo hace que los mensajes presentes en este modelo de industria impacten en los jugadores, sino que reaccionen a ellos y se pueda analizar de inmediato para modificarlos, condicionando de nuevo el comportamiento y moldeando la subjetividad conforme emerge. El entendimiento de la forma videojuego en esta dimensión ha sido planteado por Bogost²⁹, señalando parte de los elementos que, pese a estar presentes en todos los sistemas tanto digitales como analógicos, destacan especialmente en los videojuegos. Estos son su función representacional, que integra el arte, la literatura y similares en contraposición a elementos puramente instrumentales y laborales; y se combina a su vez con la inmersión, vinculada a la vivencia y experiencia fenomenológica, pero también a la abstracción, a elementos procedurales retóricos que son recreaciones del mundo. La definición de juego más propicia para su entendimiento es diseccionada por Juul³⁰ y estas características se traducen en (1) un sistema formal de reglas, con (2) un resultado u objetivo evaluable en el que se da (3) una relación entre el sistema y el jugador y (4) producen resultados negociados en el mundo. La gran sinergia de los juegos con la computación lleva a que los videojuegos se constituyen como reglas, pero también la ficción de un mundo simulado³¹; esto se completa con la naturaleza de los juegos transmedia³², que no solo supone el motor del modelo *media mix*, sino que integra a las comunidades que forma y las experiencias finales de las personas que los juegan. Finalmente, Horban y Maletska³³ destacan cómo se han convertido en un fenómeno de masas, siendo generadores de comunidades y formas de ética y moral que alcanzan y transforman estándares reales; siendo propicio recordar que son simultáneamente juegos, formas de negocio, formas de arte y contenido reproducible.

La herramienta más apropiada para analizar este fenómeno es la extrapolación de los conceptos lúdicos de *game* y *play* al flujo de datos y su uso para el entendimiento de la racionalidad que lo envuelve. Estos conceptos carecen de una traducción directa al castellano, en ocasiones dónde son menos centrales se equiparan a “juego” y “jugar” respectivamente; sin embargo, el *game* en ocasiones también

¹⁵ Modelo de análisis estadístico especializado en los grandes conjuntos de datos y mediante diferentes canales, permite alcanzar todas las formas de comercialización de una marca, como series o coleccionables. En el caso de los videojuegos suele denominarse *ludo mix*.

¹⁶ L. Klasturp & S. Tosca, “Transmedial worlds – rethinking cyberworld design”, *Proceedings International Conference on Cyberworlds 2004*. IEEE Computer Society, Los Alamitos, California, 2004, pp. 409-413.

¹⁷ N. Srnicek, *op. cit.*, p. 28.

¹⁸ D. Şener, T. Yalçın & O. Gulseven, “The impact of COVID-19 on the video game industry”, 2021.

¹⁹ Market Screener, “Nintendo Co., Ltd.: Accionistas Miembros de la Junta Directiva Gerentes y Perfil de la Empresa”.

²⁰ M. Wark, *op. cit.*, pp. 60 ss.

²¹ Obsidian Publish, “Game Industry Layoffs”.

²² Los modelos de juego como servicio son aquellos que se centran en las microtransacciones, las cajas botín, los pases de temporada para contenido continuo, los videojuegos que cobran suscripciones, las formas de servicios de suscripción a un catálogo de videojuegos, entre otras.

²³ R. Lizardi, “DLC: Perpetual commodification of the video game”, *Democratic Communiqué* 25(1), 2012.

²⁴ T. Wijman, “Newzoo’s games market revenue estimates and forecasts by region and segment for 2023”, *Newzoo*, 2024.

²⁵ S. Zuboff, *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Barcelona, Paidós, 2020, p. 31.

²⁶ Niantic, *Pokémon Go*, Android, Niantic, 2016.

²⁷ Niantic Labs, “Meet Niantic engineering leaders: A conversation with Niantic chief scientist Victor Prisacariu”.

²⁸ N. Srnicek, *op. cit.*, p. 99.

²⁹ I. Bogost, *Persuasive games: The expressive power of video-games*, The MIT Press, 2007, pp. 58 ss.

³⁰ J. Juul, “The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness”, en M. Copier & J. Raessens (eds.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, Utrecht: Utrecht University, 2003, pp. 30-45.

³¹ *Id.*, *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*, Cambridge: MIT Press, 2005, p. 163.

³² L. Klasturp & S. Tosca, *op. cit.*, pp. 409-413.

³³ O. Horban, & M. Maletska, “Basic approaches to the definition of the concept of «videogame» as an element of modern scientific discourse”, *Skhid* 3(155), 2018, pp. 29-33.

involucra las maneras planificadas de jugar, por lo que para un abordaje preciso y mayor correspondencia con la literatura existente se opta por mantenerlo en inglés, tomando el ejemplo de Gonzalo Frasca³⁴ y la recomendación de Clara Fernández-Vara³⁵.

Bo Kampmann³⁶ explica cómo el *game* y el *play* son aspectos que se integran de manera cómplice, pero con ontologías muy diferentes. El *game* hace alusión a la parte reglada del juego, las normas establecidas y objetivos definidos que conforman roles fijos e inmutables, propiciando elementos como la competencia o colaboración estructurada, condiciones de victoria y derrota o progresión medible. Este se crea mediante el establecimiento de mecánicas cerradas y diseños intencionales, lo que en el caso de los videojuegos no se reduce al software programado, también incluye el comportamiento pretendido en las personas que lo juegan: la *forma de juego game (game-mode)*. Por su parte, el *play*, refiere al juego espontáneo, sin reglas, objetivos o estructura. El sentido del juego es personal y se construye de forma emergente mientras ocurre, dando más peso a la creatividad, expresión y experimentación. La *forma de juego play (play-mode)* siempre está disponible al renegociar los significados de las reglas dadas en cualquier *game* o diseño intencional, aunque puede ser incentivada o permitida en mayor o menor medida por el *game*. Esta diferencia también se da a nivel epistémico en la experiencia del jugador. El *play* supone interpretar, imaginar y explorar en un segundo orden de complejidad, es decir, una ilusión no elaborada que se tiene que mantener por sí misma buscando sus propios significados. Al no estar refinada es sencillo salir de vuelta al primer orden de complejidad, que es la propia realidad. Pero también es posible que este *play*, esta ilusión, sea fortalecida y desarrolle sus propias normas convirtiéndose en *game* y operando en un tercer orden de complejidad, donde la atención ya no está en el significado y la interpretación, sino que estos son dados por las reglas asumidas y el foco es táctico y estratégico: centrado en avanzar y optimizar las acciones para lograr los objetivos dados. El *play* puede convertirse en *game*, pero sus posibilidades siempre son superiores porque el *play* permite deconstruir las reglas, cambiarlas o formar las suyas propias. De tal forma, en los videojuegos la negociación de los significados y estructuras es una posibilidad continua para el público y algo observable por los creadores, los cuales pueden modificarlo. Para analizar este proceso dinámico y rizomático se combinará esta distinción con una exploración deconstructiva en clave posestructuralista, debido a su versatilidad para el análisis del poder político.

3. El diseño biopolítico del *game*

3.1. La explotación del *play*

Este *play* que emerge de los jugadores puede ser monitorizado por parte de las grandes empresas de

la industria como Microsoft, Sony o Tencent, que potencian esta dimensión del capitalismo de plataforma y se ven enriquecidas en la prestación de servicios y productos de suscripción de software y logística³⁷. Con el entendimiento del *game* y el *play* se revela su alcance: el diseño de un videojuego, un *game*, puede contar con análisis del mercado y diversas preparaciones, pero ante él surgirán diversas formas de *play*. La posibilidad de analizarlas, junto a la reacción en redes sociales digitales y otras métricas del *media mix*, permite modificar el *game*, por medio de actualizaciones, para incluir mejores formas de monetización, publicidad o colaboraciones como es el caso de *Fornite*³⁸. El juego se convierte en una plataforma mercado capaz de modificar los hábitos y conocer a su público tanto a nivel conductual y psicológico como físico por medio de dispositivos periféricos de constantes vitales³⁹. El propio seguimiento de los datos biométricos puede convertirse en un producto de suscripción, como en el caso de *Defense of the Ancients*⁴⁰, relatado por Egliston⁴¹. Esta forma de condicionar el comportamiento para fines comerciales, en línea con la teoría de la retención de Stiegler⁴², beneficia a los juegos como servicio, que alimentan la neurociencia detrás de los diseñados para crear comunidades, como *Genshin Impact*⁴³, o aprovechar una existente, como *One Piece Treasure Cruise*⁴⁴.

La vigilancia por parte de la máquina⁴⁵ no encuentra su máxima potencialidad en el condicionamiento biopolítico de lo que el propio juego define, pues esta es la dimensión del *game*, sino en la monitorización de las posibilidades de *play* que el público desarrolla, para aprovechar su cualidad emergente. Esto es lo que genera el cambio más profundo en la subjetividad y la agencia, pues lo anterior se trata de la transformación del cliente a recurso, pero esto es la expropiación vectorialista de la posibilidad de creatividad dentro y fuera del juego. Bethesda lo ejemplifica con su *Bethesda Game Studios Creations*⁴⁶, al institucionalizar la creación de mods⁴⁷, una práctica emergente del *play* y siempre desvinculada de la compañía sirviendo de acción libre sobre sus videojuegos. Por medio de este sistema la compañía no solo puede controlar esa parte del *play* convirtiéndolo en *game*, sino que puede delegar funciones de diseño a la comunidad; es decir, los jugadores ya no son solo clientes, o recursos, sino también trabajadores. Estos mods pueden ahora resultar lucrativos

³⁴ G. Frasca, "Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción." *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* 1(7), 2009, pp. 37-44.

³⁵ A. Lozano, "10. Con Clara Fernández-Vara sobre videojuegos e interpretación." *Ludens*, 2021, min 15:30.

³⁶ B. Kampmann, "Playing and Gaming", *Game Studies*, 2003.

³⁷ N. Srnicek, *op. cit.*, pp. 61 ss.

³⁸ Epic Games, *Fortnite*, Switch, Epic Games, 2017.

³⁹ B. Egliston, "Quantified play: Self-tracking in videogames", *Games and Culture* 15(6), 2020, p. 709.

⁴⁰ Valve, *Defense of the Ancients*, PC, Valve, 2013.

⁴¹ B. Egliston, "Videogame analytics, surveillance, and memory", *Surveillance and Society* 17(1-2), 2019, p. 162.

⁴² *Id.*, "Surveillance technicity: Affect, retention and videogame analytics". *Media, Culture & Society* 42(6), 2020, pp. 915-931.

⁴³ HoYoverse, *Genshin Impact*, PS4, HoYoverse, 2020.

⁴⁴ Bandai Namco Entertainment, *One Piece Treasure Cruise*, Android, Bandai Namco Entertainment, 2015.

⁴⁵ B. Egliston, "Surveillance technicity: Affect, retention and videogame analytics", *op. cit.*, pp. 924-926.

⁴⁶ Bethesda, "Bethesda Game Studios Creations", Bethesda.

⁴⁷ Un mod (abreviatura de modificación) es una pieza de software que cambia el contenido original de un videojuego, le añade más, corrige errores, etcétera. Generalmente son creados por los jugadores y ofrecidos de forma gratuita por razones de copyright.

para la empresa o estar destinados a arreglar errores de juegos como con *The Elder Scrolls V: Skyrim*⁴⁸.

3.2. La desaparición de la frontera entre juego y trabajo

El análisis del *play* no supone, como teorizaba Taylor⁴⁹, un fenómeno democratizador dentro de la vertical industria del videojuego, sino que al aplicar el prisma vectorialista revela nuevas dinámicas de distribución y apropiación del trabajo; ya sea de forma sutil delegando parte del interés del juego en la propia comunidad, como en *Super Mario Maker*⁵⁰ donde esta es la que crea el grueso de niveles, o de forma más abierta y sistemática con plataformas con divisa propia y articulación de todos estos modelos como *Roblox*⁵¹. Este videojuego-plataforma con más de 200 millones de jugadores permite crear videojuegos propios para que otros los jueguen, estos pueden ser monetizados por medio de su propia moneda, de la cual la plataforma se queda una parte, teniendo además un tipo de cambio desigual a su favor. Ha sido extremadamente criticado, ya que es ampliamente jugado por menores y posibilita formas de juegos de apuestas ocultos tras otras divisas; sin embargo, el jefe del estudio, Stefano Corazza, ha insistido en el sentido de expresión artística y educativo, señalando que los jóvenes han de considerar un regalo tal oportunidad de formación e ingresos⁵². Esta narrativa ideológica encarna una forma extrema de subjetividad neoliberal en un entorno vectorialista: una actividad creativa, demandante, en un entorno que se beneficia de ella y siendo a la vez fuerza laboral, consumidor y producto. De hecho, también es abierto en cuanto a datos, estadísticas y gustos, permitiendo que los jugadores los usen para sus creaciones⁵³. Aquí la apropiación del *play* es ideal gracias a que la plataforma distorsiona completamente la frontera entre las actividades de creación y juego; todo ello dentro de un sistema monopolístico que se beneficia del efecto red de las comunidades e incentiva a los creadores a aprovechar las prácticas predatorias.

Este cambio integra en los juegos métodos de autoseguimiento y autoconocimiento con tres características: (1) se da de forma habitual, basado en rutinas y cotidianidad; (2) es mundano, por su normalización y asequibilidad; y (3) es voluntario, pues se asume como propio mejorar y se plantea como un registro⁵⁴. Así se da un proceso de *gramatización*, mediatizar en el texto las relaciones humano-tecnológicas, que no es regido por el mensaje del videojuego en sí⁵⁵,

sino que el propio medio aporta su significado⁵⁶. El papel principal de la actividad en los videojuegos es fundamental, pues facilitan los actos, prácticas y ritos que sustentan las estructuras ideológicas⁵⁷. Si bien los videojuegos, como cualquier otro medio, se prestan para lo anterior pudiendo ser usados para intereses bélicos⁵⁸, su punto es cómo integran la competitividad y la naturalización del papel individual tras la máscara ideológica de la diversión del juego. Los videojuegos suponen una forma de ideal meritocrático, gracias a sus sistemas de progresión y mejora⁵⁹, que encajan con el ideal neoliberal individualista de medición objetiva. La dualidad se presenta con que el medio posibilita evitar la igualdad de oportunidades, con sistemas *paga para ganar* (*pay to win*), que permiten obtener ventajas, progreso o estéticas. La dinámica de actualización del *game*, hace el mismo juego del neoliberalismo a gran escala sustituyendo el disfrute de la experiencia vivida por la productividad: quienes encontraron dificultades en el progreso encuentran injusto que se simplifique gracias a actualizaciones que permitan entrar a más gente fácilmente, desarrollando una meritocracia tóxica que confronta a los individuos⁶⁰. Esta condición de análisis y apropiación del *play* por medio de datos masivos para la mejora biopolítica del *game*, mediante la cual permean los elementos más neoliberales de la industria de los videojuegos, es la primera faceta de lo que se propone denominar *racionalidad ludopática*, vigente en los sistemas de juego digital.

4. La respuesta del *play* y la racionalidad ludopática

4.1. La Racionalidad Ludopática

Esta articulación teórica sobre las formas de subjetivación estaría incompleta sin contemplar las que devienen del propio *play*, las formas no intencionales de juego y uso de los sistemas. La respuesta por parte de las personas que juegan desde el *play* puede ser múltiple y no se limita a lo planificado, ni es reducible a una interpretación de tipos de jugadores, sino que se constituyen como comunidades activas y procesos sociales capaces de renegociar y modificar el *game*⁶¹. Esta cualidad aparentemente democrática o empoderante⁶² ignora la contextualización vectorialista en la que opera y el impacto del medio definido previamente. Cuando la lógica de los videojuegos se desarrolla no extrapola necesariamente objetivos ni reglas, sino la propia lógica del medio de juego. Es posible que se reconozca el *game*, pero

⁴⁸ Bethesda, *The Elder Scrolls V: Skyrim*, PC, Bethesda, 2011.

⁴⁹ T. L. Taylor, "Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture", en J. Karaganis (ed.), *Network Netplay: Structures of Participation in Digital Culture*, Social Science Research Council, 2007, pp. 113-130.

⁵⁰ Nintendo, *Super Mario Maker*, Wii U, Nintendo, 2015.

⁵¹ Roblox Corporation, *Roblox*, PS4, Roblox Corporation, 2023.

⁵² C. Tapsell, "Roblox Studio boss: children making money on the platform isn't exploitation, it's a gift", *Eurogamer*, 2024.

⁵³ Y. J. Kang, J. U. Lee & S. Lee, "Who Makes Popular Content? Information Cues from Content Creators for Users' game Choice: Focusing on User-Created Content Platform «Roblox»", *Entertainment Computing*, 50 (100697), 2024.

⁵⁴ B. Egliston, "Quantified play: Self-tracking in videogames", *op. cit.*, pp. 710 ss.

⁵⁵ D. Zandle, P. Cairns, & D. Kudenko, "No priming in video games", *Computers in Human Behavior* 78, 2018, pp. 113-125.

⁵⁶ M. McLuhan, J. Agel & Q. Fiore, *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*, Paidós, 1969, p. 8.

⁵⁷ L. Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1974, pp. 49-50.

⁵⁸ D. Nieborg, "America's Army: More than a game", *Simulation & Gaming: An Interdisciplinary Journal is Bridging the gap: Transforming knowledge into action through gaming and simulation*, Munich, 2004.

⁵⁹ C. A. Paul, *The Toxic Meritocracy of Video Games: Why Gaming Culture Is the Worst*, Minnesota, University of Minnesota Press, 2018, pp. 29 ss.

⁶⁰ *Ibidem*, pp. 63 ss.

⁶¹ T. L. Taylor, *op. cit.*, p. 113.

⁶² Véase en clave crítica J. McGonigal, *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, Nueva York, The Penguin Press, 2011, p. 19. así como T. L. Taylor, *op. cit.*, p. 113 ss.

solo se asuman los esquemas de valores simbólicos que ofrece (progresión, victorias, recursos...) sin reconocer las reglas para su consecución; y por parte del *play*, este no tiene que reducirse a diversas formas de juego, sino que son procesos sociales que crean nuevos sistemas de *game* que operan como estructuras de subjetivación que reformulan y transmiten las lógicas del juego.

La *racionalidad ludópatica* es el concepto que se propone para englobar esta lógica de transgresión continua del *game* propia de la industria de los videojuegos⁶³ de la última década dividida en dos facetas. La primera es la del ya explicado análisis biopolítico del *play* por parte de las empresas vectorialistas para perfeccionar el *game*, gracias al modelo de juegos como servicio. La segunda faceta consiste en que en el propio *play*, de similar o mayor complejidad por su dimensión social y comunitaria, se dan nuevos sistemas de juego estructurado, formas de juego *game*, que replican las estructuras y sus lógicas de subjetivación debido a que operan dentro de los mismos sistemas vectorialistas.

4.2. Metodología y análisis del *play*

Para explorar esta segunda faceta, no centrada en las prácticas de las empresas sino de las comunidades que aglutinan se recurre a un análisis ludonarrativo⁶⁴ extendido, es decir considerando la definición del videojuego como se expuso previamente: no siendo una obra aislada, sino vinculada a sus comunidades y las formas de juego que desarrollan, completándose posteriormente su interpretación con la literatura disponible. Para garantizar una representatividad en diversos ámbitos la selección es hecha en base a la división entre público objetivo casual y profesional⁶⁵. Esto permite que sea muy revelador al atender a la relación biopolítica, la más relevante en las cuestiones ideológicas planteadas. El interés es centrarse en los sistemas adicionales devenidos del *play* dado en esas comunidades que puedan suponer formas de subjetivación, por ello los candidatos son juegos masivos de comunidades amplias y estructuradas activas del 2019 al 2023, pues es este lustro en el que se aceleran tales procesos.

(A) Para una visión de lo casual *Animal Crossing: New Horizons*⁶⁶ supone un caso privilegiado, se trata de un juego familiar de consola que no se reduce a un formato arcade y que, sin tener una condición tan compleja como el mentado *Roblox*⁶⁷, gozó de gran actividad gracias a su oportuna salida durante la crisis sanitaria de 2020 reflejándose en más de 40 millones de copias vendidas que lo dotan de una elevada relevancia. Se trata de un juego de simulación de vida en una pequeña isla con recursos y vecinos en el que, pese a su limitado *game*, su comunidad

experimentó fenómenos sociales y económicos de interés con la creación de una plataforma externa al juego llamada Nookazon⁶⁸, que incentivó el prácticamente inexistente comercio entre jugadores. Se pudieron apreciar dinámicas de clase, hiperinflación y la constitución de significantes ajenos al juego que, al institucionalizarse en la plataforma de comercio como un nuevo *game*, modificaron con este nuevo *play* de los jugadores el *game* original. Este microcosmos propio, con subjetividades ajenas al *game*, supuso la maximización del mercantilismo y las diferencias económicas entre jugadores veteranos enriquecidos y los nuevos jugadores que enfrentan el mercado. Esto devino en que en la plataforma surgida del *play* se normalizara el intercambio con elementos no formales del juego, como es la fuerza de trabajo para tareas monótonas, surgiendo formas de trabajos precarizados por dinámicas de clase en un ejemplo de lo que Kücklich denomina *playbour* (juego-trabajo)⁶⁹. Asimismo, la comunidad dio lugar a modelos de negocios donde se intercambiaban elementos del juego por dinero real, alcanzando precios de miles de dólares gracias a la fetichización de este *ludo mix*.

(B) Por parte del juego profesional, sumamente comodificado, se plantean varios candidatos como *Team Fortress 2*⁷⁰, *Defense of the Ancients*⁷¹ o, el finalmente más destacado, *Counter-Strike: Global Offensive*⁷², actualizado a finales de 2023 a *Counter-Strike 2*, y con origen en un mod de la comunidad. Al igual que otros protagonistas de los eSports posee una especial sinergia con la plataforma hegemónica del juego en PC, Steam; pero la relevancia biopolítica de su *play* no reside solo en una forma de práctica en el juego, consistente en batallas por objetivos entre dos equipos con una jugabilidad de disparos, o su alto nivel de comodificación. Lo que le hace un caso de especial interés es su amplio mercado de *skins* o *apariencias*, que implica aspectos para las armas y el equipamiento. Este ha supuesto una posibilidad de explotación tanto a los niveles anteriores, como con formas de juego de apuestas encubierto con casos como CSGORoll o CSGOEmpire⁷³; así como ha posibilitado blanqueo de capitales o prácticas más problemáticas, con el uso de estrellas de los eSports para atraer a público menor⁷⁴. Parte de su éxito se debe al papel del *play*, la involucración de los jugadores en la capacidad de determinar el valor de los objetos virtuales⁷⁵, si bien ha intentado regularse esta dimensión financiera, los esfuerzos no han

⁶³ Que no es la totalidad del mundo de los videojuegos, pero sí su parte más visible e influyente.

⁶⁴ A. A. Cuadrado & A. J. Planells, *Ficción y videojuegos: teoría y práctica de la ludonarración*. Editorial UOC, 2020.

⁶⁵ J. Juul, *A casual revolution: Reinventing video games and their players*, MIT press, 2012, p. 28. Véase también V. N. Remesal, *Libertad dirigida: Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*, Shangrila, 2016, p. 134.

⁶⁶ Nintendo, *Animal Crossing: New Horizons*, Switch, Nintendo, 2020.

⁶⁷ Roblox Corporation, *op. cit.*

⁶⁸ J. Blom, "Attachment, possession or personalization?: Why the character trade in Animal Crossing: New Horizons exploded", *Replaying Japan* 4, 2022, pp. 23-34.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 6.

⁷⁰ Valve, *Team Fortress 2*, PC, Valve, 2007.

⁷¹ *Id.*, *Defense of the Ancients*, *op. cit.*

⁷² *Id.*, *Counter-Strike: Global Offensive*, PC, Valve, 2012.

⁷³ T. S. Hardenstein, "Skins in the game: Counter-strike, esports, and the shady world of online gambling", *UNLV Gaming LJ* 7, 2017, p. 117.

⁷⁴ C. Patterson, "CS:GO Roll gambling site banned in Australia for illegal practices", *Dexerto*, 2023.

⁷⁵ K. I. Yamamoto & V. McArthur, "Digital economies and trading in Counter-Strike: Global Offensive: How virtual items are valued to real world currencies in an online barter-free market", *2015 IEEE Games Entertainment Media Conference*, Toronto, 2015.

resultado en demasiados éxitos⁷⁶. Este *game* cohesion a dos dinámicas de *play* diferentes: por un lado, la que se da sobre el sistema de skins para forzar los límites legales y aprovechar los vacíos para beneficiarse mediante irregularidades; por otro, la influencia de estas dinámicas sobre el propio *game*, pues el valor de los símbolos es otorgado por el contexto comunitario del que participan tanto expectativas como impacto mediático de los eSports y sus estrellas. Esto lleva a que el *play* del grueso de jugadores se desarrolle en uno de los dos entornos: el *game* original y oficial, que variará conforme lo hagan las expectativas de valor sobre los objetos virtuales, y el *game* que surge del *play* alegal. Es decir, en este caso el videojuego no se cierra mediante un aprovechamiento ajeno a la industria del videojuego y limitado, como lo era Nookazon, en su lugar genera una sinergia entre diferentes sistemas nuevos de *game* que se retroalimentan y van desde las dimensiones más estrictamente financieras a las experiencias de juego y decisiones de la propia Valve.

4.3. Un cierre para la subjetividad

Finalmente, antes de condensar estos fenómenos a nivel teórico cabe mencionar el mercado móvil, el más creciente, y la forma de consumo menos comunitaria y más individual para completar las diversas muestras. Esta dimensión está mucho más estudiada por la popularidad del género de juegos gacha⁷⁷, especialmente en Asia, y su vinculación con la subjetividad neoliberal y los afectos⁷⁸. En juegos como el popular *Genshin Impact*⁷⁹ o *Fire Emblem Heroes*⁸⁰ el *play* se convierte en una forma de juego-trabajo, ya que al estar diseñados para *jugadores ballena*, los que gastan grandes sumas de dinero en micropagos, los medios de progresión se ven dificultados enormemente⁸¹; y junto al *ludo mix* y su componente afectivo⁸² colaboran para resultar exigentes pero atractivos para jugadores que sigan una estrategia que no implique pagar. En los casos más extremos lleva a una forma de vida asceta con organización de horarios, trabajo y vida personal orientada a optimizar las ganancias del juego⁸³; teniendo en ello un papel central la disciplina y el control del deseo en contraposición a las técnicas psicológicas usadas por el juego para incentivar el consumo. Es decir, mecanismos de *game* adictivos y afectivos generan una sub-

jetividad asceta, a raíz de un *play* centrado en la consecución de la progresión en ese mismo *game*, que está contrapuesto a su lógica. Esta potencialidad es transversal pero puede verse altamente reforzada por cierto tipo de jugadores como los *exploradores*, los *triunfadores* o aquellos que hacen trampas o modificaciones⁸⁴, combinándose además con un carácter marcadamente heteronormativo y masculino⁸⁵, vinculado al neoliberalismo en el marco de la moral tradicional⁸⁶, lo que fácilmente deviene en entornos y narrativas misóginas.

Esta aproximación permite especificar la *racionalidad ludópica* en su segunda faceta de relación con el público. La construcción de sistemas, *games*, alternativos se ve atravesada por la destrucción de la frontera entre consumidor y productor, como se apreció en la primera faceta de perfeccionamiento biopolítico del *game*, pero añadiéndose también en el juego-trabajo dentro del *play*. La eliminación de esta frontera es acompañada por la de la diferencia entre juego y no-juego, tanto en el establecimiento de objetivos como de recompensas. Ya sea por los medios más económicos o afectivos, las condiciones de deseo se pueden diseñar y renegociar por parte de sujetos o intereses externos a la industria con la misma rapidez con la que se crean nuevos sistemas para acomodarlas o monetizarlas, siendo estos a su vez observados por las empresas de la propia industria. Al igual que ciertas partes de las comunidades proveen y construyen estos *games* alternativos para aprovechar el entorno dado como generador de beneficios, los diseñadores también pueden hacerlo para optimizar ingresos o impacto en primer lugar; esto se hace bajo la misma lógica de considerar esa mediación digital que brinda el capitalismo de plataforma como un videojuego en sí mismo, siendo posible tanto en esta industria como cualquier otra y quedando oculto por la máscara ideológica del juego.

Cabe añadir cómo la propia digitalidad, mediada por los dispositivos digitales y los sistemas formalizados crean un espacio semiótico propio de máscara, espectáculo y disfraz. La abstracción de los signos dada por las pantallas puede desvincularlos de la realidad, convirtiéndolos en simulacros extraídos de una imagen⁸⁷. La realidad que relata O'Neil⁸⁸ sobre la gamificación del trabajo, las entrevistas con formularios de datos para el análisis de perfiles y las comparativas psicológicas, o fenómenos como los puestos de trabajo fantasma muestran que este entendimiento del medio no se restringe a los videojuegos, sino que es exportado con la impersonalización y gamificación que implican los algoritmos allí donde se aplican pequeños elementos de juego y competencia en sistemas formalizados; lo que da cabida a que se desarrolle o, según el caso se exporte directamente, esta *racionalidad ludopática*.

⁷⁶ L. Y. Xiao, "Breaking Ban: Belgium's ineffective gambling law regulation of video game loot boxes", *Collabra: Psychology* 9(1), 2023.

⁷⁷ Denominados así por tener un *gachapón*, máquina japonesa de juguetes cápsula, que en el juego sirve para, a cambio de algún tipo de moneda del juego, conseguir personajes u objetos de forma aleatoria.

⁷⁸ S. Huang, *Embodied fate: The character economy and the neoliberal subjectivity in gacha games*. Duke University, 2023.

⁷⁹ HoYoverse, *op. cit.*

⁸⁰ Intelligent Systems, *Fire Emblem Heroes*, Android, Intelligent Systems, 2017.

⁸¹ C. Chen, & Z. Fang, "Gacha game analysis and design", *Proceedings of the ACM on Measurement and Analysis of Computing Systems* 7(1), 2023, pp. 1-45.

⁸² O. Woods, "The affective embeddings of gacha games: Aesthetic assemblages and the mediated expression of the self", *New Media & Society* 26(2), 2024, pp. 823-838.

⁸³ *Id.*, "The economy of time, the rationalisation of resources: Discipline, desire and deferred value in the playing of gacha games", *Games and Culture* 17(7-8), 2022, pp. 1075-1092.

⁸⁴ V. N. Remesal, *op. cit.*, pp. 131 ss.

⁸⁵ D. A. Burrill, *Die tryin': videogames, masculinity, culture*, Nueva York, Peter Lang, 2008, p. 23.

⁸⁶ W. Brown, *op. cit.*, p. 37.

⁸⁷ J. Baudrillard, *Cultura y Simulacro*, Barcelona, Kairós, 1978, p. 5 ss.

⁸⁸ C. O'Neil, *Armas de destrucción matemática: cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*, Madrid, Capitán Swing Libros, 2018, p. 86 ss.

Conclusiones

Este artículo muestra la utilidad de la ludología para la filosofía política, siendo una herramienta de análisis compatible y explorable; específicamente con el *game* y el *play* para analizar las dinámicas de poder en medios digitales. Asimismo, la relación del neoliberalismo con el vectorialismo y el capitalismo de plataforma denota las posibles tendencias de la industria de los videojuegos y su relevancia como entorno precursor de dinámicas extrapolables a otros campos que supongan medios ideológicos, no solo como mensaje, sino como prácticas biopolíticas transmitidas por la gamificación. Como herramienta para su estudio específico dentro del marco de formas de subjetivación se propone el término de *racionalidad ludopática*, que engloba tanto la dinámica de análisis del *play* y perfeccionamiento del *game*, como los nuevos sistemas paralelos que surgen del principal, aprovechando desde fuera de la industria la renegociación de significados, los componentes afectivos y la mezcla entre juego y trabajo.

Esto puede resultar útil para indagar en las relaciones entre elementos como la precesión de los signos con la hiperrealidad tecnológicamente mediada, los nuevos modelos económicos, transformaciones sociales e implicaciones filosóficas que conlleva la transformación del juego en trabajo y el trabajo en juego. De igual forma, sería pertinente investigar sobre las formas de subjetividad que produce la exportación de elementos de juego a casi todos los aspectos de la vida, especialmente de los más jóvenes y con perspectiva de género, elemento transversal de gran relevancia dentro y fuera del mundo de los videojuegos. La existencia desde aplicaciones de citas a laborales permite sobrevivir en un entorno digital cerrado donde las formas de articulación política y de pensamiento se ven atravesadas por esta naturaleza de juego; dándose a la par que el auge del neoautoritarismo tecnológico y un clima internacional más hostil, que dan protagonismo a estos modelos de control biopolítico a través del ocio y el espectáculo.

Bibliografía

- Adorno T. W. & Horkheimer, M., *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid, Trotta, 1994.
- Althusser, L., *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1974.
- Baudrillard, J., *Cultura y Simulacro*, Barcelona, Kairós, 1978.
- Bazzicalupo, L., "Populismo y liberalismo: la pretensión de la inmanencia." *Soft Power. Revista euro-americana de teoría y historia de la política y del derecho* 4 (2), 2016, 55-70.
- Bethesda, "Bethesda Game Studios Creations", Bethesda. Recuperado el 17 de mayo de 2024, de <https://creations.bethesda.net/en/creators/bethesdagamestudios>.
- Blom, J., "Attachment, possession or personalization?: Why the character trade in Animal Crossing: New Horizons exploded", *Replaying Japan* 4, 2022, pp. 23-34.
- Bogost, I., *Persuasive games: The expressive power of videogames*, The MIT Press, 2007.
- Brown, W., *En las ruinas del neoliberalismo: el ascenso de las políticas antidemocráticas en occidente*, Madrid, Traficantes de Sueños, 2019.
- Burrill, D. A., *Die tryin': videogames, masculinity, culture*, Nueva York, Peter Lang, 2008.
- Chen, C., & Fang, Z., "Gacha game analysis and design", *Proceedings of the ACM on Measurement and Analysis of Computing Systems*, 7(1), 2023, pp. 1-45. <http://dx.doi.org/10.1145/3579438>.
- Cuadrado, A. A., & Planells, A. J., *Ficción y videojuegos: teoría y práctica de la ludonarración*. Editorial UOC, 2020.
- Egliston, B., "Videogame analytics, surveillance, and memory", *Surveillance and Society* 17(1-2), 2019, pp. 161-168. <https://doi.org/10.24908/ss.v17i1/2.12918>.
- "Quantified play: Self-tracking in videogames", *Games and Culture* 15(6), 2020, pp. 707-729. <https://doi.org/10.1177/1555412019845983>.
- "Surveillance technicity: Affect, retention and videogame analytics". *Media, Culture & Society* 42(6), 2020, pp. 915-931. <https://doi.org/10.1177/0163443719880139>.
- Foucault, M., *Nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978-1979) (Vol. 283)*, Madrid, Ediciones Akal, 2009.
- Frasca, G., "Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción." *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* 1(7), 2009, pp. 37-44.
- Gago, V., *La razón neoliberal: economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2014.
- Harvey, D., *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid, Akal, 2007.
- Hardenstein, T. S., "Skins in the game: Counter-strike, esports, and the shady world of online gambling", *UNLV Gaming LJ* 7, 2017, p. 117.
- Riutor, L. H., "Neoliberalismo, cultura y subjetividad. 'Un modo económico de ver la vida'." *Ideas y Valores* 73, 185, 2024, pp. 59-77.
- Horban, O., & Maletska, M., "Basic approaches to the definition of the concept of «videogame» as an element of modern scientific discourse", *Skhid* 3 (155), 2018, pp. 29-33. [http://dx.doi.org/10.21847/1728-9343.2018.3\(155\).139675](http://dx.doi.org/10.21847/1728-9343.2018.3(155).139675).
- Huang, S., *Embodied fate: The character economy and the neoliberal subjectivity in gacha games*. Duke University, 2023.
- Juul, J., "The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness". En M. Copier & J. Raessens (eds.), *Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings*, Utrecht: Utrecht University, 2003, pp. 30-45.
- *Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds*, Cambridge: MIT Press, 2005.
- *A casual revolution: Reinventing video games and their players*, MIT press, 2012.
- Kampmann, B., "Playing and Gaming", *Game Studies*, 2003. Recuperado el 20 de mayo de 2024, de <https://www.gamestudies.org/0301/walther/>.
- Kang, Y. J., Lee, U. J., & Lee, S., "Who Makes Popular Content? Information Cues from Content Creators for Users' game Choice: Focusing on User-Created Content Platform «Roblox»", *Entertainment Computing* 50 (100697), 2024. <http://dx.doi.org/10.1016/j.entcom.2024.100697>.

- Keogh, B., *The videogame industry does not exist*, Cambridge, The MIT Press, 2023.
- Klastrup, L. & Tosca, S., "Transmedial worlds – rethinking cyberworld design", *Proceedings International Conference on Cyberworlds 2004*. IEEE Computer Society, Los Alamitos, California, 2004, pp. 409-413.
- Laval, C., & Dardot, P., *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, Barcelona, Gedisa, 2013.
- Lizardi, R., "DLC: Perpetual commodification of the video game", *Democratic Communiqué* 25(1), 2012. <https://doi.org/10.7275/democratic-communicue.278>.
- Lozano, A., "10. Con Clara Fernández-Vara sobre videojuegos e interpretación." *Ludens*, 2021, <https://www.spreaker.com/episode/10-con-clara-fernandez-vara-sobre-videojuegos-e-interpretacion--46773766>.
- Maiso, J., "Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico", *Escritura e Imagen* 14, 2018, pp. 133-149.
- Market Screener, "Nintendo Co., Ltd.: Accionistas Miembros de la Junta Directiva Gerentes y Perfil de la Empresa". Recuperado el 26 de mayo de 2024, de <https://es.marketscreener.com/cotizacion/accion/NINTENDO-CO-LTD-6491906/empresa/>.
- McGonigal, J., *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, Nueva York, The Penguin Press, 2011.
- McLuhan, M., Agel, J. & Fiore, Q., *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*, Paidós, 1969.
- Niantic Labs, "Meet Niantic engineering leaders: A conversation with Niantic chief scientist Victor Prisacariu". Recuperado el 26 de mayo de 2024, de <https://nianticlabs.com/news/q-and-a-with-victor-prisacariu?hl=en>.
- Nieborg, D., "America's Army: More than a game", *Simulation & Gaming: An Interdisciplinary Journal is Bridging the gap: Transforming knowledge into action through gaming and simulation*, Munich, 2004.
- Obsidian Publish. "Game Industry Layoffs". Recuperado el 26 de mayo de 2024, de <https://publish.obsidian.md/vg-layoffs/Archive/2024>.
- O'Neil, C., *Armas de destrucción matemática: cómo el big data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia*, Madrid, Capitán Swing Libros, 2018.
- Patterson, C., "CS:GO Roll gambling site banned in Australia for illegal practices", *Dexerto*, 2023. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://www.dexerto.com/csgo/csgo-roll-gambling-site-banned-in-australia-for-illegal-practices-2149071/>.
- Paul, C. A., *The Toxic Meritocracy of Video Games: Why Gaming Culture Is the Worst*, Minnesota, University of Minnesota Press, 2018. <https://doi.org/10.5749/j.ctt2204rbz>
- Remesal, V. N., *Libertad dirigida: Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*, Shangrila, 2016.
- Sadin, É., *La era del individuo tirano: El fin de un mundo común*, Barcelona, Caja Negra, 2020.
- Şener, D., Yalçın, T., & Gulseven, O., "The impact of COVID-19 on the video game industry", 2021. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3766147>.
- Srnicek, N., *Capitalismo de plataformas*, Buenos Aires, Caja Negra, 2018.
- Tapsell, C., "Roblox Studio boss: children making money on the platform isn't exploitation, it's a gift", *Eurogamer*, 2024. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://www.eurogamer.net/roblox-studio-boss-children-making-money-on-the-platform-isnt-exploitation-its-a-gift>.
- Taylor, T. L., "Pushing the Borders: Player Participation and Game Culture". En J. Karaganis (ed.), *Network Netplay: Structures of Participation in Digital Culture*, pp. 113-130, Social Science Research Council, 2007.
- Wark, M., *El capitalismo ha muerto: el ascenso de la clase vectorialista*, Barcelona, Holobionte Ediciones, 2021.
- Wijman, T., "Newzoo's games market revenue estimates and forecasts by region and segment for 2023", Newzoo, 2024. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://newzoo.com/resources/blog/games-market-estimates-and-forecasts-2023#:~:text=As%20per%20the%20January%202024-5.1%25%20dip%20in%202022>.
- Woods, O., "The economy of time, the rationalisation of resources: Discipline, desire and deferred value in the playing of gacha games", *Games and Culture* 17(7-8), 2022, pp. 1075-1092. <https://doi.org/10.1177/15554120221077728>.
- "The affective embeddings of gacha games: Aesthetic assemblages and the mediated expression of the self", *New Media & Society* 26(2), 2024, pp. 823-838. <https://doi.org/10.1177/14614448211067756>.
- Xiao, L. Y., "Breaking Ban: Belgium's ineffective gambling law regulation of video game loot boxes", *Collabra: Psychology* 9(1), 2023. <https://doi.org/10.1525/collabra.57641>.
- Yamamoto, K. I., y McArthur, V., "Digital economies and trading in Counter-Strike: Global Offensive: How virtual items are valued to real world currencies in an online barter-free market", *2015 IEEE Games Entertainment Media Conference (GEM)*, Toronto, 2015. <https://doi.org/10.1109/GEM.2015.7377220>.
- Zendle, D., Cairns, P., & Kudenko, D., "No priming in video games", *Computers in Human Behavior* 78, 2018, pp. 113-125. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.021>.
- Zuboff, S., *La era del capitalismo de la vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Barcelona, Paidós, 2020.

Ludografía

- Bandai Namco Entertainment, *One Piece Treasure Cruise*, Android, Bandai Namco Entertainment, 2015.
- Bethesda, *The Elder Scrolls V: Skyrim*, PC, Bethesda, 2011.
- Epic Games, *Fortnite*, Switch, Epic Games, 2017.
- HoYoverse, *Genshin Impact*, PS4, HoYoverse, 2020.
- Intelligent Systems, *Fire Emblem Heroes*, Android, Intelligent Systems, 2017.
- Niantic, *Pokémon Go*, Android, Niantic, 2016.
- Nintendo, *Super Mario Maker*, Wii U, Nintendo, 2015.
- *Animal Crossing: New Horizons*, Switch, Nintendo, 2020.

Roblox Corporation, *Roblox*, PS4, Roblox Corporation, 2023.

Valve, *Team Fortress 2*, PC, Valve, 2007.

— *Counter-Strike: Global Offensive*, PC, Valve, 2012.

— *Defense of the Ancients*, PC, Valve, 2013.