

TRABAJO DE FIN DE GRADO

MANUEL DELGADO OSUNA

REPORTAJE

¿QUIÉN TIENE EL MANDO EN EL PERIODISMO DE VIDEOJUEGOS?



GRADO EN PERIODISMO | **GRUPO 1**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

TUTORIZADO POR
DAVID MONTERO SÁNCHEZ

Memoria explicativa del reportaje '*¿Quién tiene el mando en el periodismo de videojuegos?*'

Como explico en el reportaje, lo que me llevó a tratar este tema en el Trabajo de Fin de Grado fue mi propia experiencia en el periodismo de videojuegos, que a pesar de ser corta me valió para darme cuenta de la cantidad de barreras a la entrada que existían en el sector, dificultando así un discurso periodístico plural. La web que fundé junto a mis compañeros se llama www.equilateral.es, y en un principio estaba enfocada exclusivamente a consolas de Sony, es decir, a PlayStation 4, PlayStation 3 y PS Vita (por orden de importancia). Tras observar que después de varios meses de trabajo la web no avanzaba adecuadamente, decidimos cambiar nuestro enfoque y centrarnos en el desarrollo de videojuegos independientes, ya que podíamos contar con más apoyo de los estudios pues estos no tienen una gran empresa detrás que cohorte su capacidad comunicativa. Al comprobar que, efectivamente, este viraje hacia lo 'indie' nos había dado -valga la redundancia- más independencia, reafirmé mi creencia de que eran las empresas desarrolladoras y distribuidoras de videojuegos las que impedían que hubiera un periodismo especializado de calidad en este sector.

Por otra parte, como amante de los videojuegos llevo muchos años actuando como público de la prensa especializada en ellos, por eso conozco bastante bien las malas prácticas de las que los lectores denuncian (o denunciemos). Más tarde, cuando comencé a moverme por el sector de forma más profesional, fui corroborando que todos esos vicios eran reales gracias a la relación con diferentes periodistas especializados, que me confirmaban aquello que tanto yo como buena parte del público sospechábamos.

Sin embargo no podía fundamentar un reportaje periodístico en base a unos pocos casos concretos, sino que tenía que contrastar que esa supuesta manipulación del discurso fuera algo asentado en la prensa especializada de videojuegos. Para ello me marqué como objetivo principal la búsqueda de casos controvertidos en los que periodistas o público hubieran denunciado esas malas prácticas de forma pública, después entrevistaría a redactores que tuvieran una relación diaria con empresas desarrolladoras y distribuidoras, a las cuales también preguntaría sobre esas supuestas influencias que ejercen sobre el mensaje que se lanza desde las publicaciones especializadas. También creí vital para la elaboración del reportaje conocer la opinión de los lectores de este tipo de prensa, por lo que pensé en realizar una encuesta.

Con estos propósitos elaboré un esquema de trabajo no con la intención de plantear una estructura cerrada para el reportaje, sino para tener un apoyo con el que guiarme a la hora de llevar a cabo la metodología y con el fin, también, de hacer llegar a mi tutor, el Profesor David Montero, mis intenciones con el texto. La primera versión de este esquema era esta:

1. Introducción

2. ¿Qué visión tienen los consumidores de prensa especializada en videojuegos sobre la misma? ¿Creen que son independientes? Esto lo haría a través de una encuesta de Google que intentaría enviar al máximo número de lectores posibles, si la muestra no fuera adecuada no la tendría en cuenta. Las preguntas del formulario serían algo así:

- ¿Consumes habitualmente prensa de videojuegos? ¿Con cuánta asiduidad?
- ¿Qué medio sueles consultar? (Marcar todos los que correspondan): Meristation, Vandal, Eurogamer, 3DJuegos, AkihabaraBlues, AnaitGames, IGN, AreaJugones, ZonaRED, AlfaBetaJuega...
- ¿Crees que los medios se dejan influir por las empresas desarrolladoras/distribuidoras de videojuegos a la hora de realizar sus análisis? Sí/No.
- ¿Crees que los periodistas deberían recibir kits de prensa/regalos por parte de las empresas? Sí/No.
- ¿Cuánto te influye la nota de un análisis? ¿Leerías análisis de videojuegos sin nota? (Las empresas desarrolladoras/distribuidoras de videojuegos centran sus esfuerzos en conseguir notas más altas para sus juegos porque saben que en realidad eso es lo que suele importar a los jugadores, en vez de la argumentación del propio texto).

3. Casos conocidos de controversia en la prensa de videojuegos (#GamerGate, DoritosGate, cabra decapitada en la presentación de God of War III, redactores de Eurogamer acusados de participar en publicidad encubierta, Ubisoft presiona con el embargo de análisis de uno de sus videojuegos, Computer Bild Spiele destapa un caso de supuesta presión por parte de Ubisoft para conseguir notas altas en los análisis de Assassin's Creed II).

3.1. Caso de Meristation y su ruptura con Ubisoft: causas y consecuencias (Ubisoft presionó de algún modo a Meristation y la revista no se dejó. Esto supuso una ruptura en la relación de ambas empresas. A pesar de que la revista ya no recibe material de prensa de Ubisoft, compra personalmente sus juegos y los evalúa de forma independiente. O al menos eso dicen ellos).

3.2. Kits de prensa, viajes y regalos: ¿son una forma de comprar a los periodistas? Caso de Ubisoft regalando tablets Nexus 7 en la presentación de Watch Dogs5.

4. El día a día en la redacción: ¿presionan las empresas? ¿Qué relación se tiene con ellas? ¿Se puede criticar un juego de una compañía que está pagando la publicidad de la web? (Algunos periodistas cuentan cómo han llegado a acuerdos con las empresas distribuidoras/desarrolladoras para no publicar el análisis de un juego malo con el fin de no dañar la imagen de la empresa y que esta no retirase la publicidad. En concreto Gustavo Maeso de IGN contó en la I Cumbre de Videojuegos y Medios de Comunicación de Sevilla que es habitual que las empresas llamen a los periodistas durante la redacción de un análisis para preguntar qué nota se le va a poner y recordando de paso los contratos publicitarios que tiene con su medio).

5. Conclusiones (a demostrar): la prensa de videojuegos no es independiente cuando mantiene relación directa con las empresas distribuidoras/desarrolladoras de videojuegos que a su vez aportan buena parte de los ingresos por publicidad de los propios medios. Modelos como el de Akihabara Blues o Anait Games, financiados con Patreon, podrían ser una buena solución a este problema.

Tras mostrarle este esquema al Profesor David Montero me recomendó realizar algunos cambios en él. Uno de ellos consistía en darle más importancia dentro del reportaje a las publicaciones independientes, más allá de una breve mención en las conclusiones, ya que aportaban una solución alternativa a la problemática que yo quería transmitir con el texto. Con los pertinentes cambios, el esquema de trabajo quedó de la siguiente forma:

1. Introducción

2. ¿Qué visión tienen los consumidores de prensa especializada en videojuegos sobre la misma? ¿Creen que son independientes? Esto lo haría a través de una encuesta de Google que intentaría enviar al máximo número de lectores posibles, si la muestra no fuera adecuada no la tendría en cuenta. Las preguntas del formulario serían algo así:

- ¿Consumes habitualmente prensa de videojuegos? ¿Con cuanta asiduidad?
- ¿Qué medio sueles consultar? (Marcar todos los que correspondan): Meristation, Vandal, Eurogamer, 3DJuegos, AkihabaraBlues, AnaitGames, IGN, AreaJugones, ZonaRED, AlfaBetaJuega...
- ¿Crees que los medios se dejan influir por las empresas desarrolladoras/distribuidoras de videojuegos a la hora de realizar sus análisis? Sí/No.
- ¿Crees que los periodistas deberían recibir kits de prensa/regalos por parte de las empresas? Sí/No.
- ¿Cuánto te influye la nota de un análisis? ¿Leerías análisis de videojuegos sin nota? *(Las empresas desarrolladoras/distribuidoras de videojuegos centran sus esfuerzos en conseguir notas más altas para sus juegos porque saben que en realidad eso es lo que suele importar a los jugadores, en vez de la argumentación del propio texto.)*

3. Casos conocidos de controversia en la prensa de videojuegos (#GamerGate, DoritosGate, cabra decapitada en la presentación de God of War III², redactores de Eurogamer acusados de participar en publicidad encubierta³, Ubisoft presiona con el embargo de análisis de uno de sus videojuegos, Computer Bild Spiele destapa un caso de supuesta presión por parte de Ubisoft para conseguir notas altas en los análisis de Assassin's Creed II).

3.1. Caso de Meristation y su ruptura con Ubisoft: causas y consecuencias *(Ubisoft presionó de algún modo a Meristation y la revista no se dejó. Esto supuso una ruptura en la relación de ambas empresas. A pesar de que la revista ya no recibe material de prensa de Ubisoft, compra personalmente sus juegos y los evalúa de forma independiente. O al menos eso dicen ellos).*

3.2. Kits de prensa, viajes y regalos: ¿son una forma de comprar a los periodistas? Caso de Ubisoft regalando tablets Nexus 7 en la presentación de Watch Dogs⁵.

4. El día a día en la redacción: ¿presionan las empresas? ¿Qué relación se tiene con ellas? ¿Se puede criticar un juego de una compañía que está pagando la publicidad de la web? *(Periodistas de diversos medios cuentan cómo han llegado a acuerdos con las empresas distribuidoras/desarrolladoras para no publicar el análisis de un juego malo con el fin de no dañar la imagen de la empresa y que esta no retire la publicidad. En concreto Gustavo Maeso de IGN contó en la I Cumbre de Videojuegos y MMCC de Sevilla que es habitual que las empresas llamen a los periodistas durante la redacción de un análisis para preguntar qué nota se le va a poner y recordando de paso los contratos publicitarios que tiene con su medio).*

5. Buenas prácticas: Ejemplos de webs que han conseguido ser independientes gracias a nuevos métodos de financiación como Patreon. Estas webs son Akihabara Blues y Anait Games, ¿reciben ellos presiones por parte de las empresas?

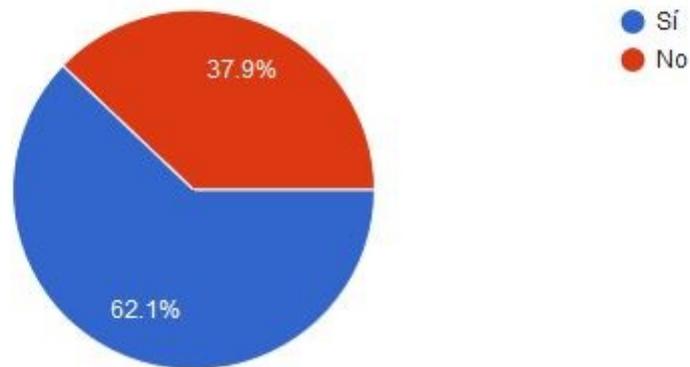
6. Conclusiones (a demostrar): la prensa de videojuegos no es independiente cuando mantiene relación directa con las empresas distribuidoras/desarrolladoras de videojuegos que a su vez aportan buena parte de los ingresos por publicidad de los propios medios. La financiación a través de los lectores como modelo a seguir para conseguir la independencia económica.

Comencé realizando la encuesta a través de Google Formularios. Para conseguir que los usuarios que respondieran fueran de verdad lectores habituales de prensa especializada en videojuegos difundí este formulario por diferentes foros de esos medios digitales, como Meristation, Anait Games o Vandal, además de otras redes sociales. En el propio formulario incluí varias preguntas que también servían a ese propósito: ¿Consumes habitualmente prensa especializada en videojuegos? ¿Con cuánta asiduidad consumes prensa especializada en videojuegos? ¿Qué medios sueles visitar?

A la hora de calcular los resultados que he incluido en el reportaje he realizado una ponderación teniendo en cuenta tanto cantidad de personas que habían respondido 'No' a la primera pregunta como el número de respuestas a cada una de ellas, para así obtener unos resultados más correctos. Las cifras originales de la encuesta son las siguientes:

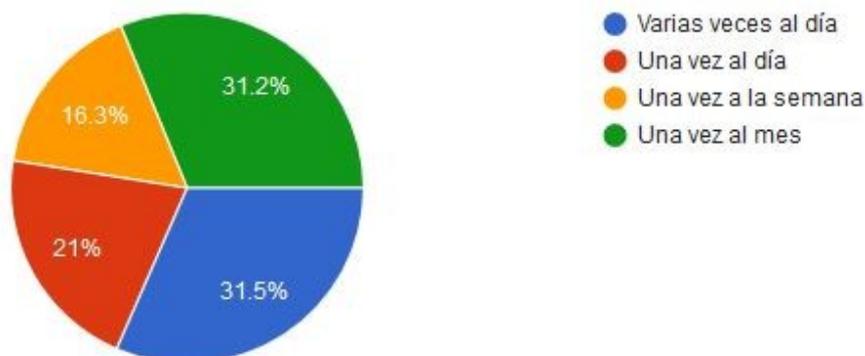
¿Consumes habitualmente prensa especializada en videojuegos?

(552 respuestas)

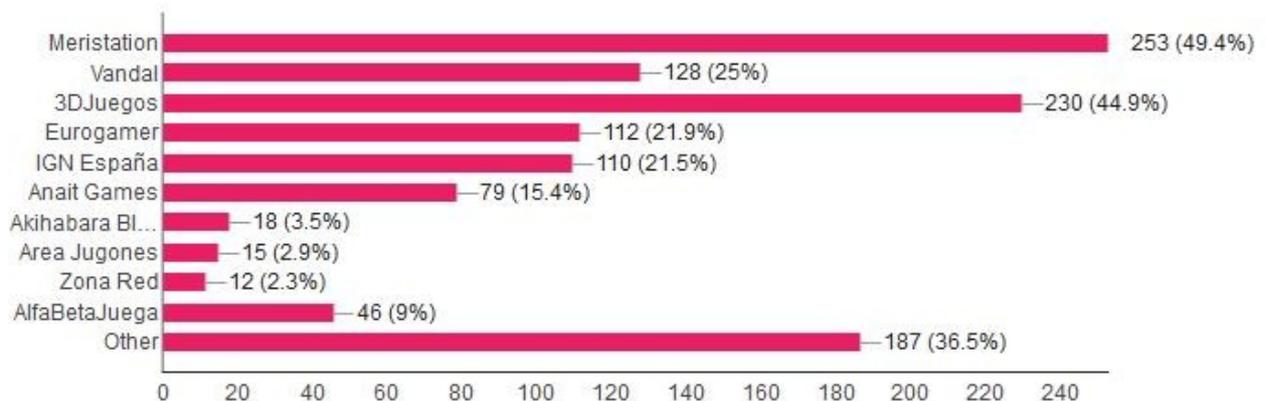


¿Con cuánta asiduidad consumes prensa especializada en videojuegos?

(520 respuestas)



¿Qué medios sueles visitar? (512 respuestas)



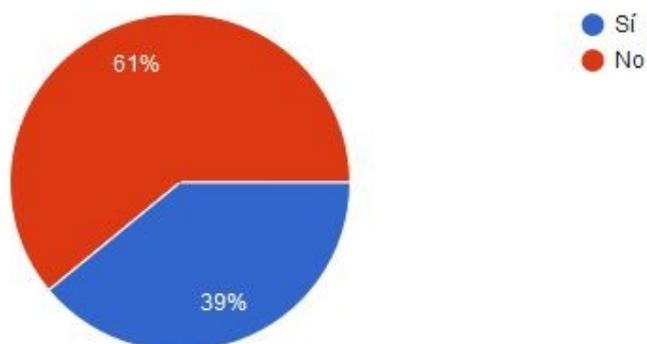
¿Crees que los medios se dejan influir por las empresas desarrolladoras/distribuidoras de videojuegos a la hora de realizar sus análisis?

(540 responses)



¿Crees que los periodistas deberían recibir kits de prensa/regalos por parte de las empresas?

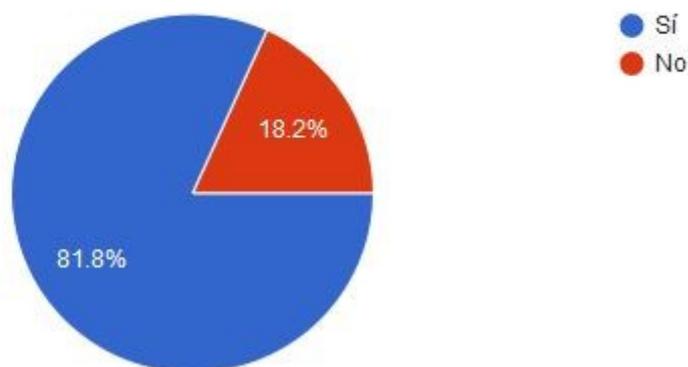
(541 responses)



¿Cuánto te importa la nota de un análisis? (543 respuestas)



¿Leerías análisis sin nota? (543 respuestas)



Mientras difundía la encuesta comencé a recabar la información necesaria para elaborar el apartado referente a las controversias de la prensa especializada en videojuegos a lo largo de la historia. Al ser lector habitual de estas publicaciones ya conocía la mayoría de casos de los que iba a hablar en el reportaje. Sin embargo, la naturaleza eminentemente digital de los medios en los que me iba a centrar suponía un arma de doble filo: la información estaba en la red, sí, pero de forma caótica, por lo que la mayor parte del trabajo iba a consistir en organizar el discurso y comprender los hechos para así luego poder transmitirlo de forma que el lector del reportaje pudiera saber de qué se estaba hablando sólo con leer el texto, sin tener que acudir a diversas fuentes como estaba haciendo yo.

Quizás el caso más complicado de documentar fue el del GamerGate debido a la ingente cantidad de información que se vertió en la red en su momento -de hecho el tema sigue candente hoy en día-. Además, como explico en el reportaje, el debate trascendió el plano periodístico hasta llegar a aspectos más conflictivos como la identidad de género, el feminismo y la sexualidad, por eso tuve que sintetizar la parte referente al periodismo, que era lo más importante para el reportaje. Del caso concreto de conflicto entre Meristation y Ubisoft España no conseguí encontrar ni detalles ni razones específicas de qué fue lo que ocurrió, aunque las declaraciones de algunos redactores y ex-redactores me valieron para comprobar que actualmente ese tema se trata como un tabú en la revista especializada y que todo tuvo que ver, según parece, con ciertos desacuerdos entre las directivas de ambas empresas. Todas las demás informaciones que encontré son conjeturas que poco aportan al reportaje en sí, por lo que era innecesario cubrirlas.

La redacción de este apartado podía llegar a ser complicada ya que había que condensar mucha información en poco espacio, intentando no simplificar los conflictos y a la vez dando todos los datos necesarios para su comprensión. Sin embargo este trabajo -que quizás pierde algo de creatividad narrativa- es importante para la comprensión del tema a tratar, puesto que añade interés periodístico al reportaje y sitúa a los lectores en un contexto concreto.

En cuanto a las entrevistas, lamentablemente la mayor parte de ellas tuve que realizarlas por correo electrónico debido a la falta de tiempo de los entrevistados. En un primer momento creía que esto iba a suponer un problema debido a la merma de la calidad periodística, pero después me encontré con que la mayoría de entrevistados me dejaron mantener una conversación con ellos una vez respondidas las preguntas. No se puede comparar este tipo de entrevista con una más cercana, bien en directo o por teléfono, pero tampoco fueron entrevistas-formularios sin capacidad de réplica como ocurre en muchos casos.

Preparé preguntas para cada uno de los perfiles que iban a ser entrevistados, aunque algunas de ellas coincidirían en todas las entrevistas porque al fin y al cabo buscaba dar a conocer diferentes puntos de vista sobre el tema. Las cuestiones básicas surgían de esta serie de preguntas:

- ¿Has sentido alguna vez presión por parte de alguna empresa desarrolladora o distribuidora de videojuegos para que tu análisis de su juego sea positivo?
- A veces las presiones pueden no manifestarse como tal, pero quizás existen intereses publicitarios que conviene no forzar demasiado ¿no? Si una empresa tiene publicidad contratada en un medio, ¿quizás desde la dirección se promueve cierta autocensura?

- He realizado una encuesta a un total de 552 consumidores de prensa de videojuegos. Un 92.8% del total cree que los medios de comunicación se dejan influenciar por las empresas a la hora de publicar sus análisis, ¿por qué crees que el público tiene una imagen tan negativa del sector? ¿Cómo podría mejorarse esa percepción?
- ¿Hay acuerdos para no publicar un análisis sobre un videojuego malo? Es decir, ante un videojuego de baja calidad ¿se habla con la empresa para avisarles de que no se va a publicar un análisis en lugar de publicar un artículo crítico con una nota baja?
- ¿Crees que hoy en día es fácil publicar un análisis negativo en un medio?
- Si existen presiones, ¿son referentes a la nota o al propio texto? ¿Importa más la nota?
- En la encuesta realizada un 81.8% de los encuestados asegura que leería análisis sin nota, ¿crees que es cierto? De ser así, ¿crees que se debería a comenzar a desterrar las notas de las reviews de videojuegos?
- ¿Crees que los kits de prensa son una forma de manipular la opinión que un periodista tiene de un videojuego? En la misma encuesta anteriormente citada un 61% del total cree que los periodistas no deberían recibir este tipo de material.
- Hay medios como Anait Games o Akihabara Blues que han optado por un método de financiación independiente con el objetivo de conseguir cierta independencia en sus publicaciones, ¿crees que ese tipo de financiación puede ser una buena opción para el periodismo de videojuegos?

En realidad, estas preguntas estaban orientadas a los redactores de grandes medios especializados en videojuegos que tienen un contacto directo y diario con las empresas. Para realizar entrevistas a directores de medios configuré las preguntas y añadí alguna más específica:

- ¿Cómo de importante es la publicidad para un medio de comunicación especializado en videojuegos? ¿Podría existir sin ella?
- He realizado una encuesta a un total de 552 consumidores de prensa de videojuegos. Un 92.8% del total cree que los medios de comunicación se dejan influenciar por las empresas a la hora de publicar sus análisis, ¿por qué crees que el público tiene una imagen tan negativa del sector? ¿Cómo podría mejorarse esa percepción?
- ¿Crees que si la publicidad que aparece en los medios fuera de productos ajenos a los videojuegos (ni consolas, ni títulos, ni tiendas de juegos) el público tendría otra percepción de la prensa especializada?

- ¿Hay acuerdos para no publicar un análisis sobre un videojuego malo? Es decir, ante un videojuego de baja calidad ¿se habla con la empresa para avisarles de que no se va a publicar un análisis en lugar de publicar un artículo crítico con una nota baja?
- ¿Crees que hoy en día es fácil publicar un análisis negativo en un medio?
- ¿Crees que los kits de prensa son una forma de manipular la opinión que un periodista tiene de un videojuego? En la misma encuesta anteriormente citada un 61% del total cree que los periodistas no deberían recibir este tipo de material.

También modifiqué las preguntas que realicé a los responsables de las webs Akihabara Blues y Anait Games con cuestiones concretas sobre su financiación independiente. Pero fue en las siguientes dos entrevistas donde más tuve que reorientar las preguntas debido a que eran perfiles contrarios a la figura del periodista especializado en videojuegos. En primer lugar hablé con Gustavo Voces, relaciones públicas de la empresa distribuidora de videojuegos Koch Media, y aunque la entrevista realizada no fue tan extensa como las anteriores, las conclusiones me sirvieron para dar un punto de vista diferente al que tenía hasta ahora:

- He realizado una encuesta a un total de 552 consumidores de prensa de videojuegos. Un 92.8% del total cree que los medios de comunicación se dejan influenciar por las empresas a la hora de publicar sus análisis, ¿por qué crees que el público tiene una imagen tan negativa del sector?
- Si un medio pone una mala nota a un videojuego distribuido por vosotros, ¿habláis con el medio en cuestión para intentar modificarla?
- ¿Qué importa más en un análisis, la nota o el texto?
- Muchos usuarios creen que los kits de prensa son una forma de “comprar” a los periodistas, ¿estáis de acuerdo?

Por último me entrevisté con el Profesor Juan Carlos Gil, que imparte clases sobre ética periodística en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, para conocer cómo se puede reflexionar moral y éticamente sobre estos casos conflictivos de manipulación del discurso. Además, su nulo conocimiento sobre el mundo de los videojuegos en general y del periodismo de videojuegos en particular me sirvió para conocer de primera mano la opinión de una persona externa al sector, que suele ser más crítica al no tener prácticamente ninguna influencia previa.

Afortunadamente uno de los miedos que tenía antes de comenzar a trabajar en el reportaje no se cumplió: pensaba que algunos entrevistados (la mayoría de ellos) no iba a querer permitirme poner su nombre en el texto por miedo a represalias por parte de los medios. Nada más lejos de la realidad, pues todos, sin excepción, se han mostrado realmente colaborativos, y no han cohibido sus comentarios -o al menos eso parece- a pesar de no estar respaldados por el anonimato.

No sólo conté con fuentes orales para elaborar los apartados referentes a las opiniones de los diferentes actores del tema en cuestión, sino que también utilicé fuentes escritas como una entrevista realizada al fundador de la revista especializada en Deus Ex Machina, puesto que al leerla me di cuenta de que todo lo que necesitaba preguntarle y saber ya estaba respondido en ella. Hablé con él y con el entrevistador -que era Kristian, director de Akihabara Blues- y ambos me dieron el visto bueno para hacer uso de ella.

Una vez había concluido la fase de documentación, procedí a la redacción del reportaje como tal. No pensaba realizar un texto demasiado estructurado de forma similar al esquema de trabajo que había realizado, pero consideré adoptar una forma parecida aunque con una relación mayor de conceptos.

Como el tema del reportaje había surgido por una experiencia propia le pregunté al Profesor David Montero si veía correcto introducir mi historia dentro del texto, a pesar de que en un reportaje periodístico no se debe incluir ese tipo de recursos. Sin embargo el Profesor me dijo que en este caso sí era adecuado, ya que yo podía servir como fuente directa del tema del reportaje, aunque debía mantener una línea y no sobrepasarla para evitar juicios de valor propios. Decidí utilizar mi historia como punto de partida del reportaje, pero cometí el error de cortar la narración en los primeros compases del texto, algo que David Montero me desaconsejó, y me propuso que continuase con el discurso personal durante toda la redacción -sin abusar- para que el lector no se perdiera, y al final retomarla con más importancia en las conclusiones.

Otra modificación que realicé al reportaje después de entregarle al Profesor Montero un primer borrador fue la de cambiar el tono por uno más divulgativo, con el fin de hacer que fuera un texto más accesible a aquellas personas que no tuvieran demasiada relación con el mundo de los videojuegos. Y es que en las primeras versiones del reportaje mi enfoque había sido completamente especializado, dando por hecho algunos aspectos que sólo podían conocer aquellos que tenían un conocimiento previo del sector.

En esa línea, David Montero me aconsejó que incluyera datos que le dieran interés periodístico al reportaje, sobre todo desde el punto de vista económico de la industria de los videojuegos. Como defensor de los juegos como producto cultural, no quería enfocar la importancia de estos exclusivamente a lo económico, pero es cierto que con un par de cifras queda mucho más claro la cantidad de capital que mueve internacionalmente, por lo que vi correcto utilizarlo como argumento de defensa de la relevancia de los videojuego.

En cuanto a las competencias adquiridas durante mi formación en la Facultad de Comunicación se podría decir que la que más me ha facilitado la realización de este reportaje han sido la relacionadas con la producción y formación de empresas periodísticas, así como el aprendizaje recibido sobre redacción en la web, ya que sin ellas no podría haber creado la web especializada en videojuegos de la que surgió el tema del Trabajo de Fin de Grado. En general, en casi todas las asignaturas que he impartido he aprendido algo que me ha ayudado a trabajar en este tema: la jerarquización de las informaciones, las formas adecuadas de transmitir un mensaje, la planificación de un trabajo de investigación, la creación y difusión de encuestas, los aspectos formales del reportaje como género periodístico, lo que hay que tener en cuenta a la hora de preparar las entrevistas, la necesidad de buscar diferentes puntos de vista e incluso la maquetación digital a través de QuarkXPress y Adobe Photoshop.

REFERENCIAS

1. *'Doritos and Mtn Dew XP - An Exclusive Interview with Geoff Keighley'* (LevelSave en Youtube el 18 de octubre de 2012): <https://www.youtube.com/watch?v=0rbU0mzoMyw> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]
2. *'Sony y su fiesta con cabras decapitadas'* (Guillermo Dorado en VidaExtra el 30 de abril de 2007): <http://www.vidaextra.com/ps2/sony-y-su-fiesta-con-cabras-decapitadas> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]
3. *'Juegos, Doritos y falso libelo: el Eurogamer-Gate'* (Aureal en Perspectiva Cenital el 30 de octubre de 2012): <http://www.perspectivacenital.com/juegos-doritos-y-falso-libelo-el-eurogamer-gate/2/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]
4. *'¿Cuanto vale un sobresaliente para mi juego?'* (Daniel González en 20Minutos el 9 de noviembre de 2009): <http://blogs.20minutos.es/videojuegos/2009/11/09/aacunto-vale->

[sobresaliente-mi-juego/](#) [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

5. '*Ubisoft se disculpa por regalar a la prensa tablets en un evento Watch_Dogs*' (César Otero en Meristation el 15 de abril de 2014): <http://www.meristation.com/playstation-4/noticias/ubisoft-se-disculpa-por-regalar-a-la-prensa-tablets-en-un-evento-watch-dogs/1841162/1971495> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

6. '*The Day's Big Story — Was GameSpot's Top Reviewer Fired Because He Slammed 'Kane & Lynch'?*' (Stephen Totilo en MTV.com el 30 de noviembre de 2007) <http://www.mtv.com/news/2456183/the-days-big-story-was-gamespots-top-reviewer-fired-because-he-slammed-kane-lynch/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

7. '*The Contemptible Games Journalist: Why So Many People Don't Trust The Gaming Press (And Why They're Sometimes Wrong)*' (Stephen Totilo en Kotaku el 11 de mayo de 2012) <http://kotaku.com/5957810/the-contemptible-games-journalist-why-so-many-people-dont-trust-the-gaming-press-and-why-theyre-sometimes-wrong> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

8. '*Lost Humanity 18: A Table of Doritos*' (Rab Florence en Eurogamer el 24 de octubre de 2012) <http://www.eurogamer.net/articles/2012-10-24-lost-humanity-18-a-table-of-doritos> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

9. Versión original sin censura de '*Lost Humanity 18: A Table of Doritos*' (Rab Florence en Eurogamer el 24 de octubre de 2012) <http://www.neogaf.com/forum/showpost.php?p=43585928&postcount=48> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

10. '*Editor's Blog: Lost Humanity 18 Aftermath*' (Tom Bramwell en Eurogamer el 30 de octubre de 2012) <http://www.eurogamer.net/articles/2012-10-30-editors-blog-lost-humanity-18-aftermath> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

11. Línea temporal '*The Dirty History of Games Journalism*' (Wsarw en Tiki-Toki) <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/355300/The-Dirty-History-of-Games-Journalism/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

12. '*¿Qué es Gamergate? Explicado para españoles*' (Kukuruyo en Kukuruyo el 17 de julio de

2015) <http://kukuruyo.com/2015/07/17/que-es-gamergate-explicado-para-espanoles/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

13. '*Gamergate: los videojuegos en su peor momento*' (John Tones en ElDiario.es el 25 de octubre de 2014) http://www.eldiario.es/cultura/fenomenos/GAMERGATE-videojuegos-peor-momento_0_317068916.html [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

14. '*Sony Blackballs Kotaku*' (Brian Crecente en Kotaku el 1 de marzo de 2007) <https://archive.is/FnRBR> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

15. '*Jeff Gerstmann Explains His Departure From Gamespot*' (Earnest 'Nex' Cavalli en The Escapist el 15 de marzo de 2012) <https://archive.is/hJ5r1#selection-721.37-725.60> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

16. '*Una revista de Axel Springer denuncia que Ubisoft impone nota mínima para Assassins Creed II*' (En Meristation el 9 de septiembre de 2009) <http://www.meristation.com/playstation-3/noticias/una-revista-de-axel-springer-denuncia-que-ubisoft-impone-nota-minima-para-assassins-creed-ii/1529092/1658819> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

17. '*Deus Ex Machina: "O el lector nos ayuda o desapareceremos"*' (Kristian en Akihabara Blues el 10 de febrero de 2016) <http://akihabarablues.com/sobre-deus-ex-machina-y-su-iniciativa-de-financiacion/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

18. '*Sobre Dayoscript y pasarse por el forro el Status Quo*' (Kristian en Akihabara Blues el 7 de abril de 2016) <http://akihabarablues.com/sobre-dayoscript-patreon-y-pasarse-por-el-forro-el-status-quo/> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

19. Página en Patreon de Anait Games y Podcast Reload <https://www.patreon.com/anaitreload?ty=h> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

20. Página en Patreon de Akihabara Blues <https://www.patreon.com/akb?ty=h> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]

21. '*La industria del videojuego en el mundo*' por la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) <http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-el-mundo/> [Consultado por última vez el 17

de junio de 2016]

22. Informe IFPI Global Music Report 2016 <http://www.promusicae.es/estaticos/view/24-informes-ifpi> [Consultado por última vez el 17 de junio de 2016]