

Influencia del diseño de la comunicación en la jugabilidad de los videojuegos



Grado en Comunicación Audiovisual
TRABAJO FIN DE GRADO

Autor/a: Marta García Lens

DNI: 45910773-J

Tutor/a: Emilio Sáez Soro

Enero, 2016

Índice

1. Introducción	4
1.1 Justificación y oportunidad de la investigación	4
1.2 Hipótesis y objetivos.....	6
2. Metodología	9
3. Marco teórico.....	11
3.1. La teoría de la comunicación acerca de los videojuegos.....	11
3.2. La comunicación en los videojuegos.....	15
3.3. La cuarta pared y el círculo mágico en los videojuegos.....	23
4. La comunicación en los videojuegos	29
4.1. Sistemas y herramientas de comunicación en los videojuegos online	29
4.2. Análisis de videojuegos online	38
4.2.1. Análisis <i>Ingress</i>	38
4.2.2. Análisis <i>League of Legends</i>	49
4.2.3. Análisis <i>World of Warcraft</i>	64
4.2.4. Análisis <i>Counter Strike</i>	78
4.3. Resultados de los videojuegos analizados	93
5. Conclusiones y futuros desarrollos de la investigación	100
6. Bibliografía	105
7. ANEXOS	112

Resumen

El intento por hacer que la experiencia del jugador sea lo más real posible, ha llevado a los videojuegos a desarrollar potentes sistemas de comunicación con el objetivo de que los usuarios puedan socializar del mismo modo que lo hacen en su vida cotidiana, a pesar de las distancias. Esto ha hecho, que para romper la cuarta pared los desarrolladores se apoyen en la comunicación para alcanzar esa socialización tan necesaria y que se creen comunidades alrededor de los videojuegos para que sigan gozando del éxito que les precede. Los usuarios, por su parte, son los responsables de romper la cuarta pared y la barrera de la distancia mediante diferentes acciones comunicativas dentro y fuera del juego.

Palabras clave: videojuegos online, cuarta pared, círculo mágico, socialización, herramientas de comunicación, comunidades virtuales, comunicación on-line.

Abstract

The attempt to make the player experience as realistic as possible, has led to a development of powerful communication systems in video games, with the objective of allowing users to socialize with each other, in the same way they do in the real world, despite the distance. As a consequence, in order to break the fourth wall, developers rely on communication to achieve this necessary socialization and communities around the game are created to allow the enjoyment of the success that precedes a video game. Users, for their part, are responsible for breaking the fourth wall and the barrier of distance by carrying out different communication actions inside and outside the game.

Keywords: On-line video games, fourth wall, magic circle, socialization, communication tools, virtual communities, on-line communication.

1. Introducción

1.1 Justificación y oportunidad de la investigación

En pleno siglo XXI, no se puede obviar la influencia en la cultura que los videojuegos están teniendo. Las cifras indican un crecimiento exponencial y es que según datos de la Asociación Española de Videojuegos, el mercado del videojuego en España, tuvo un crecimiento de un 13% en 2014 frente al año anterior. En números supone 996¹ millones de euros a nivel estatal y a nivel mundial la industria del videojuego ha facturado cerca de 85.000 millones² superando a los ingresos que percibe el cine.

Por su parte, los videojuegos online se encuentran en su momento más álgido y es que según el estudio de Digi-Capital: *Análisis de la inversión global en juegos*, los videojuegos para Smartphone y online crecen a un ritmo de un 23,6% y se calcula que para el año 2017 esta industria supondrá 60.000 millones de dólares del total “de los 100.000 al que equivaldrá el total de la industria del videojuego”³

Con estas cifras que aumentan a cada minuto, es interesante pararse a pensar en el porqué de este éxito. Tipologías de videojuegos hay muchas, y todos ellos han conseguido éxito en mayor o menor medida, pero sin duda una de las modalidades que predomina sobre el resto son los denominados juegos online, ya sean de rol, sociales, o de acción.

Estos juegos se caracterizan, en primer lugar, porque han de estar conectados a la red de internet para poder funcionar, y en segundo lugar porque gran parte de ellos han de jugarse junto con otros usuarios para conseguir los objetivos del juego. Es por ello, que nos planteamos la comunicación como una de las bases en las que se apoyan los videojuegos para mejorar su jugabilidad, fomentando así la creación de una buena comunidad.

Creemos pues, que investigar la importancia que la comunicación tiene en los juegos online actuales como parte del éxito de ellos es una gran oportunidad. Primero, por

¹ “El consumo global de videojuegos en España fue de 996 millones de euros en 2014” Asociación española de videojuegos. 23-3-2015. Disponible en: <http://www.aevi.org.es/aevi/noticias/233-el-consumo-global-de-videojuegos-en-espana-fue-de-996-millones-de-euros-en-2014>

² “Las ventas de videojuegos doblan a la taquilla del cine en España” Diario El País 26-3-2015. Disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2015/03/25/actualidad/1427309707_733302.html

³ “La industria del videojuego valdrá más de 100.00 millones de dólares en 2017”. Disponible en: <http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/20140116/abci-industria-videojuegos-milones-euros-201401161323.html>

las pocas referencias que encontramos en trabajos sobre este tema en concreto, y en segundo lugar, porque los resultados que la investigación nos aporte pueden dar pie a una propuesta comunicativa que incluir en futuras recomendaciones al desarrollar videojuegos.

En este trabajo ahondaremos en la influencia que la comunicación tiene en los videojuegos, tanto en desarrollo como en el uso que los usuarios le dan para así hacer más real la experiencia del juego. Ya que como Salvador Gómez, profesor de la Universidad Complutense de Madrid, comenta en su artículo *Videojuegos: El desafío de un nuevo medio a la Comunicación Social*: “Uno de los aspectos determinantes de los juegos es que se configuran en torno a reglas que les dan credibilidad, y que permiten la progresión del usuario” (Gómez ,2007:78)

De este modo, analizaremos los canales de comunicación de cuatro videojuegos de éxito y de distintas tipologías, para comprobar si parte de este triunfo es gracias a las herramientas de comunicación, y si estas además dotan de una mayor credibilidad al jugador, en lo que la ruptura de la cuarta pared se refiere.

1.1 Justification and research opportunity

In the 21st century, it is widely known that video games have a great impact on culture. Figures show an exponential growth and this is due to the fact that in 2014, according to the Spanish Video Game Association, this industry showed a growth of 13% over the previous year, that is to say 996 million euros at the state level; at the global level, the game industry has turned over nearly 85,000 million, exceeding the incomes of the film industry.

Meanwhile, the online games are at its peak and that the study of Digi-Capital: *Analysis of global investment in games*, video games and online Smartphone grow at a rate of 23.6% and it is estimated that by 2017 the industry will involve 60,000 million dollars of the total "of the 100,000 who will equal the total of the gaming industry"

In view of these figures, which increase every minute, it would be interesting to start thinking about the reasons of this success. There are many types of video games, and all of them have achieved success to a greater or lesser extent. However, without the sightless doubt, nowadays online games are the ones that dominate over other types of video games like role-playing, social, or action games.

Firstly, these games are characterized by the fact that they need an Internet connection. Secondly, most of them require users to play together to achieve the goals of the game. For this reason, in this piece of work, communication will be established as one of the foundations on which video games are built to improve its gameplay and, thus, to create a good community.

It seems reasonable to assume that it is a great opportunity to investigate the importance of communication in today's online games as part of their success. On the one hand, this could be due to the few references that can be found in this area of expertise. On the other hand, the results of the research carried out on this paper could create a communicative proposal, which can be taken into account when developing new video games.

In this piece of work we delve into the influence that communication has in video games, as much in development as in the use users give them to make the gaming experience more real. As Salvador Gómez, professor at the Universidad Complutense de Madrid, says in his article *Video games: The challenge of a new medium for Social Communications*: 'One of the crucial aspects of the games is to be configured around rules that gives credibility, and allow the progression of the user' (Gómez, 2007: 78).

In this way, the communication channels of four successful video games of different modalities will be analyzed in order to confirm if part of their success is due to communication tools, and if these tools also help them gain a greater credibility, when it comes to breaking the fourth wall.

1.2 Hipótesis y objetivos

Nos encontramos ante una convergencia de los sistemas de comunicación dentro de los videojuegos, que hace mejor la comunicación entre jugadores, vía digital que física. Esto repercute notablemente en la presencia de los usuarios dentro del videojuego, haciendo que las barreras físicas o la llamada cuarta pared, se vea derribada en pro de una intensificación de la comunicación. Debido a la evolución de los videojuegos, con nuevas tecnologías, los jugadores han pasado de ser los controladores de un personaje, a ser el personaje. Aspectos como la jugabilidad, la interactividad, influyen notablemente en esta inmersión donde también incide la comunicación para establecer lazos personales entre los jugadores.

El **objetivo fundamental** de este trabajo es encontrar en distintos videojuegos online, con grandes sistemas de comunicación, la influencia que tienen las herramientas comunicativas en el derribo de la cuarta pared para una mayor socialización y experiencia del usuario a través del uso que estos hacen de ellas.

La finalidad de esta investigación es conocer en qué grado los videojuegos online que gozan de éxito en la actualidad, se apoyan en la comunicación para que la experiencia del usuario sea lo más real posible, del mismo modo que influya en el derribo de la cuarta pared a través del uso que los usuarios hacen de estas herramientas.

Para alcanzar el principal objetivo, marcaremos otros **objetivos específicos** como vía para la investigación:

1. Conocer y analizar las herramientas de comunicación de distintos videojuegos online.
2. Encontrar similitudes y diferencias entre las herramientas de comunicación de distintos videojuegos online para saber a qué está orientado su uso.
3. Analizar el uso que los jugadores hacen de las herramientas de comunicación, según el contexto en el que se encuentren y para qué.
4. Determinar en qué medida el jugador fomenta el derribo de la cuarta pared y cómo lo hace.

1.2 Objectives and hypotheses

There is an actual convergence of the communication systems within the game, which makes it easier for players to communicate digitally than physically. This affects the presence of users inside the game, since the physical barriers, or the so-called fourth wall, is demolished to allow an intensification of communication. Owing to the evolution of video games that involve new technology, players have gone from controlling the character, to becoming the character itself. Aspects such as gameplay or interactivity have a great influence in this immersion, in which communication is crucial to establish personal ties among players.

The **main objective** of this piece of work is to find in different online games, with big communication systems, the influence communication tools have on the process of destroying the fourth wall, which strengthens socialization and user experience through the use they make of these tools.

The purpose of this research is to know to which extent online video games, which are so successful nowadays, rely on communication to make the user experience as real as possible, in the same way that it takes part in the demolition of the fourth wall, through which users make use of these tools.

To achieve the main objective, four **specific objectives** will be presented as way of pointing the direction of this research:

1. To know and analyze the communication tools of different online games.
2. To find similarities and differences among the communication tools of different online games, in order to know what are they used for.
3. To analyze the use players make of communication tools, depending on their context and their use.
4. To determine to what extent the player encourages the destruction of the fourth wall and, furthermore, how does he do it.

2. Metodología

La investigación queda dividida en dos partes: una primera, de trabajo de investigación y teorización, revisando materiales bibliográficos como manuales, tesis doctorales, artículos de revistas científicas y noticias desde la perspectiva del diseño de los videojuegos en torno a la importancia que la comunicación tiene en estos. La segunda parte, será de un análisis en profundidad de cuatro videojuegos de éxito donde ahondaremos en sus sistemas comunicativos, el uso que se les da, y la importancia de estos en el desarrollo del juego y la ruptura de la cuarta pared.

El análisis tratará sobre *Ingress*, *League of Legends*, *World of Warcraft* y *Counter Strike*, cuatro videojuegos de éxito en sus respectivos ámbitos, que gozan de potentes sistemas comunicativos. Además. Para ilustrar desde distintos puntos de vista dicho análisis, tomaremos en primer lugar, un punto de vista en primera persona, de observación del juego, y también contaremos con declaraciones de distintos jugadores que aportarán su experiencia en referencia a como usan las herramientas de comunicación y como ven la utilidad de estas.

Hemos encontrado en algunos artículos científicos y tesis doctorales, un nexo entre los sistemas de comunicación y la importancia de la socialización como parte del éxito de los videojuegos. Desde esa perspectiva, hemos querido usar la documentación bibliográfica como medio para explicar los objetivos propuestos en nuestro trabajo.

Con todo y con ello, los recursos documentales en referencia directa al tema a tratar han sido muy escasos, por lo que manuales como *Fundamentos del Diseño de Videojuegos* de Ernst Adams, *Game & Play* de Daniel Aranda o tesis doctorales como *Factores emocionales en el diseño y la ejecución de videojuegos y su valor formativo en la sociedad digital. El caso de los videojuegos bélicos* de Beatriz Marcano y *Jugabilidad: Caracterización de la experiencia del jugador en Videojuegos* de J.L. González, han sido esenciales en el desarrollo de la investigación. A partir de estos documentos, nos hemos apoyado en más referencias encontradas como blogs y noticias de portales de videojuegos, para reforzar nuestra teoría.

Google Books, junto con otros portales cibernéticos, han hecho que internet haya sido uno de los lugares donde más contenido relacionado hemos localizado y que más haya servido de ayuda. Así, la Revista Internacional de Comunicación Audiovisual,

Publicidad y Estudios Culturales, como los repositorios de la Universidad de Salamanca y la Universidad de Granada, han ayudado en esta búsqueda.

Elemental ha sido la investigación directa en los propios videojuegos, porque que sería de la teoría si no podemos ponerlo en práctica. De este modo, el tener acceso directo a los juegos y tener experiencia, más breve o más extensa, en este tipo de modalidades, nos ha dado la oportunidad de tener la visión de un propio jugador, ya que la del desarrollador, ya la habíamos encontrado en los manuales y tesis.

Fundamental y base de esta investigación, ha sido la colaboración de todos los jugadores y usuarios que han proporcionado, en formato de entrevista o de propia guía por el juego, sus experiencias, trucos e impresiones. Jugadores, en su mayoría, que llevan jugando años a los anteriormente mencionados videojuegos, y que han evolucionado con ellos, observando las necesidades y carencias comunicativas que estos tenían. Los foros, páginas web y páginas de fans, han sido un lugar donde poder ampliar la información que dichos jugadores nos proporcionaban.

3. Marco teórico

3.1. La teoría de la comunicación acerca de los videojuegos

Sin conocer las bases de la comunicación, es difícil ahondar en el tema de los videojuegos, ya que es en los principios de la comunicación, donde se recogen las claves para que los videojuegos usen esta herramienta como vía para la sociabilidad entre sus usuarios.

Partamos del principio. ¿Qué aporta la comunicación en los videojuegos?

En primer lugar, necesitamos conocer el significado de la comunicación, que es el proceso mediante el cual asignados y transmitimos significados con el objetivo de crear el entendimiento entre las personas. Este proceso requiere de ciertas habilidades a nivel intrapersonal e interpersonal en las que se incluyen, escuchar, observar, hablar, preguntar, analizar y evaluar. La cooperación y la colaboración no serían posibles sin la comunicación.

El videojuego es el contexto donde la comunicación se desarrolla, adaptándose estas a las reglas establecidas dentro del juego. Pero la comunicación, dada en el contexto que sea, necesita de un proceso lógico que más adelante veremos cómo es aplicable a cualquier medio incluido los videojuegos. Según modelos comunicativos como el de Roman Jakobson, han de darse distintas funciones para que haya un acto comunicativo:

Emisor (Función emotiva)	Puede ser una persona o no y es quien emite el mensaje y por tanto la acción comunicativa. Su mensaje manifiesta emociones y sentimientos.
Mensaje (Función poética)	Es la información que se comunica al receptor. Puede ser oral, escrito o visual y es el objetivo de la comunicación. El efecto que produce corresponde con la emoción del emisor.
Receptor (Función conativa)	Es el destinatario, quien recibe el mensaje. Su función es decodificarlo para llegar a la comprensión de este.
Código (Función metalingüística)	Es el conjunto de signos que el emisor escoge para generar su mensaje y que reciba el receptor.

Canal (Función fática)	El medio por el cual se comunica el mensaje. Ejemplo: conversación, carta, televisión, videojuegos, etc.
Contexto (Función referencial)	Es la relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que facilitan la comprensión.

Tabla 1. Funciones de la comunicación⁴

Visto que todo el proceso comunicativo ha de seguir una línea, debemos preguntar dónde recae el peso de la comunicación. No habría comunicación si no hay un mensaje, y es dentro de ese mensaje donde el lenguaje asienta sus bases, adaptándose al contexto y al medio.

Los videojuegos, al igual que cualquier otro medio de comunicación necesitan de un lenguaje específico según el contexto en el que se desarrollen y que más adelante analizaremos.

Es por ello que el mensaje que se transmite a través del lenguaje puede ser de distintos modos, dando lugar a dos tipos de comunicación:

- Comunicación verbal: Referido al código de palabras que usamos para comunicarnos y que pueden transmitirse de manera oral, por nuestra voz o de manera escrita, ya sea por palabras o signos.
- Comunicación no verbal: Referido a la comunicación que no se hace a través de palabras. Se hace a través de gestos corporales y signos (sonoros, visuales, etc)

Dicha comunicación, tiene distintas funciones dependiendo de la intención que se le quiera dar. Estas son:

- Informativa: Relacionado con la transmisión de información que un emisor aporta a un receptor. La información puede ser cultural, histórica o de la propia experiencia del usuario.
- Reguladora: Relacionado con la conducta de las personas con respecto a otros. Tanto para mejorar la de otras personas como para mejorar la propia del usuario, esta función incide en las relaciones personales.

⁴ "Comunicación oral y escrita". Disponible en: <http://www.uned.ac.cr/ecsh/images/documentos/LitGrama/guiADIDAActica-709-2012-3.pdf>

- Afectiva: Relacionado con la comunicación emocional en la que se expresas sentimientos y afecto.

3.1. Video Games Communication Theory

Not knowing the basis of communication makes it difficult to delve into the topic of video games. This is due to the fact that principles of communication are the key to sociability among video game users.

Let's start from the beginning. What does communication bring to a video game? Firstly, the meaning of communication must be explained: it is the process through which meanings are assigned and conveyed with the aim of creating understanding among people. This process requires certain skills both in the intrapersonal and interpersonal level. Some of them are: listening, observing, speaking, questioning, analyzing and evaluating. Cooperation and collaboration would not be possible without communication.

The game is the context in which communication takes place. Communication must always bear in mind the established rules of the game. However, communication, in every context, needs a logical process. This process, as it will be explained below, is applicable to any media, including video games. According to some communicative models such as Roman Jakobson's, different functions must convey for a communicative act to take place:

Addresser (Emotive function)	It can be a person or not and it is the one who sends the message and, therefore, the communicative action. This function comes out when emotions and feelings are explained.
Message (Poetic function)	It is the information that engages the addressee. It may be oral, written or visual, and it is the object of communication. The effect created corresponds to the emotion of the addresser.
Addressee (Conative function)	It is the reader or hearer who receives the message. Its function is to decode the message to understand it.
Code (Metalingual function)	It is the set of signs that the addresser chooses to generate its message and, therefore, to be received by the addressee.

Channel (Phatic function)	It is the medium through which the message is delivered. For instance: conversations, letters, television, video games, etc.
Context (Referential function)	It is the relationship established between the words of a message. It eases comprehension.

Table 1. Communication's functions

Having confirmed that the communicative process must follow a line, the question that now arises is which one is the dominant function. Communication would not be possible without a message, since it is inside this message where the language settles their bases in order to meet the context and the channel.

Video games, like any other media, require a specific language for every context. This will be further analyzed below.

That is the reason why the message transmission can be done in two different ways, that is to say through two different types of communication:

- Verbal communication: It refers to the code of words used in the communication process, which can be transmitted orally, by voice, or written, either by words or signs.
- Nonverbal communication: It refers to the communication that is not done with words. It is done using body gestures and signs (audio, video, etc.)

Communication has different functions depending on the intention of the message. These are:

- Informative: It is related to the information that a sender transmits to a receiver. Information can be cultural, historical or about user experience.
- Regulatory: It is related to the way people behave with others. In order to improve other people and the user's own behavior, this function influences personal relationships.
- Affective: It is related to the emotional communication, which expresses feelings and affection.

3.2. La comunicación en los videojuegos

Tal como cita Verónica Martín Díaz en su estudio *Los videojuegos como medio de comunicación en el seno familiar*: “Los medios de comunicación «*tienen un papel de transmisión de conocimiento que básicamente se da por vías emotivas, impactantes y de identificación del espectador*»” (Corominas, 1994:31)

Los humanos, dada nuestra naturaleza sociable, necesitamos la comunicación para establecer relaciones y para lograr el entendimiento. Los videojuegos, punto de encuentro entre millones de jugadores, se superponen como un medio de comunicación, que ha tenido su auge hace pocos años, gracias al desarrollo informático y a la mejora en la conectividad de internet.

Nos encontramos ante una sociedad donde la tecnología evoluciona cada día y con ella internet se posiciona como el medio de mayor divulgación de conocimiento. Llegados a este momento, es innegable pensar que los videojuegos es un canal de comunicación que cada día ganas más adeptos ya que según Levis “*Los videojuegos son los pioneros de un nuevo concepto: el multimedia interactivo. La interactividad de un sistema es mayor cuanto mayor es el nivel de actuación posible del usuario sobre el mensaje emitido, sin olvidar el volumen de información que maneja el sistema*”. (Levis, 1997)⁵

Al analizar dicha afirmación nos encontramos con un nexo respecto a la comunicación humana y es que el usuario tienes más poder, cuanto más comprende el mensaje respecto a toda la información que conlleva el juego. Pero las aportaciones de Levis no finalizan ahí puesto que en su libro *Los videojuegos, un fenómeno de masas*, advierte que los videojuegos pueden ocasionar el nacimiento de un lenguaje cinematográfico que definiría las formas de ficción futura.

Entonces, ¿qué aporta la comunicación a los videojuegos? En primer lugar y siguiendo los escritos de Levis, se podría decir que la comunicación aporta un nuevo lenguaje adaptado a los videojuegos. Ese lenguaje necesita de un código, por ello, los videojuegos actuales poseen distintos códigos de comunicación, que aunque muchos coinciden, es cierto que son individualizados respecto a cada modo de juego. En segundo lugar, la comunicación aporta nuevas habilidades comunicativas ya que

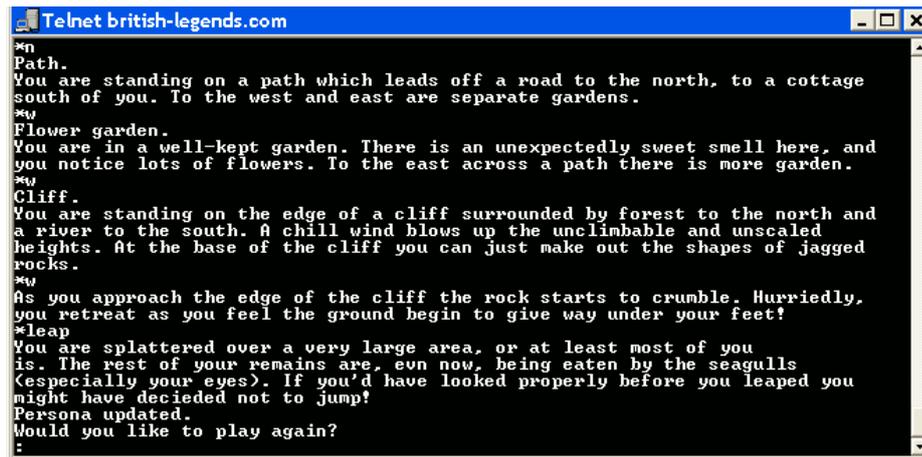
⁵ “Los videojuegos, un fenómeno de masas”. Disponible en: <https://levistextos.files.wordpress.com/2013/08/librovideojuego.pdf>

hace evolucionar la comunicación no verbal introduciendo nuevos elementos, por lo que, también actúa como un canalizador del volumen de información al que el usuario está expuesto.

No podemos obviar que el lenguaje es la base de cualquier comunicación y tal como hemos comentado, adaptada a cada contexto, su desarrollo tiene distintas funciones. Este lenguaje índice en dos elementos que destacan en el análisis que vamos a proceder y son la socialización y la coordinación, ya que sin un lenguaje específico, sería difícil que los juegos pudiesen desarrollarse del modo que lo hace.

Y es que, desde los inicios, se ha intentado llevar las videoconsolas a un marco ligado a la socialización. Partiendo de la actualidad, la consola Wii (2006), fue una revolución. La primera consola orientada para jugar con la familia y amigos, con juegos centrados en interactuar con tus compañeros para “pasarle mejor”. Ello nos lleva a pensar que en la actualidad, pocos son los videojuegos que no incluyen un modo multijugador online en el que interactuar y socializarse con jugadores de todas las regiones o con amigos.

Empezando por los primeros juegos multijugador estos eran de lo más básico. Juegos como *Spacewar* (1962), pioneros de los multijugadores, consistía en intentar sobrevivir frente a la nave enemiga y racionalizando la gasolina, mientras la gravedad de una estrella les atraía a ambas. Juegos como el *Pong* (1972), un simple tablero para jugar al Ping Pong contra la propia máquina o contra un amigo. Otro que es el llamado el primer videojuego que permitía partidas multijugador masivas, fue *Empire* (1973), con hasta 8 jugadores simultáneos en sus inicios y llegando hasta los 30, con 15 jugadores por equipo; un juego de estrategia en el que había que conquistar la galaxia, formada por 25 planetas y 4 razas, en el que el jugador (todo en líneas de comandos, no había ratón) tenía que administrar todos sus recursos y naves para poder realizarlo. Fue en 1979, cuando los videojuegos multijugador encontraron su punto de expansión de la mano de *Dragones y Mazmorras*, un videojuego de rol adaptado que incluía un nuevo género, el M.U.D (*Multi User Dungeon*). Mundos virtuales en los que usuarios podían interactuar y realizar acciones mediante comandos de texto.



```
Telnet british-legends.com
*~
Path.
You are standing on a path which leads off a road to the north, to a cottage
south of you. To the west and east are separate gardens.
*~
Flower garden.
You are in a well-kept garden. There is an unexpectedly sweet smell here, and
you notice lots of flowers. To the east across a path there is more garden.
*~
Cliff.
You are standing on the edge of a cliff surrounded by forest to the north and
a river to the south. A chill wind blows up the unclimbable and unscalded
heights. At the base of the cliff you can just make out the shapes of jagged
rocks.
*~
As you approach the edge of the cliff the rock starts to crumble. Hurriedly,
you retreat as you feel the ground begin to give way under your feet!
*~
You are splattered over a very large area, or at least most of you
is. The rest of your remains are, evn now, being eaten by the seagulls
(especially your eyes). If you'd have looked properly before you leaped you
might have decided not to jump!
Persona updated.
Would you like to play again?
:
```

Imagen 1. Detalle de comunicación en MUD (Extraído de: Wikipedia)

Por su parte, *Sniper* (1983), un juego de laberintos en el que había que aniquilar los nidos de incubación de una peste, ya incluía técnicas de comunicación entre equipos en este caso una carpeta compartida de la red en la que podían escribir y leer los comentarios. Otros juegos como *Habitat*, de Lucas Film, también supusieron un avance en comunicaciones y nuevas formas de jugar, creando hábitats digitales que asentarían las bases de los nuevos juegos que hoy denominamos *MMORPG*.

Con la mejora de las comunicaciones y de internet, se abrió la puerta a un nuevo mundo, un mundo en el que cualquiera desde cualquier lugar podía jugar contra alguien del otro lado del globo. Las mejoras han supuesto a los videojuegos, grandes variaciones a lo largo del tiempo, con juegos online de pago por horas como *Island of Kesmai* o *Neverwinter Nights*, sistemas en los que se necesitaba comprar un adaptador como el de PlayStation 2 para poder disfrutar de las funcionalidades online. Más tarde se introdujeron los famosos juegos llamados *Free to Play*, gratuitos para los usuarios y de la mano de compañías como con juegos *RuneScape* o *Arcadia*, que se hicieron con el premio del libro Guinness de los récords como el *MMORPG* gratuito más popular del mundo. Es en ese momento, cuando las grandes compañías se dieron cuenta que no hacía falta hacer un videojuego de pago para poder ganar dinero con él, hecho que influirá notablemente en el desarrollo de futuros modelos de negocio en videojuegos.

A diferencia de los llamados juegos offline, los multijugador online incluyen inevitablemente una vertiente social y en muchas ocasiones colaborativa para que el juego se desarrolle con normalidad. Para ello, los diseñadores de videojuegos tuvieron que remitirse a los sistemas de comunicación básicos, que encuentran en

sus predecesores. Adaptándolos a las necesidades de cada juego, es innegable que la comunicación se postuló como una necesidad para que el juego fuese online.

Porque un juego multijugador, no tiene ningún tipo de sentido, si esos jugadores no tienen un medio para comunicarse entre ellos. Así, retomando la reflexión anterior y viendo como la comunicación ha avanzado con el paso del tiempo, se puede encontrar un punto de unión entre todos estos modelos y es que todos tienen un lenguaje, un código adaptado tanto a las necesidades del videojuego como las del usuario. No todos los videojuegos son iguales, no tienen las mismas dinámicas, los mismos personajes y las mismas historias pero hay algo en ellos que si coincide y es que todos tienen herramientas de comunicación similares.

¿Cuáles son esas herramientas? ¿Se podría hablar de comunicación integrada? Aunque este último concepto, acuñado por Joan Costa, pertenece al ámbito del marketing, adquiere lógica al aplicarlo al mundo de los videojuegos y a las herramientas de comunicación que estos necesitan.

De acuerdo con los escritos de Costa se podría decir que la comunicación integrada es aquella que evalúa los roles estratégicos de distintas variedades de comunicación, para combinar y proporcionar claridad, consistencia y el mayor impacto a las comunicación a través de la integración uniforme de los mensajes⁶.

¿Los videojuegos cuentan con comunicación integrada para mejorar la experiencia de los usuarios? Al hacer un análisis superficial de las vías de comunicación que los videojuegos tienen, se atisban distintos medios para ofrecer información al jugador. Las herramientas dentro del juego son primordiales, *chats* escritos: individuales, globales, por equipo; *chats* por voz; alertas visuales, sonoras; módulos de ayuda, redes sociales, páginas webs corporativas, *fan pages*, foros... Existe un sinfín de vías comunicativas dentro y fuera de un videojuego que por un lado, generan una mayor experiencia del usuario y por lo tanto socialización y por la otra, ayudan a la experiencia dentro del juego desarrollando y mejorando la coordinación entre los equipos.

⁶ “Comunicación integrada de marketing” & “La comunicación integral: una revolución en el pensamiento empresarial” Disponible en: [http://descuadrando.com/Comunicaci%C3%B3n integrada de marketing](http://descuadrando.com/Comunicaci%C3%B3n%20integrada%20de%20marketing)
<http://www.doxaweb.es/art%C3%ADculos-el-ideario-de-doxa/la-comunicaci%C3%B3n-integral/>

Información que se contrasta con las palabras de Eduardo Roig (2012) *“Pero los juegos van más allá: con la extensión de internet, los juegos “on line” tienen menos que ver con ganar o perder y más con cultivar las comunicaciones sociales y las redes humanas que se integran en la vida real.”*. El hecho es que los sistemas de comunicación de los videojuegos están evolucionando y ya no solo ofrecen canales de comunicación sino que impulsan la comunicación social como medio para que los jugadores establezcan relaciones dentro del juego y ello repercuta positivamente en la permanencia de un usuario dentro del juego.

Desde los primeros comandos que se escribían en *Dragones y Mazmorras*, se ha evolucionado a sistemas de comunicación mucho más complejos que incluyen distintas tipologías según la finalidad comunicativa. Juegos, como los que analizaremos más adelante, han implementado hasta *chats* por voz, con tal de hacer que el jugador no levante las manos del teclado haciendo que la comunicación sea más fluida.

3.2. Communication in video games

As Veronica Martin Diaz appointment at her studio *Video games: a medium of communication in the family*: *“The media «have a role in transmission of knowledge that basically it is given by emotional ways, impactful on viewer’s identification»”* (Corominas, 1994: 31)

Humans, given our social nature, we need communication to build relationships and to achieve understanding. Video games, a meeting point for millions of players overlap as a means of communication, which has had its heyday a few years ago, thanks to software development and improved internet connectivity.

Nos encontramos ante una sociedad donde la tecnología evoluciona cada día y con ella Internet se posiciona como el medio de mayor divulgación de conocimiento. Llegados a este momento, es innegable pensar que los videojuegos son un canal de comunicación que cada día ganas más adeptos. Según Levis *“Los videojuegos son los pioneros de un nuevo concepto: el multimedia interactivo. La interactividad de un sistema es mayor cuanto mayor es el nivel de actuación posible del usuario sobre el mensaje emitido, sin olvidar el volumen de información que maneja el sistema”*. (Levis, 1997)

We have a society where technology evolves every day and with it Internet is positioned as through wider dissemination of knowledge. At this time, it is undeniable think that video games are a communication channel that are continually win adherents. According to Levis "*Video games are the pioneers of a new concept: interactive multimedia. The interactivity of a system is greater when more higher is the level of possible user actions on the message delivered, without forgetting the volume of information handled by the system*"(Levis, 1997)

When analyzing this affirmation we find a link to human communication and it is the user have more power the more him understand the message about all information that comes with the game. But Levis contributions don't end there because in his book *Video games, a mass phenomenon*, warns that video games can cause the birth of a cinematic language that would define the forms of future fiction.

So, what brings communication to video games? First, following the writings of Levis, we could say that communication brings a new language adapted to video games. That language needs a code, therefore, the current video games have different codes of communication, although many agree, is true that are individualized for each game mode. Second, communication brings new communication skills that makes evolves nonverbal communication introducing new elements, which also acts as a conduit of information volume to which the user is exposed.

We cannot obviate that language is the base of any communication and as mentioned, adapted to each context, their development have different functions. This language have an influence on two elements that stand out in the analysis will proceed and they are socialization and coordination, because without a specific language, it would be difficult games could be developed in the way it does.

And, since the beginning, it has tried to bring the console to a framework linked to socialization. Starting in the present, *Wii* (2006), was a revolution console. The first console oriented to play with family and friends, with games centered interact with your teammates to "have more fun". This leads us to believe that at present, there are few games that don't include an online multiplayer mode in which players interact and socialize with all regions or with friends.

Starting with the firsts multiplayer games, this were the most basic. Games like *Spacewar* (1962), pioneers of multiplayer, it was to try to survive against the enemy

ship and rationalizing gasoline, while the gravity of a star attracted them both. Game like *Pong* (1972), a simple board to play Ping Pong against the computer or against a friend. Another one is called the first game that allowed massive multiplayer games, was *Empire* (1973), with up to 8 simultaneous players in its early and reaching up to 30, with 15 players per team; a strategy game in which you had to conquer the galaxy, consisting of 25 planets and 4 races, in which the player (especially in command lines, no mouse) had to manage all their resources and ships to carry it out. It was in 1979, when the multiplayer game found its point of expansion with *Dungeons and Dragons*, a role-playing adapted which included a new genre, the MUD (*Multi User Dungeon*). Virtual worlds in which users could interact and perform actions using text commands.

Meanwhile, *Sniper* (1983), a set of mazes which you have to annihilate the nests incubating a plague, it included techniques of communication between teams in this case a shared folder on the network that could write and read the comments. Other games like Habitat, Lucas Film, also made progress in communications and new ways of playing, creating digital habitats that would settle the base of the new games, nowadays is called *MMORPG*.

With improved communications and the Internet, they opened the door to a new world, a world in which anyone from anywhere could play against someone on the other side of the globe. Improvements have made to video games, big changes over time, with online gaming payment for hours like *Island of Kesmai* or *Neverwinter Nights*, systems that needed to buy an adapter like the PlayStation 2 to enjoy the online functionality. Later comes the famous games called *Free to Play*, free to users brought by companies like *RuneScape* or *Arcadia*, which win the award of the Guinness Book of Records as the most popular *MMORPG* in the world. At that time, when big companies realized that there was no need to pay for a video game to make money with it, a fact that will significantly influence the development of future business models in video games.

Unlike so-called offline games, online multiplayer include, inevitably, social aspects and in many times cooperative for the game to develop normally. To do this, the game designers had to refer to the basic communication systems, which are in their predecessors. Adapting to the needs of each game, it's undeniable that communication postulate like a requirement for the game to be online.

Because a multiplayer game, don't have any sense if those players don't have a way to communicate. So, returning to the previous meditation and seeing how communication has advanced over time, we can find a meeting point between all these models and is that they all have one language, an adapted code both to the needs of the game and the code user. Not all games are the same, didn't have the same dynamics, the same characters and the same story but there is something about them that matches and that's that all have similar communication tools.

What are those tools? Could we talk about integrated communication? Although this last concept, keyed by Joan Costa, belongs to the field of marketing, acquires logic when it's applied to the world of video games and communications tools that they need.

According to the writings of Costa we could say that integrated communication is that one that evaluates the strategic roles of different varieties of communication, to combine and provide clarity, consistency and greater impact to communication through the uniform integration of messages.

Do games have integrated communication to improve the user experience? When making a superficial analysis of the communication channels that video games have, it peep different media to provide information to the player. The tools inside the game are essential, individual written chats, global, per team; Voice chats; visual alerts, sonorous; help modules, social networks, corporate websites pages, fan pages, forums. There are countless ways of communication in and out of a video game that on one hand, generate a greater user experience and therefore socialization; and on the other, help to the experience in game developing, improving the coordination between the teams.

Information to be contrasted with the words of Eduardo Roig (2012) "*But the games go further: with the extension of Internet, "on line" games have less to do with winning or losing and more with growing social communications and human networks that are integrated into real life.*". The fact is that communication systems are evolving video games and not only provide channels of communication, they promote social communication as a way for players to build relationships inside the game and that positive effect makes the permanence that a user spends on a game.

From the earliest commands written in *Dungeons and Dragons*, it has evolved much more complex communication systems that include different types according to the communicative purpose. Games, as discussed later, have implemented voice chats, so the player don't raise your hands off the keyboardezio making communication more fluid.

3.3. La cuarta pared y el círculo mágico en los videojuegos

Los videojuegos, del mismo modo que lo hace el cine, la literatura o el teatro, sumergen al usuario en un mundo paralelo durante el tiempo que está jugando. Un mundo, que separa la realidad de lo virtual por la llamada cuarta pared.

Esta cuarta pared, según el artista Paulo J. Futre, es una "*noción surgida en el teatro de Diderot en el siglo XVIII y que se trata de la "pared invisible" que existe entre los espectadores y la obra*"⁷. En el caso de los videojuegos, la pared separa al jugador del mundo real en el que vive, para dar vida a otro personaje dentro de la pantalla, ya sea dirigiéndose a un personaje creado por él, como a otro ya creado.

El hecho es que, con el avance de la tecnología los videojuegos han querido, cada vez más, que el jugador no sienta que está dirigiendo una personaje, quieren que sienta que él es el personaje. La comunicación, parte fundamental de este avance, tiene una función unificadora entre personas, facilitando al jugador las relaciones sociales con otros usuarios y ayudando en el desarrollo del videojuego.

Lo que se ha pretendido y se pretende, es que haya una ruptura de esa cuarta pared, para que el usuario forme parte del juego que maneja. Retomando de nuevo las palabras de Paulo J. Futre:

Se rompe la cuarta pared cuando se produce una interacción entre la fantasía propuesta y la realidad receptora (...) Yendo más allá del simple recurso narrativo, encuentro la analogía poética perfecta del pensamiento de Baudrillard: al saltarse la ficción e interactuar con la realidad, se están colocando ambos universos a la misma altura. (Futre)

⁷ "Rompiendo la cuarta pared. Texto de Artista". Disponible en: http://pauloifutre.com/wp-content/uploads/2013/03/PauloJFutre_TextodeArtista.pdf

La ruptura habitual que ha habido en los videojuegos, la mayoría offline, ha sido mediante interacción directa del juego con el jugador. Por poner un ejemplo, en el juego *Assassins Creed II* (2009) de Ubisoft, cuando el personaje Ezio llega al final y se encuentra con la Diosa Minerva, esta después de contarle la historia sobre la humanidad, hace un giro directo a cámara para hablar con el jugador. La interacción juego-usuario suele ser habitual en los videojuegos, y es por ello que los desarrolladores de están evolucionando para crear una experiencia realística mediante la ruptura de la cuarta pared.

Todo ello tiene un trasfondo aún mayor, ya que no solo dirigiéndose al usuario, este se va a sentir parte del juego. Romper la cuarta pared en un paso para que el jugador entre el denominado círculo mágico. Este término, fue acuñado por el filósofo Johan Huizinga quien en su libro *Homo Ludens* introduce el término, donde habla de la importancia social y cultural de los juegos. Así pues, el círculo mágico se refiere al instante en que se cruza del mundo real al imaginario.

En lo que a videojuegos se refiere, los autores Salen y Zimmerman en su libro *Rules of Play: Game desing fundamental (Reglas del juego: Fundamentos del diseño de videojuegos)* se refieren al círculo mágico como el momento en el que el jugador deja de lado su vida ordinaria para entrar en el mundo del juego. (Salen-Zimmerman, 2003:369).

De su libro se extrae, que entrar en el círculo mágico significa que el usuario adapte otra identidad, transportándose a otro mundo, pero trayendo con él los conocimientos de la “vida real” para usarlos en la virtual y así llegar a entender el nuevo mundo al que acaba de entrar. Así es como la ruptura de la cuarta pared llegaría a su punto más álgido.

Decimos “se llegaría” puesto que esta visión no la comparten algunos autores. Entre ellos se encuentra el Dr. Steven Conway de la Unversidad Swimburne, quien en su escrito *A circular wall? Reformulating the fourth wall for video games*, contradice las afirmaciones de otros autores sobre la cuarta pared. Según Conway (2010) “*la ‘ruptura’ implica la ruptura de la suspensión de la incredulidad, el reconocimiento de la audiencia o la auto-referencialidad*”, por lo que se puede extraer que para que se rompa la cuarta pared el usuario debería de creer realmente que es parte del videojuego, y a su opinión es algo que no ocurre.

Afirma también, que *“la interfaz es un bucle de retroalimentación interactiva continua, donde el jugador debe ser visto como implícito e implicado en la construcción y la composición de la experiencia.”* (Conway, 2010). Así pues, según Conway, para que un jugador alcance la mayor experiencia dentro del juego ha de estar inmerso en todas las fases de este. No puede ser tomado como un mero espectador, sino que tiene que aportar su propia experiencia, no la que el juego le indique.

Estas palabras podrían remitir, a los escritos de Salen y Zimmerman que hablan de la importancia de que el jugador aporte sus propios conocimientos de la vida al juego que va a jugar.

Entonces, ¿coinciden en algo estas dos posturas? ¿Las que hablan de la ruptura y las que la niegan? Lo cierto es que sí, ya que en los escritos de Conway, insiste en que para romper la cuarta pared se ha de dar una suspensión de la incredulidad. ¿Dejar de lado el pensar que lo que se juega es algo irreal? Puede ser, pero añade una nueva visión del concepto del círculo mágico que podría dar la respuesta.

El elemento fundamental de esta nueva perspectiva radica en la visión, no como la ruptura de la pared, sino como fenómenos del movimiento de la pared, como la contratación y la ampliación de un círculo mágico dinámico en el que el jugador es sumergido. De este modo podemos obtener una comprensión mucho más exacta de su empleo en el diseño del juego, la cultura y el consumo, y lo que esto tiene que comunicar sobre las nuevas posibilidades de expresión que ofrece el complejo juego digital. (Conway, 2010)

De este modo coincide en el concepto de círculo mágico como el medio para que el jugador sea parte “literal” del juego que está jugando.

¿Y la comunicación como influye en la ruptura de la cuarta pared? A continuación procederemos a entrar de lleno en la investigación, puesto que en las referencias encontradas en diversos estudios, se habla de una interacción que el juego de manera directa hace para que el jugador forme parte de ella.

Pero, ¿y si vamos más allá y pensamos que la ruptura la produce el jugador? Mediante el desarrollo de los sistemas de comunicación en los juegos, junto con los avances que estos han tenido, se podría dar la posibilidad, de que juegos online donde el modo multijugador está a la orden del día, estos potencian los sistemas de

comunicación para que sea el jugador el que de manera individual decida acceder al juego.

3.3. The fourth wall and the magic circle in video games

Video games, just as it does the cinema, literature and theater, immerse the user in a parallel world during the time they are playing. A world that separates reality from virtual called the fourth wall.

This fourth wall, according to the artist J. Paulo Futre, is a "*notion arose in the theater of Diderot in the eighteenth century and explain it as a "invisible wall" between the audience and the piece*" In the case of video games, the wall separates the player of the real world in which he lives, to give life to another character in the screen, either by going to a character created by him, as one already created.

The fact is that, with the progress of technology, video games wanted, increasingly, that the player doesn't feel like he's playing a character, they want to feel that he's the character. Communication, a key of this development, it has a unifying role between people, facilitating the player social relationships with other users and helping to develop the game.

What has been tried and is intended, is a rupture of the fourth wall, so that the user is part of the game. Taking up again the words of J. Paulo Futre:

The fourth wall is broken when an interaction between fantasy proposed and reality received (...) Going beyond the simple narrative resource, find the perfect poetic analogy of Baudrillard's thought: by skipping fiction and interact with reality, they're placing both universes at the same height. (Futre)

The usual breakdown that has occurred in most offline video games, has been playing through direct interaction with the player. As an example, in the game *Assassins Creed II* (2009) Ubisoft, when the character Ezio reaches the end and meets the goddess Minerva, after telling the story of humanity, makes a direct spin on camera to talk with the player. The game-user interaction is usual in the game, and that's why game developers are evolving to create an experience by breaking the fourth wall.

All this background is even greater, because is not only addressing the user, this is going to feel part of it. Breaking the fourth wall is a step for the player to enter in the

so-called magic circle. This term was coined by the philosopher Johan Huizinga who in his book *Homo Ludens* introduces the term, where he talks about the social and cultural importance of the games. So, the magic circle refers to the moment when you cross from the real world to the imaginary.

As far as gaming is concerned, the authors Salen and Zimmerman in his book *Rules of Play: Game desing fundamentals*, refer to the magic circle as the time when the player ignores ordinary life to enter the game world. (Salen-Zimmerman, 2003: 333).

Of His book we can learn that when you enter the magic circle it sifnificate that the when user assume another identity, transported to another world, but bringing with him the knowledge of the "real life" for use in virtual and so come to understand the new world which is just entering. This is how the breaking of the fourth wall would reach its peak.

We say "would reach" because this vision is not shared by some authors. Among them is Dr. Steven Conway of the Unversity Swinburne, who in his letter *A circular wall? Reformulating the fourth wall for video games*, contradicts the affirmations of other authors about the fourth wall. According to Conway, *"the break" involves the breaking of the suspension of disbelief, the recognition of the audience or the self-referentiality,*" so you can think that for break the fourth wall, the user should really believe which it is part of the game, and his opinion is something that doesn't happen.

Also affirm that *"the interface is a continuous interactive feedback loop, where the player must be seen as implied and involved in the construction and composition of the experience."* So, according to Conway, for a player to reach the most experience inside the game it has to be immersed in all phases of the game. It can't be taken as a mere spectator, it must bring their own experience, not what the game tells.

These words could refer to the writings of Salen and Zimmermar that speak of the importance of the player to input their own knowledge of life to the game he'll play.

So, do they agree on something these two positions? Yes, as in the writings of Conway, insists that to break the fourth wall it has to be given a suspension of disbelief. To let go the thought that what is playing is something unreal? Maybe, but it adds a new vision of the concept of the magic circle that could give the answer.

The key element of this new view lies in the vision, not the rupture of the wall, but as phenomena of wall motion such as recruitment and expansion of a dynamic magic circle in which the player is submerged. In this way we can get a more accurate understanding of their use in game design, culture and consumption, and what it has to communicate about the new possibilities of expression offered by the complex digital game. (Conway)

In this way this concept coincides with the concept magic circle as the means for the player to be "literal" part of the game you are playing.

And communication how influences breaking the fourth wall? Now we proceed to enter fully in the investigation, since in the references found in various studies, they speak of an interaction of the game directly to the player to make him part of it.

But what if we go further and think that the rupture is produced by the player? By developing communication systems in games, together with the progress that they have been, it could be given the possibility, that online games where multiplayer mode are in the order of the day, power the communication systems to be the player, which individually choose to access the game.

4. La comunicación en los videojuegos

4.1. Sistemas y herramientas de comunicación en los videojuegos online

El interés por los videojuegos crece y con él desarrollo de estos. Desde los primeros videojuegos hasta los actuales el avance es notable tanto a nivel gráfico como a nivel de experiencia del jugador. Si en *Dragones y Mazmorras* (1974) se usaban comandos de *chats* para comunicarse entre los jugadores, en la actualidad las herramientas de comunicación han evolucionado hacia sistemas complejos que incluyen diversas funciones para que la conversación entre jugadores de videojuegos multijugador fluya con mayor rapidez y con mayor información.

La interactividad y la jugabilidad son elementos fundamentales influidos, en gran parte, por la comunicación, así como por la capacidad audiovisual (Huguet y González, 2012). Que la experiencia del jugador sea lo más real posible es uno de los objetivos del desarrollo de videojuegos, de ahí que tanto el diseño del videojuegos a nivel gráfico como a nivel comunicativo, vaya avanzando para otorgarle al usuario un mayor realismo.

Para alcanzar ese realismo, “*el diseñador no debe anteponer la experiencia puntual del jugador a la totalidad de la experiencia del juego (...) una experiencia capaz de sumergir al jugador en un mundo virtual al que deseará volver una y otra vez*” (López, 2010: 254) De este modo, existen unos puntos de encuentro desde el aspecto comunicativo en el desarrollo de todo videojuego online para que la comunicación influya en la experiencia del jugador. Así pues, al leer diversos manuales sobre desarrollo de videojuegos, a la hora de la socialización, son dos herramientas las que coinciden, el *chat* escrito y el *chat* por voz.

Estas dos herramientas se dan por sentadas ya que cualquiera que pretenda comunicarse dentro de un videojuego, necesita un sistema básico como son los *chats* para ponerse en contacto con distintos compañeros. Ya que la investigación se orienta a los videojuegos multijugador online, es interesante analizar de qué manera

se enriquecen estos dos sistemas básicos, para diferenciarse de un videojuego a otro, buscando de este modo, los puntos en los que confluyen y en los que se distinguen.

En primer lugar, es necesario tener en cuenta lo que buscan los jugadores en un videojuego online para orientar el desarrollo a estas necesidades. De acuerdo con datos del *Estudio y hábitos de los videojuegos españoles (2009)* realizado por la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento, jugar con otras personas es la primera motivación de los jugadores, así como la emoción que supone jugar online, la competición y el realismo. El hecho de relacionarse con otros jugadores, se superpone como uno de los objetivos a los que los desarrolladores tienen que centrar su trabajo a la hora de los sistemas comunicativos.



Fuente: aDeSe, 2009.

Imagen 2. Factores positivos del juego online (Extraído de: *Estudio y hábitos de los videojuegos españoles*)

Y es que en el entorno de los videojuegos online se estimula la expresión de las emociones y la comunicación, mediante *chats* internos, *chat* por voz, foros y comunidades online que se forman en torno a los mismos. (Marcano, 2014) Es por ello que el diseño, tiene en cuenta las interacciones sociales que se producen en

estos videojuegos llevando a cabo de este modo, distintas mecánicas en las herramientas de los videojuegos para fomentarla.

Pero, ¿de qué modo los diseñadores de videojuegos usan la comunicación como refuerzo del videojuego para que rompa la cuarta pared? En primer lugar estableciendo códigos de lenguaje, ya que según Beatriz Marcano (2014):

Es comprensible aceptar que estos contribuyan a la formación de una nueva cultura audiovisual de masas; particularmente forman una cultura del mundo de los videojuegos, en la que se va adquiriendo un código de comunicación, pautas de relación, se forman afiliaciones, se generan sentimientos de pertenencia a grupos, clubes y clanes, se generan redes de relaciones sociales pautadas en sus comportamientos, instituyen una nueva forma de alfabetizar (Marcano 2014)

Tener en lenguaje propio, como el argot y sistemas de códigos, acercan al usuario a una experiencia más real y por tanto le acercan a sentirse parte del juego. Aunque es tarea del desarrollador establecer esos códigos, son los usuarios quienes lo conforman a sus necesidades, adaptándolos a cada contexto según el momento y la necesidad. Porque *“aunque se defina una forma de comunicación y se tenga un lenguaje concreto, es muy difícil sintetizar un código estructural para éste”* (Zagalo, 2011:67)

Como veremos más adelante, puede darse una diferencia entre el objetivo de la comunicación según el desarrollador de un videojuego al que le da un jugador.

Y es que desde la visión del desarrollo de videojuegos *“La máquina intenta seguir fielmente el proceso que implica la forma de interactividad más extendida entre el ser humano, la conversación”* (López, 2010: 67) Un proceso difícil ya que, cada sistema de comunicación se adapta a un tipo de juego, y los sistemas no son los mismos para un *shooter*⁸ que para un videojuego en un mundo persistente, aunque si es cierto que coinciden en los sistemas básicos. ¿Cuáles son y cómo se desarrolla el lenguaje en ellos?

En cualquier manual de diseño de videojuegos la respuesta es clara: el *chat*. La manera más sencilla de comunicación vía escrita, aunque también lenta si lo ponemos

⁸ Género de videojuegos de disparos

en casos de videojuegos multijugador online, donde la rapidez y la cooperación necesitan de una gran coordinación. (Adams, 2014:592). Esta herramienta, básica, se desarrolla de distinta manera según el contexto, ya que en momento de lucha dentro de un videojuego, el jugador tiene las manos ocupadas, por lo que la comunicación se ralentiza. En otro contexto, por ejemplo, en el de crear un grupo de juego con amigos, el *chat* es más útil para, por ejemplo, elegir las posiciones en la que cada uno jugará, quien es el líder, etc.

Por lo tanto hay que tener en cuenta para qué se necesita el *chat*, ya que a este se le otorga más o menos peso. Lo que sí es claro, es que tanto el *chat* como todas las herramientas de comunicación que se encuentran en un videojuego, responden a distintas mecánicas de interacción social. Según Ernest Adams, en su libro *Fundamentos del diseño de videojuegos* se establecen distintas mecánicas respondiendo a las necesidades de los usuarios para socializarse: cooperación, creación, competición, juego en equipo, situaciones ambiguas, jerarquías sociales, y puramente socializadoras.

El autor hace unas recomendaciones en su manual, donde las necesidades mencionadas han de ser cubiertas con distintas acciones. Así por ejemplo, en juegos online las mecánicas más habituales donde los *chats* favorecen el entendimiento podrían ser las siguientes:

Interacción	Mecánica
Cooperación	Avisos, tutorización, soporte, ayuda, intercambio...
Juego en equipo	Planear estrategias, reclutar jugadores, coordinar actividades en tiempo real
Jerarquías sociales /Socialización pura	Elegir líderes, reputación y fama, charlar, planear eventos sociales.

Tabla 2. Muestra adaptada de las mecánicas sociales en videojuegos de E. Adams

Para ejecutar las mecánicas hace falta un medio para llevarlas a acabo y los sistemas de comunicación cumplen dicha función. Las tres interacciones elegidas, han sido seleccionadas ya que son las más habituales en los videojuegos colaborativos y las que más se suelen fomentar, tomando así de estas los principales objetivos de los sistemas de comunicación dentro de un juego que son: Socializar, cooperar, coordinar y organizar.

Los *chats* escritos, por supuesto, son usados para cumplir los objetivos. Es por ello que en los juegos actuales encontramos un gran abanico de *chats* o de canales de *chat* diferenciados, los cuales están orientados a algunas de estas funciones. La tipología de canales en cada videojuego puede ser diferente según la importancia que se les dé, pero la mayoría responde a canales similares con el objetivo de reforzar la coordinación y cooperación de los jugadores. La socialización está implícita en todos los canales, puesto que para coordinarse y cooperar es necesario hablar y por lo tanto socializar.

La segunda herramienta de comunicación en los videojuegos, es el *chat* por voz. Aunque paulatinamente los videojuegos han ido incluyendo este servicio dentro del cliente, durante muchos años carecían de él, por lo que aparecieron diversos programas externos para comunicarse como Skype o Team Speaker, que “*constituye un valor agregado puesto que no se tiene que distraer la atención visual ni manual para teclear mensajes a un compañero de juego durante una partida*” (Marcano, 2014:143). El *chat* por voz, es uno de los sistemas más eficientes y usados, ya que mejoran la experiencia del jugador en MMO⁹, al hacer de este un lugar de reunión social (Rogers, 2014). Un medio que agiliza la conversación, aunque de nuevo nos remitimos al hecho de que, su función toma mayor o menor relevancia según el contexto.

Si un jugador piensa cuando ha necesitado usar el *chat* por voz, es muy probable que responda en momentos de batalla o lucha, puesto que el resto del tiempo no necesita de una coordinación y concentración tan precisa como en ese momento.

No obstante, nos hacemos otra pregunta ¿Son los *chat* los únicos medios de comunicación eficientes dentro de un juego? La respuesta es no. Por supuesto son los más importantes, ya que es el código por excelencia del lenguaje, el habla, pero existen otro tipo de códigos en distintos formatos que sirven como comunicación dentro de un videojuego.

Hablamos de notificaciones/señales, que pueden ser textuales sí, pero hablamos de aquellas visuales o sonoras para informar a nuestros compañeros en momentos de

⁹ MMO (Massively multiplayer online) Traducido al español: Videojuego multijugador masivo en línea

combate. Y es que al consultar distintos libros sobre diseño de videojuegos, observamos la importancia que se le da a estos elementos.

Empezando por el sonido, este tiene un gran peso. En primer lugar por aspectos externos a las notificaciones, como puede ser los personajes hablando, el sonido del entorno, etc, que ayudan al usuario a desenvolverse mejor dentro del juego, haciendo que se adapte al mundo que está jugando. Y en segundo lugar porque las notificaciones suponen al usuario una herramienta que le facilita la coordinación cuando está en el juego, del mismo modo que puede ayudar a socializar, por ejemplo, con avisos de proximidad de usuarios.

Aunque no se encuentran referencias directas en diversos manuales consultados, la propia experiencia dentro de un juego online y offline muestra alguno de estos dos tipos de notificaciones. Por ejemplo las visuales, suelen expresarse más sobre los mapas que ofrece el juego, ya sea alertando de presencia de peligro o de proximidad de otros compañeros, son útiles como herramientas de información, puesto que facilitan las posiciones de distintos elementos de interés para el jugador.

Por su parte las sonoras, adquieren un mayor grado de importancia que las visuales porque simplifican las acciones. Referido, a que cuando un jugador es habitual en un juego, aprende los sonidos y los asocia a una acción, ya sea peligro, ayuda u otros. Un alto porcentaje de veces las notificaciones visuales, van por defecto asociadas a una sonora, ya que de este modo el jugador se dirigirá a la pantalla para buscar la situación de la acción.

En ambos casos las notificaciones sirven para alertar de algo muy concreto, y dependiendo de lo que esté haciendo el jugador en ese momento, ello le puede facilitar las cosas dentro del juego. De ahí a que se usen más o menos depende de la partida que está jugando.

Pero los flujos comunicativos no acaban ahí, porque como ya hemos mencionado antes, las herramientas de comunicación cumplen diversos papeles dentro y fuera del juego. Una vez un usuario aprende a jugar, usa los sistemas de comunicación de un determinado modo, pero, ¿qué hay de aquel jugador que llega nuevo? En el manual *Game & Play*, encontramos una referencia del J. Juul interesante a los tipos de jugadores que existen en un videojuego. Según Jesper Juul, existen dos tipos de jugadores, los casuales y los *hardcore*. La diferencia se encuentra en: “*lo social*

(cuanto tiempo exige el juego y cuan es necesario es pertenecer a una comunidad y cultura lúdica) el tema (el tono general y cómo se presenta en el juego) y el diseño lúdico (game play, el control, la dificultad del juego y sus penalizaciones)” (Jesper Juul, 2010)

Es en lo social, donde introducimos las otras herramientas comunicativas que hay y que no serían denominadas “puras” como los *chats* y las notificaciones, pero que cumplen una función fundamental para que el jugador avance en el mundo virtual.

Pero jugar no es la única manera de aprender a hacerlo. Un jugador puede familiarizarse con los juegos y aprender a utilizarlos dedicándoles tiempo sin jugar: por observación directa, informándose, analizándolos, discutiéndolos en comunidades online o con otros jugadores. Los conocimientos sobre juegos son la base sobre la que el jugador asentará su comportamiento en la partida y pueden adquirirse de manera directa o indirecta. (Aranda, 2015: 51)

Informándose, analizándolos, y discutiéndolos, nos dan la clave de las herramientas comunicativas externas. Son las páginas oficiales de los juegos, las redes sociales y los foros y páginas de fans, que los usuarios crean con contenido específico. Dichas páginas oficiales o extraoficiales sirven a los nuevos jugadores como ventanas de aprendizaje sobre un juego. Para los veteranos, es un lugar donde enseñar e incluso consultar dudas, porque un juego online evoluciona continuamente, introduciendo nuevos modos de juego, nuevos objetos, lo que hace que *casual gamers* y *hardcore gamers*, se encuentren en las páginas mencionadas.

Cada sistema de comunicación tiene una función. Sin duda los *chats*, como hemos mostrado, son los que más funciones comunicativas contienen. Por su parte, las notificaciones apoyan una labor comunicativa directa a la hora de hablar de cooperación y coordinación del equipo. El alto contenido socializador que tienen los *chats*, se extrapola también a las páginas y foros oficiales y extraoficiales, donde la cooperación y organización se torna un punto de encuentro para distintos jugadores.

Entonces, ¿por qué cada vez más se le da importancia a la comunicación? ¿Qué es lo que buscan los desarrolladores de videojuegos con sus sistemas de comunicación? La respuesta es sencilla: que los jugadores jueguen, y que jueguen mucho. Porque que un juego sea muy jugado o muy poco es lo que a día de hoy marca el éxito.

Es por ello, que promoviendo un sistema comunicativo potente, los jugadores pueden relacionarse socialmente tal como si lo hiciesen en la vida real. Algo que corrobora Huiziga (1938) cuando habla de los agrupamientos o conjuntos sociales que promueven los videojuegos. Un jugador puede llegar a tener un grupo de amigos virtual y una real y los dos son iguales de válidos porque con ambos los sistemas comunicativos son similares con la única diferencia de un juego de por medio.

Los desarrolladores, apoyándose en la comunicación consiguen que los jugadores acudan a su juego como si de ir a tomar algo con un amigo se tratase. ¿Cómo lo consiguen? Con las herramientas de comunicación, sí, pero estas han de estar articuladas en distintos contextos para lograr su objetivo. Como ya lo estableció Ernest Adams y siguiendo el manual de diseño de un videojuego que Daniel Aranda propone en su libro *Game & Play* existen unas mecánicas dentro del juego que fomentan la socialización. Estas mecánicas se podrían vincular directamente a la necesidad de un aspecto comunicativo ya que todas ellas se desarrollan en un ambiente de comunidad donde es necesaria la comunicación como parte del entendimiento.

Son:

Mecánicas	Descripción
Alianzas y traiciones	<i>“Posibilidad de juntar fuerzas para superar ciertos retos que (...), o resultan demasiado difíciles o irrealizables. Las alianzas pueden ser: obligadas, optativas y acciones colaborativas.”</i>
Subastas y negociación	<i>“El tráfico económico en los modelos d juego tienen un papel central (...) en la progresión de los personajes. Populares en juegos colaborativos en los que es habitual mostrar avatares poderosos como símbolo de prestigio social y respeto”</i>
Penalizaciones y recompensas	<i>“Cuando el juego social busca reconocimiento de la comunidad a través de la manifestación externa y certificada del conjunto de méritos alcanzados por el jugador o su agrupación lúdica”</i>

Roleplaying	<p><i>“El género del juego de rol online (...) ha intentado trasladar la experiencia de interpretar un héroe en el contexto del lápiz y papel. Las mecánicas sociales exigen (y penalizan) un uso ficcional adecuado y (...) una actuación acorde a su raza y profesión (en el juego)”</i></p>
-------------	---

Tabla 3. Mecánicas sociales en un videojuego según Daniel Aranda

Es en esta última mecánica social, donde también el autor índice en que la suspensión de la incredulidad se hace más fuerte ya que los servidores dedicados al rol están tutelados por diseñadores del juego que velan por el cumplimiento de normas más estrictas haciendo que los jugadores asuman el espacio virtual en el que están jugando.

Pero siguiendo con lo que creemos el objetivo principal del desarrollo del videojuego, que es articularlo de manera que los jugadores entren en un mundo virtual una y otra vez, la socialización sigue siendo el punto fuerte de los videojuegos online.

De hecho, en la tesis doctoral *Jugabilidad: Caracterización de la experiencia del jugador en Videojuegos*, su autor J.L.González menciona la socialización como uno de los retos del desarrollo de videojuegos:

Actualmente la socialización de los juegos es un objetivo que se están proponiendo todas las compañías gracias al avance de las comunicaciones e Internet, pudiéndose integrar, *chats* o sistemas similares a las video llamadas para potenciar la comunicación entre los jugadores, y por consiguiente, romper la barrera de la distancia o del juego en la misma habitación de manera presencial. Por otro lado, existe un auge importante en videojuegos sociales, donde lo importante es jugar en compañía y participar de otros jugadores, en el mismo lugar, para obtener una experiencia más rica. (González, 2010:263)

De nuevo, los sistemas de comunicación son el fundamento de los videojuegos sociales, ya que parten como el mejor medio para romper la mencionada barrera o incluso podríamos hablar de la cuarta pared. Las herramientas comunicativas, toman fuerza para articularse como el nexo entre los jugadores, porque a mayor peso de la socialización en el juego, más potentes han de ser las herramientas para que los usuarios tomen consciencia del mundo en el que se sumergen.

La clave del éxito según los manuales es lograr una buena socialización, ya que de este modo, el jugador siente como propia la causa del juego. El *chat* es el principal medio comunicativo, aunque de manera indirecta, las notificaciones visuales o “*mecanismos para la información del estado y el resultado del grupo de jugadores: gráficas, porcentaje, situación, etc*” (López, 2010;386), cumplen una función comunicativa que implica en primera instancia a la socialización, y está implica a otros aspectos más relacionados con la jugabilidad pura como los anteriormente mencionados: coordinación, cooperación, tutorización, etc.

Así hemos visto como la teoría marca unas pautas para el diseño de la comunicación en un videojuego, pero ¿qué hay de los juegos que gozan de éxito? ¿Se apoyan en la comunicación para conseguir socialización y así hacer que los usuarios jueguen?

En adelante, procederemos a analizar cuatro juegos de éxito de distinta tipología para conocer cómo se articulan sus sistemas de comunicación, el peso que le dan a estos y cómo influyen en la socialización y el derribo de la cuarta pared.

4.2. Análisis de videojuegos online

4.2.1. Análisis *Ingress*

Datos básicos

Nombre: *Ingress*

Año: 2013 (Beta abierta al público)

Tipo de juego: Realidad aumentada – Massively Multiplayer Online Game (MMOG)

Nº de descargas: 22 millones ¹⁰

¿Qué es *Ingress*?

Ingress es un juego de rol de realidad aumentada, el cual se juega desde el Smartphone y cuyo objetivo principal se basa en conquistar y tener el mayor número de portales para favorecer la causa de su bando.

La historia del juego gira en torno a la llegada de una inteligencia extraterrestre que quiere infiltrarse en la tierra. Desde este punto, nacen dos grupos, los Iluminados, que

¹⁰ “*Ingress*, el mobile game de Google, aterriza en iOS” Disponible en: <http://aplicantes.com/Ingress-juego-google-ios-iphone-ipad/> e *Ingress* en Google Play y App Store.

creen que esta inteligencia hará bien a la humanidad, y la Resistencia que cree lo contrario. Nada más empezar a juego, tienes que elegir un bando, el cual no podrás cambiar, y desde ese momento todas las acciones que harás serán en pro de que tu bando se apodere de más terreno.

El objetivo es dominar los portales y la mayor superficie, pero para ello hace falta una estrategia previa, ya que se necesita un buen equipamiento, tanto para defender los portales propios como para atacar a los enemigos.

Entonces, ¿qué aporta de novedoso este juego? En primer lugar no podemos obviar que es un juego de realidad aumentada, un punto a su favor en el avance de hacer la experiencia del jugador tan real como la vida misma. En segundo lugar, la realidad se torna física ya que el juego funciona mediante GPS puesto que para avanzar en el juego, tienes que moverte por la ciudad y encontrar portales. En tercer lugar, la cooperación con amigos y aliados es muy necesaria para avanzar en el juego, y hablo de cooperación física, ya que para construir o destruir portales, has de tener a tu compañeros a un máximo de 40 metros, por lo que la presencia es completamente necesaria.

¿Cómo se gestiona su comunicación?

Para que los tres puntos mencionados anteriormente tengan sentido, la comunicación es base fundamental. En primer lugar porque el juego es social, ya que se compite contra otros usuarios reales, en segundo porque para obtener la mayor experiencia en el juego has de cooperar con tus compañeros y para ello hay que comunicarse.

Es por ello que dentro del juego, distintas herramientas favorecen la comunicación entre los usuarios, sobre todo para aquellos que se inician en el juego, ya que los *chats* suponen un punto de encuentro para mentores y jugadores. Aunque el primer paso que hay que dar y es recomendado es hacer un tutorial, el mejor método para conocer el juego es usar los *chats* internos que el juego propone y que se dividen en tres: Todo, Facción y Alertas.

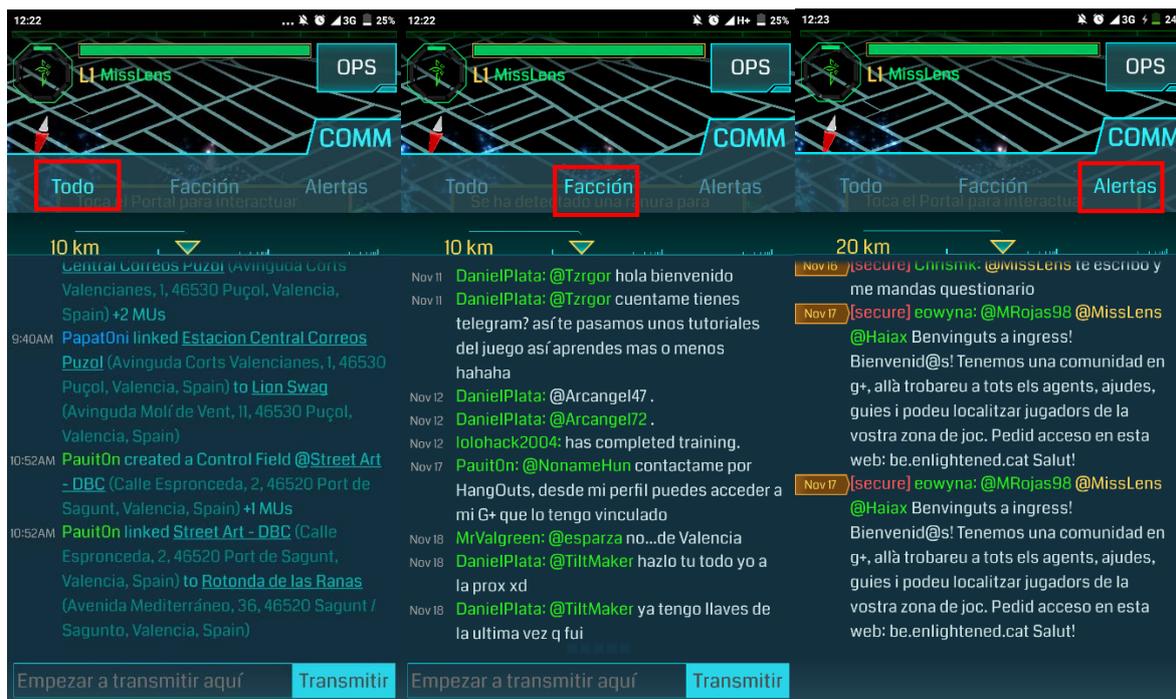


Imagen 3. Detalle de los chats del juego *Ingress*

Estos tres chat principales tiene una función socializadora a la vez que informativa. El chat de **Todo** ofrece un seguimiento sobre las acciones de jugadores cerca del perímetro de km que hayamos establecidos. Por su parte, el chat **Facción** te da la oportunidad de conversar con jugadores de tu mismo bando, punto de unión para conocer gente, ayudar en operaciones que se llevan a cabo. En las imágenes podemos comprobar como un jugador se ofrece a enseñar unos tutoriales para alguien quien acaba de llegar y también encontramos a otro que indica que se contacte con él vía Google Plus¹¹. Dato interesante, ya que enseguida vemos como se promueven las vías externas de comunicación, aunque este chat está destinado a que la comunicación sea interna para dirigir los movimientos, es algo que no se lleva a cabo, o al menos no del modo principal. ¿A qué se debe esto? El usuario Chrismk, jugador de *Ingress* desde sus inicios, da una respuesta contundente:

Existen saboteadores enemigos que se crean cuentas para acceder a tu facción y ello puede poner en peligro operaciones que llevan planeándose meses. Por ello usamos Groupme, Slack, Hang Out, Telegram e incluso Whatsapp. Ese software es necesario ya que se trata de minimizar todo lo

¹¹ *Ingress* es un juego desarrollado por Google por lo que todo el perfil del jugador está conectado a los perfiles que este tenga en Google (correo personal, cuenta de YouTube, perfil de Google +)

posible la fuga de información al bando contrario, y los *chats* del juego no son seguros. (Chrismk)

Como si de una guerra real se tratase, afirman que existen topos que pueden llegar a destruir operaciones, es por ello que cuando un jugador novato entra en el juego se pide quedar con él en persona para asegurarse que entra en la facción y del mismo modo asesorarle. De hecho en las imágenes se puede comprobar como uno de los usuarios, invita a los nuevos jugadores a que visiten una comunidad creada por los propios usuarios de la zona de Barcelona así como uno de los canales oficiales del juego en Google Plus.

Por su lado, el apartado **Alertas**, como su propio nombre indica, tiene que ver con los mensajes que se envían directamente a tu persona, incluyendo aquí también, las notificaciones de derribo y creación de portales. Este *chat* es útil a la hora de conocer los ataques que se han realizado a los portales propios, así como para mensajes directos de otros usuarios.

Aunque los *chats* tienen una función social de coordinación, su principal uso es el de presentación e invitación a comunidades para los nuevos usuarios. Si hubiera que ordenarlos de mayor a menor importancia, el de facción se podría posicionar como el más importante ya que es donde reside la comunicación del equipo aunque el riesgo de que haya gente infiltrada supone un problema.

Para los jugadores experimentados, el más valioso es el de TODO ya que pueden supervisar la entrada de nuevos jugadores y guiarlos, dado que es mucho más valioso un jugador unido al equipo que los determinados "*llaneros solitarios*" que actúan de manera individual y aunque no suponen un problema a priori, pueden desequilibrar las operaciones de los equipos.

Aunque no debemos de quedarnos en los *chat* entre equipos, ya que la comunicación entre partes enfrentadas también se da con un tono socializador. Según cuenta Chrismk: "*de manera externa se han creado los llamados grupos mixtos entre distintas facciones, donde los jugadores hablan de cosas del propio juego o temas ajenos, no existen rivalidad en esos chats*". Todo ello de manera externa, siempre pensando en proteger las operaciones, que pueden llevar meses e incluso pueden ser llevadas a cabo de manera simultánea en diferentes puntos del país.

La dinámica del juego exige, según el tipo de portal que se quiera capturar o la zona que se quiera abarcar, que los jugadores estén físicamente en el lugar a como máximo a 40 metros del punto de ataque. La comunicación es completamente necesaria, tanto para realizar la quedada como para organizarse. Y es que hay que recordar que *Ingress* es un juego que se basa en localización, a diferente de otros el juego necesita movilidad física real, y aunque existe una pantalla entre la realidad y lo virtual, la del móvil, las acciones son “reales”. Los jugadores acuden al sitio, se desplazan en grupo, se comunican con sistemas como “*Zello que hace las funciones de walkie-talkie, muy útil cuando hay varios grupos en movimiento y tienen que coordinarse desde diferentes lugares*”. (Chrismk)

En *Ingress* no hay un personaje que el jugador maneje como suele pasar en la mayoría, en este juego el personaje es el propio jugador de manera real.

¿Qué hay de las plataformas oficiales? Ya que *Ingress* pertenece a Google, los perfiles de usuarios están sincronizados con las plataformas del buscador. Es por ello que Google Plus es el punto de encuentro más fiable entre jugadores, que además fomentan su uso, siendo un lugar en el que encontrar ayuda, tutoriales, recomendaciones etc.

Como vemos en el canal oficial de *Ingress* (versión en inglés), la página está más dirigida a aportar información oficial y dar noticias. La interacción de lo anteriormente comentado se refleja de manera más acertada en los canales no oficiales de *Ingress* tanto de manera estatal como local. Como se puede observar en la Imagen 4 y 5, en el canal español del juego, los usuarios comparten sus logros y del mismo modo, pueden buscar ayuda, recomendaciones etc.



Imagen 4 y 5. Comentarios en el canal de Google +, *Ingress* España

También existen páginas de Google + dedicadas a cada una de las partes enfrentadas, tanto a nivel estatal como a nivel local. Algunas de ellas incluso, se han de pedir acceso mediante un formulado en una página expresamente creada para ello. Este es el caso de *Be Enlightenned Cataluña*¹² el cual explica la facción que existe en la zona de Barcelona. Esta página se hace llegar mediante los *chats* internos del juego (ver imagen 3), para luego, al acceder y aportar tus datos en el formulario y así dar acceso a un canal privado de Google +.

Imagen 6. Formulario para acceder a *Ingress* Enlightenned Barcelona.

¹² "Be Enlightenned Cataluña" Disponible en: <http://be.enlightened.cat/index.es.html>

Iniciarse en el juego en sencillo, pero formar parte de un equipo requiere de fidelización y de aprobación. Tanto el usuario Chrismk como Rauzze, propietario del grupo de Google Plus *Ingress* España, coinciden en que es necesario conocer al jugador en persona para dar la aprobación y que entre a formar parte de la facción. Vemos como desde el principio las acciones respecto al juego se dejan por un momento de lado para conocer quien está al otro lado de la pantalla y orientarle. Se podría decir que la ruptura de la cuarta pared es palpable ya que las personas, fuera del ámbito del juego, necesitan conocerse para establecer las bases de su facción.

Ingress presenta un modelo de juego en lo que lo físico y lo real van unidos de la mano, ya que el juego es real, se realizan quedadas para planificar acciones que pueden ser incluso fuera de la propia zona de residencia de los usuarios. Para ello, de manera oficial, se crean las llamadas “Anomalías” en diferentes partes del mundo y que según los usuarios es un “*todos contra todos*” durante uno o varios días en una zona concreta. Para estas acciones, los sistemas de comunicación usados son externos, Slack, Ho, y sobretodo Telegram “*debido a que ofrece la creación de grupos de hasta 100 personas*” (Chrismk), aunque para dar conocimiento del evento, se suelen usar los canales de Google Plus, comenta el usuario Rauzze.

Para organizar las acciones, las aplicaciones de mensajería instantánea pueden quedar cortos al principio. Es por ello, que son los propios jugadores los que desarrollan aplicaciones para sus facciones con el objetivo de mejorar su rendimiento y facilitar la cooperación y coordinación de los equipos. Una vez más, los usuarios expanden el juego a lo real, desarrollando de manera independiente herramientas que faciliten su juego, siempre pensando en que las acciones se han de hacer en *Ingress*. Dos de esas herramientas son *Iago* y *Reswue*, creadas por la Resistencia, aquellos que no quieren dejar entrar a la inteligencia alienígena. Estos sistemas de comunicación incluyen mapas para organizar las acciones así como *chats* para unificar la comunicación en pro de la fluidez de la operación. Solo se puede acceder a ellos previa aceptación de los moderadores, para así evitar la infiltración de algún miembro de la facción contraria.

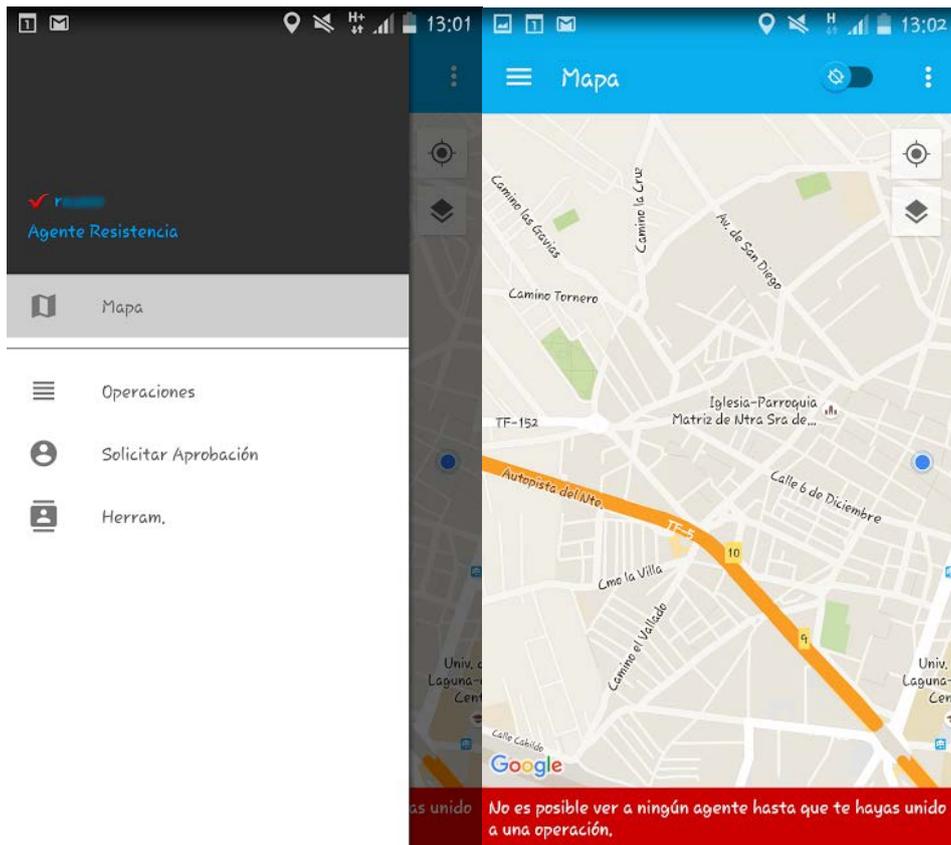


Imagen 7 y 8. Detalle de la herramienta *Iago* (Cedido por: Rauzze)

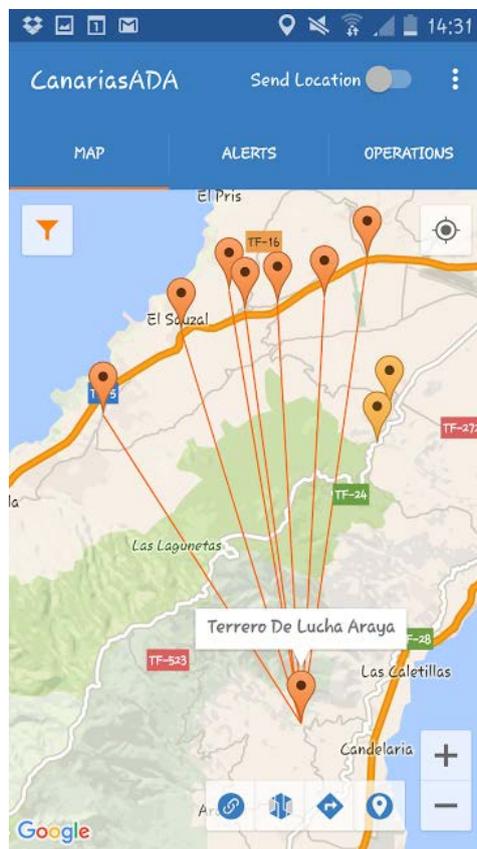


Imagen 9. Mapa de operación en la herramienta *Reswue* (Cedido por: Rauzze)

Las herramientas no oficiales externas al juego, se superponen como un complemento por parte de los jugadores que en busca de una mayor coordinación y mejor comunicación, pretenden intensificar la experiencia que les otorga el juego.

El alto componente comunicativo que tiene *Ingress* es fundamental, y es que *“el trabajo en equipo necesita a la comunicación ya que uno solo no es capaz de proteger completamente un portal o subirlo a un nivel más alto”* (Rauzze) además *“la comunicación instantánea es imprescindible, porque en ocasiones la coordinación se lleva a cabo en un momento concreto para que el portal aguante el mayor tiempo posible”* (Chrismk).

De este modo el juego es completamente social, un juego de rol pero que no puede darse sin la comunicación, ya que conforme su va aumentado de nivel se necesitan de compañeros para crear nuevos portales o inhibidores de mayor nivel y resistencia, para hacer alianzas a linkear portales para conseguir un mayor territorio. La cooperación es la base del juego, y aunque todo tiene un comienzo y los jugadores más expertos ejercen de tutores, es recomendable seguir unos pasos para conocer el juego.

El juego ofrece un entrenamiento para aquellos nuevos jugadores, que les enseña a dar los primeros pasos en este mundo de realidad aumentada. Una guía recomendable para aprender las herramientas del juego, y que sirve de aliciente, a la información que puede ofrecer un mentor (jugadores de máximo nivel que guían a los nuevos jugadores).

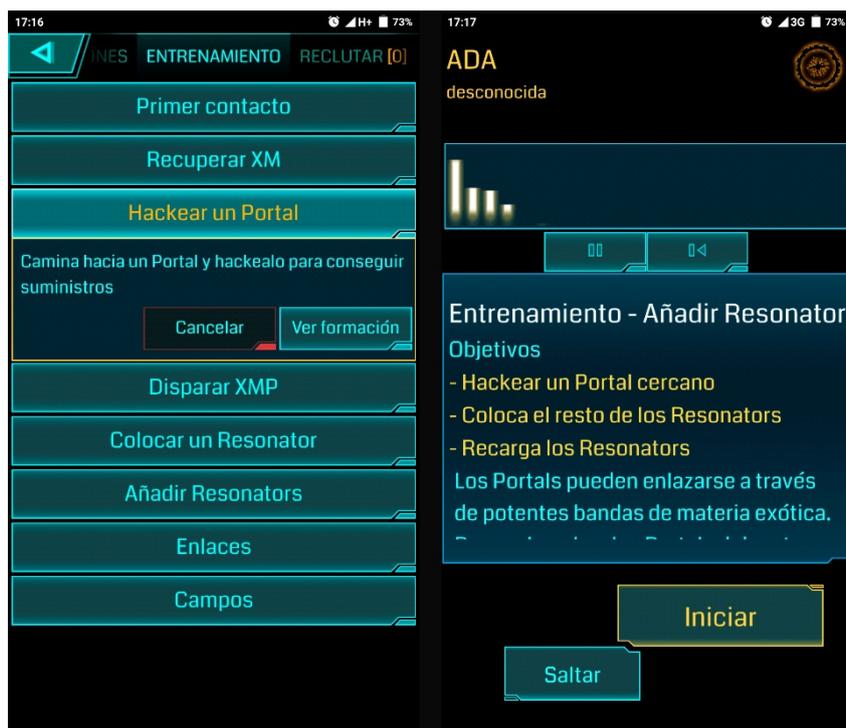


Imagen 10. Detalle entrenamiento básico y pasos a seguir

Además el juego, cuenta con un sistema de alertas sonoras y visuales. Las sonoras avisan tanto de las facciones enemigas cercanas, como de derribo de portales cuando esto supone una amenaza, aunque tienen pegas:

La mayoría de los jugadores desactivan las alarmas sonoras por dos cosas: el gasto de batería y lo segundo si hay de otra facción cerca y lo escucha da pista de lo que estás haciendo. Por ello, preferimos las notificaciones que cuando tienes cerrado el juego te suena si te nombran o te atacan un portal tuyo. (Rauzze)

En todo momento el jugador está en contacto con el juego ya que es necesario que así sea. Es un juego constante donde la comunicación también lo es.

¿Por qué la comunicación de *Ingress* es interesante?

Ingress supone uno de los juegos más rompedores del panorama actual. El hecho de que sea realidad aumentada hace que el juego traspase el mundo virtual para hacerlo físico, porque este juego se desarrolla en la calle, en lugares físicos y reales. La comunicación es fundamental, como afirman diversos jugadores entrevistados, sin ella el juego no tendría sentido pues la cooperación es la base para llevar a cabo las misiones.

El hecho es que el juego ofrece herramientas de comunicación muy básicas que a los jugadores les parecen insuficientes, por lo que es el propio jugador quien derriba la cuarta pared, no al revés, creando nuevas herramientas o usando algunas ya creadas que le faciliten la comunicación, coordinación y cooperación para poder realizar operaciones en distintas partes del país al mismo tiempo.

Ingress es un juego completamente social, la información que aporta en los propios *chats* ya te indica las acciones de otros usuarios, hecho que favorece que entre unos y otros se ayuden, ya que al encontrarse por la misma zona, son los usuarios que se ponen en contacto para cooperar. El juego, por su parte, ofrece un soporte más de contacto y de ayuda que de cooperación, ya que los canales oficiales como Google + suponen un punto de encuentro de noticias en los que estar informado de novedades, pero ello no es un lugar donde la gente acuda a pedir ayuda normalmente.

Parte de los usuarios crean los canales de comunicación para mejorar la experiencia del jugador, un punto a favor de estos que van más allá del juego y con sus propios métodos lo enriquecen, haciendo del juego un lugar puramente comunicativo, en el que crear o conquistar portales enemigos para la causa necesita de la fidelización de los jugadores hacia su equipo. De ahí, que le den tanta importancia a conocer a las personas físicamente en un primer momento para así tutelarles en sus inicios y unirles a su causa.

Si es cierto, que respecto a otros, el juego fomenta esta ruptura, puesto que obliga a los usuarios a encontrarse como máximo a 40 metros de distancia, algo que hace que muchos de ellos decidan cooperar aunque sea la primera y última vez que se vean. Aunque muchos de ellos ya han creado grupos sólidos de actuación, las herramientas de comunicación suponen un punto de partida para luego extenderse a las necesidades, digamos el juego favorece a que sea el usuario que busque sus propios medios para hacer la experiencia del juego más real.

4.2.2. Análisis *League of Legends*

Datos básicos

Nombre: *League of Legends* (LOL)

Año: 2009

Tipo de juego: *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA)

Nº de jugadores: 27 millones diarios¹³

¿Qué es *League of Legends*?

League of Legends es un juego considerado *MOBA*, en el que dos equipos, el azul y el morado, compiten para conquistar el campo enemigo, llegando a su inhibidor principal para destruirlo y así ganar la partida.

La dinámica del juego se basa en partidas únicas, en las que el jugador puede jugar de manera individual con otros jugadores de otros territorios, o jugar con amigos contra otros jugadores aleatorios o contra *bots*¹⁴. Cada partida es única, ya que una vez termina, todos los logros conseguidos con ese personaje se borran y solo se añaden aquellos logros, en forma de puntos de experiencia, para el usuario.

El juego cuenta con tres modos de juego, dos modos de 5vs5 y otro modo de 3vs3. Las partidas suelen rondar entre los 15-60 minutos, dependiendo del tipo de partida que se realice, y como se decía anteriormente, los jugadores tienen la posibilidad de jugar solo, con amigos y contra *bots* o contra otras personas.

El auge que ha tenido el juego en los últimos dos años, supone un caso digno de análisis para comprobar en qué medida la comunicación puede ser parte de ese éxito. Y es que, *League of Legends*, cuenta con varios puntos a su favor: el primero es que es *free to play*, quiere decir gratis. No hace falta comprar el software, ni piratearlo, solo descargarlo de su web.

¹³ “*League of Legends* tiene 27 millones de jugadores diarios” Disponible en: <http://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-league-of-legends-tiene-27-millones-jugadores-diaros-20140128103447.html>

¹⁴ Abreviación de robot. Aquellos personajes que son controlador por el juego y no por otros usuarios

Los elementos de pago, en este caso micropagos, están destinados a comprar campeones¹⁵, skins¹⁶ para los campeones, mejorar las habilidades de estos, etc. Por otro lado, en *League of Legends*, eres un único usuario, pero puede ser muchos personajes ya que la dinámica de juego hace que en cada partida se pueda escoger el personaje que apetezca, tanto de la oferta gratuita que ofrecen, como de los que el usuario haya comprado.

Aunque estos aspectos no guardan relación directa con la comunicación, no se puede obviar que ello es factor importante del éxito. *League of Legends* se hizo famoso por los *gameplays* que los jugadores subían a canales como YouTube, siendo en 2015 uno de los videojuegos más famosos que incluso llena estadios cuando celebra las finales de su liga. Estos canales externos, tienen su complementación directa por parte del juego, ya que *League of Legends* ofrece una herramienta llamada “Modo espectador” para que desde el propio cliente del juego, el usuario pueda ver partidas en directo de otros jugadores.

En cualquier caso, el éxito reside en la partida, y es en las herramientas de comunicación donde empieza todo.

Comunicación de *League of Legends*

¿Cómo hacer para que el jugador sienta que está jugando con su compañero al lado cuando puede que esté a 3000km? Es una de las preguntas que nos podemos hacer cuando pensamos en cómo romper la cuarta pared. Cuando los juegos multijugador no eran online, los usuarios jugaban en el mismo espacio físico, y a la hora de cooperar siempre podías mirar la pantalla del otro aunque ello podía suponer perder concentración de tu jugador.

La comunicación en *League of Legends* cuenta con herramientas comunes que se ven en cada videojuego online que se precie. Encontramos en el cliente¹⁷, una portada que contiene noticias sobre distintos aspectos del videojuego. Con un objetivo claramente informativo el juego ofrece noticias sobre las últimas novedades en cuanto a actualizaciones, noticias sobre equipos, descuentos y ofertas. Su uso reside en uno

¹⁵ Aquellos personajes con los que el usuario juega cada partida.

¹⁶ En *League of Legends*, una *skin* es una modificación del atuendo de un campeón, siendo por ejemplo, una vestimenta basada en el traje de Sailor Moon. Todos los hechizos que el campeón hace, son iguales, solo cambia la forma en que se ve.

¹⁷ La lanzadera del videojuego, parecido a un panel de control.

de los primeros *chats* que se encuentran, donde aparece la lista de contactos con los que el jugador cuenta. Estaríamos hablando de un *chat* para la socialización, dado que las conversaciones giran en torno a iniciar la partida.

Las opciones que aporta vienen desde hablar de manera individual con un compañero, hasta hacer *chats* grupales seleccionando distintos usuarios. Tanto si se juega de manera individual con otro compañero o con más de uno, el *chat* es útil a la hora de toma de contacto cuando se buscan otros usuarios con los que jugar la partida.

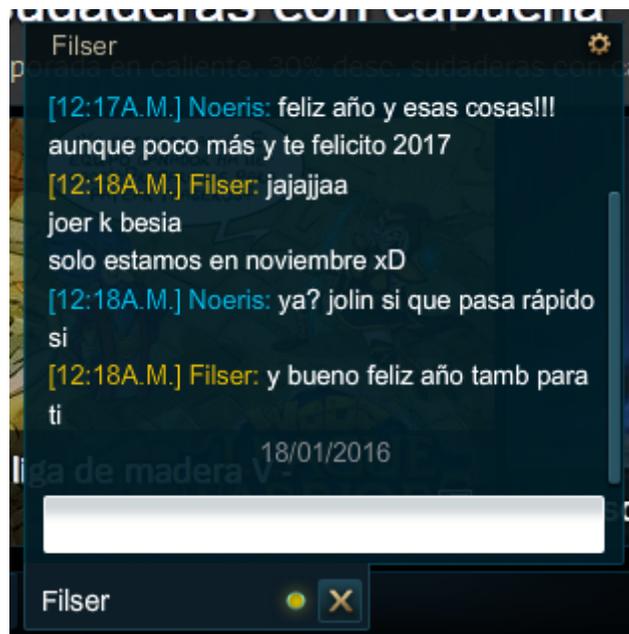


Imagen 11. *Chat* individual de *LoL*



Imagen 12. Sala de *chat* privado grupal

Los jugadores *Sorisor22* y *Filser*¹⁸, afirman que la experiencia del juego es más intensa cuando se juega con una persona conocida, dado que el nivel de compenetración es mucho mayor (aunque se juegue con compañeros desconocidos) y la comunicación es más fluida a la hora de coordinarse. Aunque no jugar con un equipo completo de amigos también supone problemas a la hora de coordinarse, ya que *League of Legends* no cuenta con *chat* de voz, por lo que, cuando el grupo de jugadores es mixto, se ha de recurrir al *chat* de batalla, el cual ralentiza al jugador al tener que escribir.

Siguiendo con las herramientas comunicativas que el *chat* ofrece, se ha de tener en cuenta la organización, ya que cada jugador ha de elegir una línea donde luchará. Es por ello que cuando se inicia una partida, ya sea contra bots¹⁹ o contra otros usuarios, decir en qué posición se va a jugar es fundamental, para ello se usa otro *chat*, en el mismo apartado dónde se eligen los campeones. En pocas ocasiones se conversa, ya que, cuando se juega con usuarios desconocidos, la inmediatez para escribir la posición en la que se va a jugar es primordial, sobre todo para adelantarse a otro compañero que quería la misma posición, puesto que elige quien primero lo dijo. Las palabras que se suelen usar son

- Top – Atacante en línea superior
- Mid – Atacante en línea media
- Adc – Atacante en línea inferior
- Support – Ayudante en línea inferior
- Jungle – Atacante en jungla
- Bot premade – Dos jugadores amigos que juegan en la línea inferior

¹⁸ Sorisori y Filser son dos jugadores amateur que juegan a *League of Legends* desde hace tres años. Juegan diariamente tanto partidas normales como partidas clasificatorias para obtener medallas.

¹⁹ Bots – Personajes controlados automáticamente por el juego

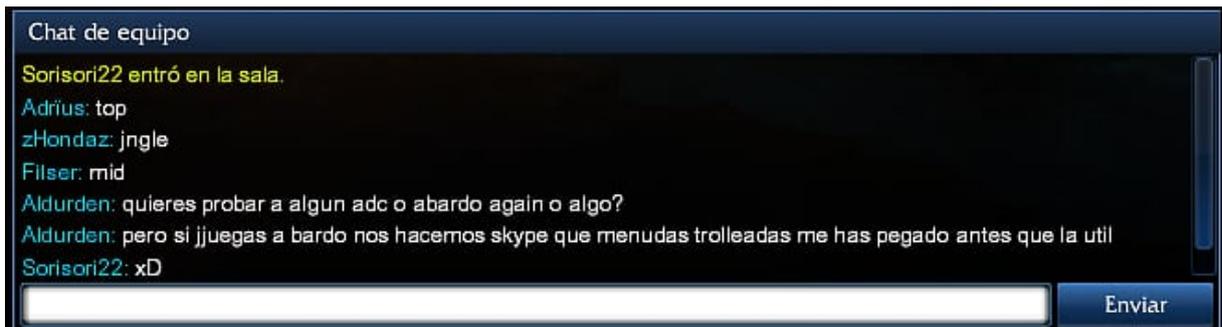


Imagen 13. *Chat* pre-batalla dónde se eligen posiciones (Cedido por: Sorisori22)

No suele haber más conversación que esa, exceptuando cuando se dan discusiones por la línea que se ha elegido o para hacer una petición de un cambio de esta, la mayoría de las veces, justificando que se es mejor jugando en la otra línea y así favorecerá al equipo.

Una vez pasada la fase de organización y la partida comienza, la comunicación se hace más importante aún. Tanto si se juega con un equipo de amigos (exceptuando si usan *chat* por voz) como con un equipo de desconocidos, usar las herramientas comunicativas que ofrece el programa son elemento esencial a la hora de coordinarse.

El *chat* de batalla ofrece distintas posibilidades, desde comunicarse individualmente con un jugador mediante el comando /r, comunicarse con el equipo o hacerlo con el equipo contrario de manera general. Por defecto toda comunicación se da con el equipo, y es que en este *chat* se reflejan los avisos de ayuda, las compras y los mensajes referentes a asesinatos por parte del equipo o del contrario. De este modo al observar el *chat*, se puede ver qué es lo último que ha comprado otro jugador, aunque el verdadero uso que se le da es para pedir/ofrecer ayuda así como comunicar posiciones y coordinar movimientos.



Imagen 14. Detalle de *chat* de batalla: mensaje directo, global y de equipo (Cedido por: Sorisori22)



Imagen 15. Detalle de *chat* de batalla: notificaciones del mapa (Cedido por: Sorisori22)

Hablar por el *chat* supone un problema de coordinación para el usuario, que usa las teclas como mando de juego. De este modo, cuando se ha de comunicar vía *chat* ha de dejar por un momento los controles para escribir un mensaje lo que puede hacer peligrar su partida. Como medida para no perder tiempo escribiendo, los usuarios usan palabras breves con significados concisos, un lenguaje adaptado tanto para pedir ayuda como para notificar a compañeros de ausencias o temas relacionados con acciones dentro del juego. Este lenguaje no está escrito, quiere decir que no hay una guía donde se muestren estos denominados acrónimos. Son los usuarios los que van aprendiendo el lenguaje a través de su experiencia en el juego.

Acrónimo	Significado en inglés	Significado en español
AFW	Away from keyboard	Dejar el teclado
KS	Kill Steal	Muerte robada
GG	God Game	Buena partida
OMW	On My Way	De camino
PUSH	Push the line	Presiona la línea

OOM	Ourt Of Mana	Sin maná
-----	--------------	----------

Tabla 4. Muestra de acrónimos usados en *League of Legends*

Los acrónimos simplifican la comunicación para acciones específicas aunque ello no quiere decir que no se hablen otros temas. Dado que el *chat* puede ser de equipo o general, en muchas ocasiones el segundo se usa para hablar con el equipo contrario, con una finalidad más bien competitiva en los que los insultos no faltan. Para ello *League of Legends* tiene una opción en el menú principal con el objetivo de filtrar palabras malsonantes. De este modo, cuando se profiere un insulto, en el *chat* aparece una serie de asteriscos en función de la longitud de la palabra, aunque para esto los jugadores ya usan acrónimos que no pasan el filtro de lenguaje.

La comunicación vía *chat* es necesaria aunque para que sea más fluida, *League of Legends* cuenta con otro sistema de comunicación que también tiene un reflejo en el *chat*, son los denominados “pings”, alertas visuales y sonoras que indican a los usuarios distintas acciones que se dan dentro del juego.

Por un lado, las alertas visuales tienen su reflejo en el minimapa del que los usuarios disponen con el objetivo de monitorizar los movimientos de sus compañeros. Los “pings” visuales facilitan la localización del compañero y su petición para saber exactamente qué es lo que notifica: necesita ayuda, que va de camino, avisar de un enemigo que ha desaparecido de la línea, avisar de peligro o pedir retirada. Estas alertas se pueden hacer en cualquier lugar del mapa ya que el jugador que las hace puede estar pidiendo ayuda para sí mismo o para otro compañero, y así con las demás notificaciones. La herramienta favorece la colaboración del equipo ya que los jugadores no solo están pendientes de sus jugadas sino de las de sus compañeros, puesto que desde ese mini mapa pueden hacer click y posicionar el visor de la cámara en la zona de su compañero.



Imagen 16. Detalle de alerta visual en minimapa



Imagen 17 y 18. Detalle de alertas visuales en la arena

Las alertas visuales van acompañadas de las sonoras (**Ver vídeo**²⁰) ya que para cada tipo de alerta visual existe un sonido asociado a ella, de este modo los jugadores reconocen el sonido y miran el mapa para ver en qué punto se da la notificación y reaccionar ante ello. Este tipo de comunicación es completamente necesaria y de hecho, sin ella el juego se vería seriamente afectado. El jugador semiprofesional *Sanchez* que compite para el equipo *Celerius Club*, recalca la importancia de las alertas visuales y sonoras:

En mi caso lo que nos ayuda a poder tener una buena comunicación in-game son el poder de los "pings" ya que nos puede ayudar y tienen un poder muy importante dentro de la partida, porque básicamente lo que hace un "ping" es

²⁰ Vídeo alertas sonoras y visuales + función del chat (Cedido por: Sorisori 22):

<https://drive.google.com/folderview?id=0ByT8xGd-rXGJQ20yUHltd0l1REk&usp=sharing>

En este vídeo se oyen las alertas y su reflejo en el mapa así como la interacción del usuario con el chat.

que a partir de un sonidito puedas distinguir qué hacer en cada momento, si irte, si seguir, si necesitas ayuda o debes de tener cuidado, eso puedes diferenciarlo, básicamente con un sonido distinto de cada "ping". (Sanchez)

Además, planteando de qué forma se vería afectada la comunicación si esos “pings” no pudiesen ser usados, su respuesta es clara: *“Claro que se vería afectada la comunicación, de tal forma que cada uno jugaría la partida a su rollo”*. La comunicación pues, es fundamental en el juego, de hecho, en otra de las preguntas realizadas al jugador Sanchez, del 1 al 10, sitúa en 9 la importancia de la comunicación en el juego, por lo que se extrae que *League of Legends* es un juego que se apoya en gran medida en la comunicación para que la batalla pueda ser más coordinada y por lo tanto, se busque la victoria.

Pero dentro de la batalla, existe otro tipo de comunicación indirecta, que a priori no la consideraríamos como tal, pero sí que influye en a la hora de comunicarse entre jugadores, dando un aporte extra de información. Se trata de la información adicional, referente al nivel de vida y de maná²¹, así como todo el material que compañeros o rivales se han comprado. Estos elementos se reflejan en los laterales de la pantalla, así como pulsando el botón tabulador donde aparecerá una ventana emergente con todos los utensilios comprados tanto por el equipo como por el rival.



Imagen 19. Información de los objetos de los usuarios

La monitorización puede ser tomada por el jugador como positiva ya que, por ejemplo, en caso de que vea en la pantalla lateral el poco nivel de vida que le quede a su

²¹ Lo que permite profesar hechizos al contrario

contrincante, el jugador puede desplazarse hasta alcanzarlo o avisar a otro jugador si está más cerca. Del mismo modo, un jugador que conoce los objetos del juego y el daño o resistencia que estos producen, al ver los objetos que el contrincante se ha comprado, puede comprar otros iguales o superiores para defenderse, por ejemplo, y así hacer frente a su rival y estar más equilibrado.

Aunque esta información aparentemente es muy beneficiosa, distintos jugadores coinciden en que preferirían tener al compañero al lado y que estos, les dijese sus niveles de vida, por ejemplo, antes que tener que mirarlo en la pantalla puesto que puede “*presentar dificultad y favorecer la desconcentración*” (Sanchez). Aun con este hecho, la necesidad de comunicarse es totalmente necesaria, y como se comentaba al principio, muchos jugadores optan por usar sistemas de *chat* por voz en los que destacan Team Speak o Curse, este último integrándose, no en el juego, sino con la información que el jugador aporta sobre distintos personajes y otros usuarios.

Lo cierto es que, los *chats* por voz facilitan la comunicación pero no por ello los usuarios dejan de usar los *chats* internos de juego ya que les ofrece la posibilidad de entablar contacto con usuarios desconocidos. Los “pings” son el complemento necesario para los *chats* por voz, ya que diferenciar por distintos sonidos hace que el jugador sepa claro el motivo de la notificación.

Una vez la batalla finaliza, se busca otro tipo de comunicación pensando en la retroalimentación entre jugadores. Es por ello, que existe otro *chat*, dedicado a la conversación con el equipo donde se suele alabar la labor del grupo o pedir que notifiquen de un mal comportamiento o ausencia tanto de jugadores del equipo como del contrario. De este modo se busca que sean, muchas veces, los jugadores los que establezcan las reglas del buen jugador dada su experiencia. Además, se pueden otorgar puntos a otros jugadores en referencia a su buen comportamiento, cooperación con el equipo o como un buen rival.

Fuera del juego, propiamente dicho, encontramos algunas carencias comunicativas que pueden ser importantes para los jugadores. *League of Legends* tiene el peso de su juego en el cliente, que es donde se encuentran todos los *chats*, donde se organizan las batallas, pero en este cliente no se encuentra un acceso directo a la web principal, ni a los foros ni a las principales redes sociales. Existe un botón donde

se responde a preguntas básicas sobre el juego pero que, por ejemplo, para nuevos jugadores, no aporta una información detallada en caso de duda.



Imagen 20. Asistente de ayuda

Aunque el juego ofrece tutoriales “jugables” para guiar al jugador en sus primeros pasos, *League of Legends* carece de guías para nuevos usuarios disponibles en su web, que si contiene un sistema de foros donde se dan cabida dudas y recomendaciones de otros usuarios.

Por poner un ejemplo, los usuarios de este tipo de juego, siempre quieren obtener la mayor información de sus oponentes para poder anticiparse a ellos o saber a lo que se están enfrentado. De este modo nacen páginas y aplicaciones, externas a *League of Legends*, como *LoL Nexus* que permite al jugador, mientras está entrando en la batalla, conocer los niveles del equipo contrincante, las líneas que has escogido para jugar, si los jugadores son amigos, etc. Herramientas que puede que no parezca que influyan a priori en el equipo, pero quien tiene esta información lo toma como un añadido a la hora de comunicarlo al resto del equipo.



Imagen 21. Página de inicio de *LoL Nexus*

De manera más individual, y en referencia a lo comentado anteriormente sobre los nuevos jugadores, *League of Legends* no tiene guías específicas de jugabilidad por cada campeón. Esto, que para muchos es fundamental ya sea porque son novatos o porque van a jugar con un campeón el cual no habían jugado hasta entonces, se ha de buscar en páginas de nuevo externas, para obtener así esta información.

Aunque la página oficial de *League of Legends*, ofrece vídeos de como son los ataques de los jugadores, otras páginas como *LOL King*, aporta las guías de jugabilidad, que se organizan según el personaje, y una vez elegido este, según la posición en la que se quiera jugar. Lo que se puede encontrar en estas guías son recomendaciones a la hora saber que poderes evolucionar primeros o qué objetos son más recomendables en el desarrollo de la partida, entre otros muchos elementos.



Imagen 22 y 23 . Guía de un personaje en LoLKing

La comunicación adicional siempre es útil para enriquecer la experiencia del usuario. Es este mismo, quien viendo sus necesidades, desarrolla páginas y aplicaciones específicas para paliar esa carencia comunicativa que no encuentra en el juego. *League of Legends* por su parte, se centra en que el juego, y más en concreto las batallas, lo puedan disfrutar usuarios que juegan y que no. Hablamos del modo espectador, una opción que permite a un usuario que no está jugando, ver en tiempo real (con un desfase de dos minutos para evitar que el usuario externo filtre información a quien juega), la partida que otros usuarios están desarrollando en ese momento.

La pantalla que vemos, es la misma que la del propio jugador, exceptuando el menú individual que el jugador que juega tiene. De este modo, como espectador las opciones son más abiertas, ya que se puede ver todo el mapa sin partes oscuras, ver las posiciones de los dos equipos, niveles de vida, utensilios comprados, etc. La misma información e incluso adicional que un jugador tiene y que hace que el espectador se sienta parte de la partida. Pero, ¿Qué uso tiene el modo espectador además del poder ver la partida? La posibilidad es la que cada persona se la quiera dar, pero hay casos en las que ver el modo espectador junto con el *chat* puede ser de utilidad. En este caso, me remito a mi propia experiencia como jugadora. En mi caso, prefiero el modo espectador que jugar directamente, y a falta de simplemente verlo,

si es un amigo el que juega la partida que estás viendo, puedes ayudarlo de determinado modo. Por supuesto esto es algo muy subjetivo, pero sirve de añadido.



Imagen 24. Vista del juego desde modo espectador

Por ejemplo, si estoy viendo la partida, a pesar de que hay un desfase de dos minutos, puedo fijarme en el equipo contrario al de mis amigos, y analizar por dónde se mueve más, como suele atacar, etc. Ello lo puedo extrapolar a mis propios amigos, informándoles de errores que cometen y que podían haber evitado, así como otras muchas cosas que suceden en la partida.

Lo que se pretende explicar es que el modo espectador puede ir más allá de ver simplemente la partida, siempre y cuando el usuario quiera hacerlo, ya que dispone de un *chat* para comunicarse con los jugadores que están dentro de la partida, y puede ver la misma información que el usuario en el *chat*, exceptuando las conversaciones internas entre jugadores, para evitar filtrar información.

League of Legends sabe de la importancia de tener un modo espectador porque una de las razones de su éxito es el enorme seguimiento que genera sus partidas en *streaming* siendo en la actualidad uno de los juegos más famosos que cuentan con competiciones a nivel mundial. La fama que ha adquirido, ha sido por vías de comunicación como YouTube, donde muchos jugadores subían sus *gameplays*, extendiendo el juego fuera del cliente y dando acceso a usuarios a vivirlo en primera persona.

¿Por qué la comunicación de *League of Legends* es interesante?

League of Legends es el MOBA por excelencia y el juego que ha llevado los denominados eSports a su cumbre más alta. El por qué se debe a muchos factores, el principal al gran seguimiento que ha tenido por parte de los espectadores, lo que ha supuesto que el juego sea la cara visible de competiciones de juegos online que se llevaban desarrollando años atrás. Juegos como por ejemplo *Counter Strike*, lleva años siendo objeto de competición pero sin duda estas no han tenido la representatividad que tienen en este momento si no fuese por *League of Legends*.

Ellos han sabido aprovechar lo que les ha hecho famosos, haciendo de su modo espectador una experiencia similar a la de estar jugando en vivo y en directo. El jugador, por naturaleza, siempre tiende a posicionarse con un equipo y realiza un seguimiento de este.

Pero esta fama de la que goza *League of Legends* no se hubiese dado de no ser por el juego en sí. Si el juego fuese aburrido, no tendría el seguimiento que tiene hoy en día, y por lo tanto no habría éxito. Es por ello que las herramientas comunicativas que tiene *League of Legends* dan sentido al juego, porque al ser un juego multijugador se necesita de coordinación y cooperación para llevar a cabo el objetivo común.

La comunicación de *League of Legends* resalta quizás, porque es un juego que complementa de manera muy acertada diversos sistemas comunicativos que se mezclan entre ellos dando la misma información pero sin llegar saturar. Y es que, un jugador dentro de la batalla a puede ver reflejado en todo momento las alertas visuales, vía texto en el *chat*, donde además puede saber exactamente quién es el usuario que está notificando. Puede estar notificado mediante sonido y puede hacerlo mediante alertas visuales.

Lo que se pretende decir, es que, aunque sabemos que el *chat* es útil pero no es muy usado, el jugador tiene a su disposición distintas opciones para comunicarse ya que todas aportan el mismo valor informativo haciendo que la partida no corra peligro. En todo momento para a saber si un amigo necesita ayuda, bien porque lo verá en el mapa, porque lo escuchará o porque lo verá reflejado en el *chat*.

Es importante que los jugadores tengan la máxima información para poder llevar a cabo el juego, ya que al ser puramente cooperativo, sin un medio para la organización

sería difícil llevar a cabo. *League of Legends* hace de la comunicación la vía para que su juego tenga sentido, de una manera sencilla puesto que son solo dos elementos los que hacen falta para que el equipo esté comunicado: los *chats* y las alertas.

Yendo más allá, hablar de la cuarta pared en este juego sería arriesgarse dado que todo se desarrolla dentro de un mundo imaginario y no se dan motivos para pensar que el juego pueda traspasar esa pantalla. Si es cierto, que la comunicación hace que el jugador se sienta más integrado, aunque ello se ve afectado por la falta de un *chat* por voz que es lo que aumenta la experiencia del jugador al máximo.

En todo caso, se podría hablar de una rotura de la cuarta pared al poner el ejemplo del seguimiento externo que tiene *League of Legends*. Se ha creado un movimiento fan, que llena estadios cuando se trata de competiciones de alto nivel que podrían compararse incluso con las grandes citas que se da el fútbol. Un hecho que no saca el juego de dentro de la pantalla, pero que si hace que los espectadores le den un reconocimiento real más allá de la batalla.

4.2.3. Análisis *World of Warcraft*

Datos básicos

Nombre: *World of Warcraft (WoW)*

Año: 2004

Tipo de juego: *MMORPG (Massively multiplayer online role-playing game)*

Nº de suscriptores: 7,1 millones²²

¿Qué es *World of Warcraft*?

World of Warcraft (WoW) es un juego de rol masivo en línea, basado en un mundo persistente de fantasía donde cada jugador representa un personaje único, y donde desarrolla una función como tal dentro del juego. Como en muchos juegos, el usuario

²²“First Quarter 2015 Results” & “*World of Warcraft* pierde 29 millones de usuarios” Disponible en: http://files.shareholder.com/downloads/ACTI/143250004x0x827038/09A38BD7-26F9-4B5F-AADA-003B705B8B09/Q1_2015_ATVI_Slides.pdf y <http://www.derogueadeathknight.eu/2015/05/world-of-warcraft-pierde-29-millones-de-usuarios-por-que/>

tiene que elegir un bando al que unirse Alianza u Horda, para luego más tarde, confrontarse entre ellos, si así de elige.

El usuario, del mismo modo que elige ser de la Alianza o de la Orda, ha de elegir una raza asociada a esta y que son diferentes para cada bando. Por ejemplo, en la Alianza puede ser: Humano, Gnomo, Enano, Elfo de la noche, etc. Por parte de la Horda: Pandaren, Orco, Trol, Elfo de sangre, etc. Una vez hecha la selección, y por último, se tiene que elegir una clase: guerrero, paladín, cazador, pícaro, etc, donde cada personaje desarrollará una función en la batalla, y en un grupo: tanque, sanador, o DPS²³.

Aunque a priori estos elementos no tienen relación con la comunicación, el hecho de que el usuario puede personalizar al máximo su personaje, le da un valor añadido al juego si lo vemos desde el punto de vista de una posible ruptura de la cuarta pared. Porque si en algo destaca *WoW*, frente a otros juegos de rol, es la comunidad *in-game*²⁴ que ha conseguido dado, a lo anteriormente mencionado, el mundo persistente del que cuenta. Un mundo virtual que se podría comparar a una realidad paralela, pero esta vez dentro de un juego, puesto que el juego cuenta con comercios, por ejemplo, que le dan un toque más realista.

Quien juega a *WoW* sabe que las batallas son solo una de las posibilidades del juego, porque donde reside la importancia es en la gran comunidad que ha creado, y dónde la comunicación es uno de los pilares para que este desarrollo haya podido darse. Mencionar, además, que *WoW* es un juego que a pesar de estar experimentando una pérdida de jugadores, cuenta con un gran número de seguidores que pagan una cuota mensual por entrar al mundo virtual.

Comunicación en *World of Warcraft*

Aunar un mundo persistente y una mecánica de rol en un mismo juego puede resultar un problema a la hora de establecer comunicación. Ambas partes tienen gran peso ya que la tipología de jugadores de *WoW* va desde usuarios que solo están interesados en jugar mazmorras y batallas, a jugadores que además de ello, le dan una gran importancia a la comunidad que se crea dentro.

²³ Abreviatura de: Daño por segundo

²⁴ Dentro del juego

Tanto unos usuarios como otros, necesitan de socialización, en mayor o menor medida, pero la necesitan, tanto para jugar batallas como simplemente para establecer contacto y forma parte de un grupo. Ya que en este juego no todo el peso lo lleva el juego de rol, propiamente dicho, a los *chats* se le da una gran importancia que no hemos visto en otros juegos.

Si en algo destaca *WoW* respecto a otros videojuegos, es la carta de *chats* específicos que ofrece para cada necesidad del usuario. De este modo, existen unos *chats* más orientados a las partidas de rol, donde el objetivo que se persigue en la organización y la coordinación y otros *chats*, destinados a la socialización e intercambio de información dentro de la comunidad. Claro es, que en ambos casos, la socialización es importante, ya que en el caso de usuarios que realizan mazmorras²⁵ o bandas²⁶, han de estar en contacto continuo con usuarios reales.

En este punto, es necesario comentar brevemente los tipos de batalla que existen para más tarde, entender cómo se desarrolla la comunicación en estos. *WoW* tiene distintos servidores en los cuales se puede elegir un modo de juego:

MODO JUEGO	DESCRIPCIÓN²⁷
JvsE Jugador vs Entorno	El estándar. El juego de rol es opcional y todas las peleas jugador contra jugador han de ser consensuadas.
JvsJ Jugador vs Jugador	El juego de rol sigue siendo opcional, pero los jugadores de la facción contraria pueden atacarte.
JvsE – JR Jugador vs Entorno Juego de Rol ²⁸	En este tipo de reino, el juego de rol es prácticamente obligatorio, pero el combate jugador contra jugador tiene que ser acordado por las dos partes.

²⁵ “Retos especiales diseñados específicamente para grupos pequeños de cinco jugadores que trabajan en equipo” Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/game/guide/late-game>

²⁶ “Las mazmorras de banda son el dominio exclusivo de los personajes de alto nivel. Necesitarás grupos mayores, de 10 ó 25 jugadores para acabar con los monstruos que custodian estas guaridas.”: Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/game/guide/late-game>

²⁷ Descripciones extraídas de: <http://eu.battle.net/WoW/es/game/guide/getting-started>

²⁸ Tanto JvsE – JR y JvsJ – JR, es el mismo formato de juego pero donde la historia y la temática es tomada con mayor seriedad.

JvsJ – JR Jugador vs Jugador Juego de Rol	Al igual que en los reinos JcJ normales, el combate entre facciones es una amenaza constante y el juego de rol es la norma.
---	---

Tabla 5. Modos de juego en *WoW*

La diferencia entre ellos radica entre la importancia que se le da al rol, así como los enfrentamientos entre usuarios. El juego en sí, es el mismo para todos, ya que los usuarios pueden acceder a mazmorras o bandas.

Así pues, los *chats* se articulan con finalidades distintas, aunque con un objetivo en común: la socialización. De esto modo, establecemos dos grupos de *chats*, unos orientados a la comunidad, donde se gira en torno a la socialización e intercambio de material, y por otro lado, un grupo de *chat* orientado a las batallas, donde las hermandades de organizan y coordinan sus movimientos, aquí los *chats* se basan más en estrategias de guerra.

Aunque en la página oficial de *WoW*, los *chats* son explicados de manera genérica, en este momento seguiremos los dos grupos de *chats* mencionados anteriormente según el objetivo comunicativo de estos.

Mencionar, que aunque nos refiramos a *chats*, lo hacemos para diferenciar el objetivo comunicativo de cada uno. Los *chats* en realidad son tipos de conversaciones, ya que *chat* como tal, solo hay uno y está presente en todo momento en la pantalla del usuario. En ese *chat*, es donde las distintas conversaciones/*chats* irán apareciendo (*chat* general, *chat* de batalla, *chat* de comercio). Dependiendo de la zona en la que esté el usuario o lo que esté haciendo, aparecerán uno u otros pero estos pueden salir mezclados.

El problema que surge es sencillo ¿Cómo diferencia un jugador toda la tipología de conversaciones/*chats* que aparecen en su pantalla? Bien, *WoW* incorpora por cada conversación el nombre de esta, además de que se le asocia un color a cada una. Azul, verde morado, rojo... Son algunos de los colores que diferencia cada tipo de conversación y que hacen que el usuario sepa en dónde están hablando e incluso quien lo está haciendo, puesto que también aparece el nombre del usuario que envía el mensaje.

Hecha esta puntualización, volveremos a referirnos a las conversaciones como *chats*, además de incluir las tres formas de hablar en comunidad que incorpora el juego.

Así pues, el primer grupo de *chat* destinados a la socialización pura, intercambio de objetos o búsqueda de grupo, comprenderían: general, comercio, defensa local, buscar grupo, reclutamiento y *chats* personales. Dado que hay distintos *chats*, procederemos a explicarlos en la siguiente tabla:

CHAT	COMANDO	DESCRIPCIÓN
General	/1	<i>Chat</i> público para comunicarse con los usuarios que se encuentran en la misma zona/ciudad que el jugador.
Comercio	/2	<i>Chat</i> público para intercambiar objetos con otros usuarios. Solo se puede usar en las ciudades y está comunicado entre todas.
Defensa local	/3	<i>Chat</i> público disponible en la zona/ciudad para alertar a otros usuarios de un ataque por parte del enemigo.
Buscar grupo/ reclutamiento	/4	<i>Chat</i> público para buscar compañeros para hacer mazmorras o bandas.
<i>Chats</i> personalizados		Llamado canales personales, son aquellos <i>chats</i> que el usuario crea de manera individual junto con otros amigos. Pueden estar abiertos a otros usuarios o ser privados.

Tabla 6. *Chats* públicos en *World of Warcraft*

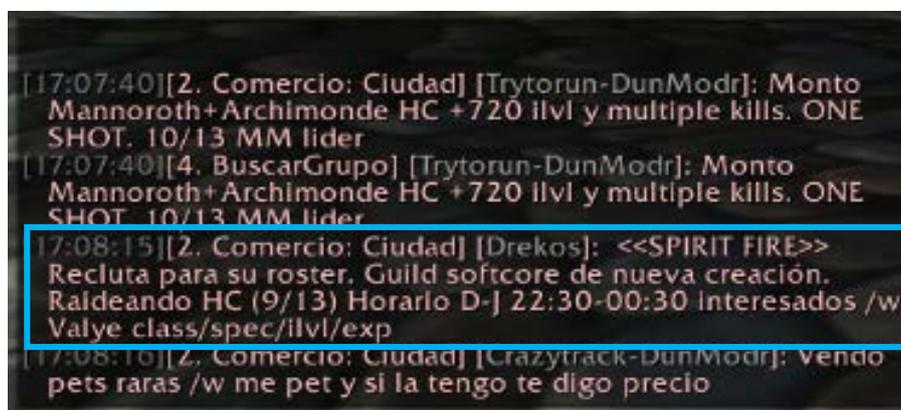


Imagen 25. *Chat* más usado: comercio (Cedido por: Makina)

Esta es solo una parte de los muchos *chats* que encontramos a lo largo de *WoW*, lo que nos lleva a pensar que la comunicación ha de tener una gran importancia ya que existe una gran tipología de canales comunicativos según lo que se quiera comunicar. Observamos pues, que de manera pública, el juego ofrece distintos canales para que los jugadores se comuniquen con un objetivo más allá de las batallas.

Aunque el juego se puede orquestar sin comunicación, o al menos una parte de él y de manera individual. Al menos es lo que afirma el usuario Aztlán, jugador de *WoW* desde 2007, cuando se le pregunta si *WoW* se podría dar sin comunicación: “*Si, hay una gran parte del juego que se hace en solitario y no es necesario el chat para su desarrollo*”. Y es que no hay que olvidar que en *WoW* el usuario puede ir en solitario y realizar distintas acciones de manera individual, aunque en determinados momentos va a necesitar ayuda, por lo que los *chats* públicos son un buen apoyo. Ya sea para buscar objetos, o para buscar ayuda en algunas misiones.

Y es en ese modo individual, donde al fin y al cabo se crea una comunidad, ya que fuera de las batallas, *WoW* ofrece un mundo persistente que se puede tomar como una realidad paralela. No todos los usuarios entrar en *WoW* todos los días para realizar batallas:

Juego por la comunidad y las oportunidades que ofrece. Aparte de la historia lineal del juego de rol incluye mucha más variedad, para entretener y socializar. (...) En *WoW* hago otras cosas, desde pasar horas muertas dando saltos en el banco mientras hablo con gente, buscar materiales, logros, etc. (Aztlán)

Estos canales, mencionados con anterioridad, se usan principalmente para pedir ayuda y dar consejo, comerciar con objetos, pero sobre todo para buscar gente para grupos y realizar batallas. Porque si *WoW* se apoya en la comunicación de la manera más evidente es cuando se trata de las luchas, ya sean arenas, bandas u otras batallas. No vamos a entrar en explicar todos los modos de luchas que hay dentro del juego. Solo diremos que van desde los 5 a 40 usuarios depende de cada partida, y que algunas pueden llevar horas hasta alcanzar el final.

Tener un equipo es fundamental para realizar batallas. Un usuario tiene distintas opciones, bien puede unirse a un grupo o banda en una determinada ocasión, como tener un equipo de amigos con el que siempre jugar. Pero la más importante, ya que toda la comunicación que se articula dentro es digna de mención, son las

hermandades, que de acuerdo a la página oficial de *WoW*: “*Las hermandades son grupos persistentes de personajes que juegan juntos habitualmente y que generalmente prefieren un estilo de juego parecido*”.

Las hermandades pueden estar compuestas por centenares de jugadores, y estas tienen canales de comunicación propios que les ayudan a organizarse cuando hay que seleccionar qué usuarios entrarán en las mazmorras o bandas. En las hermandades existen jerarquías, así existen determinadas herramientas para gestionar a los miembros, donde además se les puede promocionar, subir de rango etc.

Para las hermandades hay dos *chats* específicos: El *chat* de hermandad que es un canal privado donde los distintos integrantes hablan entre ellos, ya sea para organizarse como para hablar de otros temas, y el *chat* de oficiales, para los miembros veteranos que ocupan posiciones superiores y los cuales gestionan al resto de miembros.

Antes de entrar a hablar de la batalla, ¿qué *chats* son los más usados?

Según Aztlán, el *chat* de hermandad, por un lado, ya que “*ofrece comunicación directa con tus compañeros más cercanos y se puede hablar de cualquier cosa*” y por otro lado el *chat* de comercio “*porque es el que llega a más usuarios y para vender, buscar compañeros o cualquier cosa. Es el más práctico*”. Al fin y al cabo, la mayoría de jugadores de *WoW* pertenece a una hermandad donde más activo o menos, forma parte de una comunidad, donde tienen un grupo de amigos.

Es el momento de hablar de la comunicación dentro de las batallas, ya sean mazmorras o bandas, ya que jugador contra jugador no tiene un *chat* específico. Del mismo modo que en otros juegos, los canales de comunicación en las batallas sirven para organizarse y coordinarse, y del mismo modo estos *chats* suponen un problema entorpecen el juego del usuario, al tener que dejar los comandos para escribir. En la siguiente tabla se pueden ver los *chats* específicos por cada tipo de batalla.

CHAT	COMANDO	DESCRIPCIÓN
De grupo	/gp	<i>Chat</i> privado para comunicarse con el equipo cuando se están haciendo mazmorras.

De banda	/banda	Chat privado que sirve de organización del grupo y comunicación. Con el comando /ab el Guild Master puede dar un aviso a sus compañeros y eso se notificará en un color rojo, distinto del resto.
De campo de batalla	/cb	Chat privado que se usa en los distintos campos de batalla y que sirve para organizarse y coordinarse.

Tabla 7. Chat de batallas en WoW

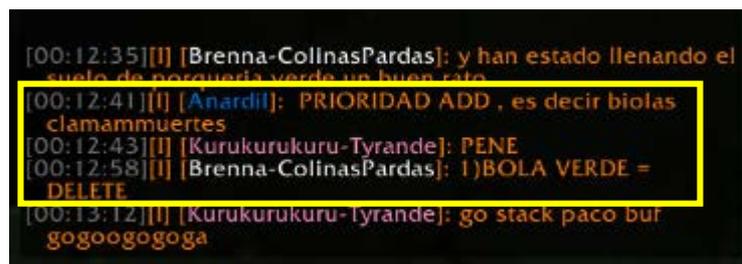
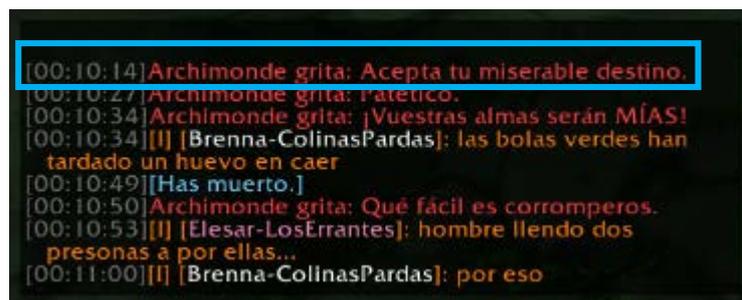
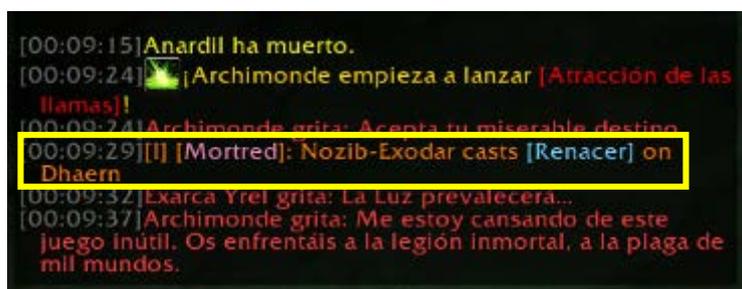


Imagen 26. Canales de chat dentro de una batalla (Cedido por: Makina)

Como se comentaba, los chats (**Ver vídeo**²⁹) son vías de comunicación escritas que pueden suponer un problema para el usuario que necesita de la máxima concentración. Como en otros juegos, WoW ha desarrollado un sistema de acrónimos

²⁹ Uso del chat dentro de una mazmorra. (Cedido por: TeamRandomPlay):

<https://drive.google.com/folderview?id=0ByT8xGd-rXGJV192TXywb0FRb0k&usp=sharing>

En este vídeo se puede observar los canales de comunicación y las notificaciones mientras se hace una mazmorra.

para referirse a determinadas necesidades o acciones que los usuarios hacen llegar a sus compañeros. Estos comando generar a su vez, una alerta sonora que se asocia a cada acrónico, una muestra de ellos son:

Acrónimo	Significado
/oom	Bajo de maná
/follow	Seguir a determinado usuario
/attack	Atacar al enemigo
/healme	Pedir curación

Tabla 8. Muestra de acrónimos usados en *WoW*

Estos *chats* son fundamentales para la coordinación, aunque retomamos el tema de que presentan dificultades. Solo en caso de estar jugando con usuarios desconocidos, para comunicar cosas muy específicas o para que el Guild Master de avisos, estos *chats* son eficientes.

Pero hay más *chats*, o más bien serían forman de hablar en la zona en la que se encuentre el jugador:

CHAT	COMANDO	DESCRIPCIÓN
Decir	/s	El mensaje se mostrará de manera pública y llegará a los jugadores a cortas distancias
Gritar	/y	El mensaje de mostrará de manera pública y llegará a los jugadores a corta y larga distancia.
Susurrar	/w + nombre	El mensaje se mostrará de manera privada y solo llegará al usuario que hayamos nombrado. Esté a corta o larga distancia.

Tabla 9. Formas de hablar en *WoW*

```
[17:17:58][Janx] dice: ERES MAKINA
[17:18:03][Janx] dice: EL YOUTUBER?
[17:18:04][2. Comercio: Ciudad] <NM>[Liuqwa]: Arena 2400-2700,
selfplay, Best speed for Big Conquest Cap, Coaching with pro, Honor
gear, HFC normal/Herioc, /w me !
```

```
[17:15:31] kyuge: susurra: Pero es normal
[17:15:41] Para kyuge: jajaja
[17:15:52] kyuge: susurra: en el roster tenemos gente nueva en PVE es
totalmente normal que no esten acostumbrados a vigilar el laser or el
dbm xD
```

```
[17:10:09][2. Comercio: Ciudad] [Brokenice-
DunModr]: bgr lf 2 heals pholy monk/dru rogue y
hunter min 700 ilvl ts3 micro y go
[17:10:11][2. Comercio: Ciudad] [Trytorun]: Monto
Mannoroth+Archimonde HC +720 ilvl y multiple
kills. ONE SHOT. 10/13 MM lider
[17:10:17] Kibagami se está recuperando.
[17:10:24][Dingding-DunModr] grita: Algun alma
caritativa que me de algunos oros?
[17:10:26] Thomas Molina dice: ¡Vendo pan recién
horneado!
```

Imagen 27, 28 y 29. Detalle de *chat*: decir, susurrar y gritar (Cedidas por: Makina)

Estas maneras de hablar son muy eficientes ya que no son parte de ningún *chat* en concreto sino que son mensajes que un jugador puede decir mientras está en una zona. Por ejemplo, decir o gritar, puede servir para pedir ayuda o simplemente iniciar una conversación. Por su parte, susurrar es muy eficaz a la hora de hablar con una persona en concreto. Todas estas formas se pueden usar en todas las situaciones del juego, bien sea andando por el mundo o dentro de una mazmorra.

Como curiosidad, cuando en un *chat* de una batalla, por ejemplo, la alianza o la horda están hablando y eres del bando contrario, tus mensajes saldrán como asteriscos escondiendo tus mensajes y haciendo una semejanza a que hablan otro idioma.

Y es que la comunicación es “*imprescindible para conseguir un buen funcionamiento del juego*” (Artlán) por ello, y a diferencia de otros juegos, *WoW* incorpora un *chat* de voz, para suplir la problemática de los *chats* escritos.

El *chat* por voz puede ser usado en los *chats* de banda, donde puede haber hasta 40 personas aunque solo 4 pueden hablar a la vez, además de que cada jugador verá

reflejado su nombre en el *chat* convencional³⁰. La herramienta, que soluciona el problema que la mayoría de jugadores tiene, es usada aunque los jugadores siguen recurriendo a *chat* por voz externos, en parte, por la mejor calidad de sonido y porque en ellos pueden hablar con los usuarios que ellos deseen y no tienen que hacerlo con el conjunto global.

Si hay que elegir entre *chat* escrito o *chat* por voz, el usuario Aztlán responde:

Depende del nivel y de con quién esté jugando. Si son desconocidos, y sin demasiada complicación *chat* escrito, muchas veces mientras se hace una banda se está al tiempo hablando con los compañeros de hermandad por voz. Para encuentros que requieren mayor coordinación siempre por voz, el escrito se usa para casos puntuales, o dejar constancia a modo de recordatorio de indicaciones por ejemplo. (Aztlán)

De nuevo, el *chat* por voz se superpone como el medio más eficaz en cuanto a juego de lucha hablamos, debido a que la comunicación por voz es más rápida y evita distracciones. Así, la coordinación y cooperación entre jugadores es más eficaz. Algunos de los programas que se suelen usar son: Ventrilo, Raid Call o Skype.

Una vez visto los canales comunicativos dentro del juego, retomamos la diferenciación que hacíamos al principio, cuando hablábamos de que había unos *chats* más destinados a la socialización y otros dedicados a la coordinación. La diferencia, es que en los primeros la comunicación suele ser escrita y la otra es hablada, aunque claro es, que siempre encontraremos excepciones dadas las circunstancias de los usuarios.

Pero hay más, porque los canales de comunicación dentro del juego no son los únicos con los que cuenta. Quizás *WoW*, o más bien Blizzard destaca por el soporte que ofrece en los canales externos del juego. Centrándonos por ejemplo, en su página web oficial, la accesibilidad es mucho mayor respecto a otras páginas oficiales de videojuegos ya que a primera vista, el usuario puede acceder a contenido especializado.

Pongamos otro ejemplo, y es que el pulsar la opción Juego, accedemos a distintas guías creadas por Blizzard ya sea para jugadores novatos como para aquellos que

³⁰ Guía: Configuración del *chat* de voz. Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/forum/topic/1266917615>

han vuelto a jugar. La guía para nuevos jugadores, incluye imágenes interactivas donde el usuario puede hacer click y aprender el funcionamiento de la interfaz del juego, entre muchas otras cosas, Además, ofrecen explicaciones muy detalladas, tanto de los modos de juego, los héroes y la propia historia.



Imagen 30. Detalle de guía para nuevos jugadores

Un punto a favor, que aunque no sea un canal de comunicación directa entre jugadores, si lo es entre juego-jugador, algo que repercute en la experiencia del usuario, que puede entrar a *WoW* con un aprendizaje previo. Claro está, que la mejor forma para aprender es avanzar en el mundo virtual y conversar con el resto de usuarios, que serán los que invitarán a los nuevos jugadores, a unirse a hermandades donde les tutorizarán.

Aunque en primera instancia Blizzard ofrezca un buen soporte comunicativo es sus páginas oficiales, ya sea por las guías y explicaciones, o por el canal de foros que es atendido, siempre hay carencias que los jugadores suplen creando páginas propias de contenido específico. De este modo, nacen las llamadas *fansites*³¹, como

³¹ Página de fans

WoWchakra³² que ofrecen a los usuarios de WoW una serie de guías sobre determinados temas, ya sean bandas, mazmorras, profesiones, con explicaciones muy concisas a la vez que ofreciendo consejos.

El motivo por el que los usuarios acceden a estas guías externas es en parte debido, a que están hechas en base de la colaboración de usuarios reales que juegan a WoW por lo que muchos, recurren a ellas fiándose de la experiencia de personas reales que tienen un recorrido dentro del juego. Y recurren por esa fiabilidad y porque muchas de ellas, son *fansites* donde Blizzard ofrece soporte oficial.



Imagen 31. WoW Chakra. Detalle de sello de Blizzard Fansite

Por último, las anteriormente mencionadas hermandades, aunque cuentan con espacios dentro del juego para la gestión de esta, han ido creando sus propias páginas con foros, noticias, etc, como medio de organización para la realización de bandas, mazmorras y otros eventos tanto internos como externos al juego. El hecho es que con el avance de las tecnologías móviles *“externamente se usa, cada vez menos, foros privados para los integrantes de la hermandad, sustituido desde hace unos años por grupos de WhatsApp, Facebook, etc”* (Azthlán)

Esto puede ser debido a que los canales comunicativos como Whatsapp o Facebook son de fácil acceso desde el propio móvil y el mantenimiento de estos es mucho menor que el de una página web.

³² “WoWchakra” Disponible en: <http://www.WoWchakra.com/>

¿Por qué la comunicación de *World of Warcraft* es interesante?

World of Warcraft ha conseguido algo que muy pocos juegos lo han hecho, o al menos con tanto acierto y es aunar un juego en el que se puede disfrutar de un juego de rol, así como crean una comunidad social.

Este juego ha supuesto una mezcla de dos tipologías de juego, haciendo que ambas vivan en armonía gracias a algo muy sencillo: una buena comunicación. Es cierto que el diseño del juego es un gran factor, ya que es un mundo que se puede recorrer durante años y que nunca termina, pero es gracias a la comunicación por lo que los usuarios acuden a *World of Warcraft*.

Algunos no van solo a jugar, van a encontrarse con amigos ya que dentro tienen su propio grupo de amistad, ya sea para luchar o para comerciar, el jugador que entra en *WoW* se convierte en un ciudadano. La comunicación ejerce un punto de inflexión, dejando a un lado las vías de comunicación externas, lo primero que se usa para comunicarse son los *chats*, una gran tipología de *chats*, que aunque se usen más o menos cumplen una gran función socializadora.

Las hermandades, los grupos... no podrían coordinarse de no ser por los canales destinados a ello. Reunir al equipo sin un medio por el cual organizarse, resultaría difícil en primera instancia. Porque en una hermandad no todos son amigos, pero si tienen un objetivo en común cuando de una Raid se trata, por ello el *chat* que ofrece el propio juego, es una herramienta muy útil que favorece que el jugador permanezca dentro del juego sin tener que salir al "exterior" para usar otros programas.

Es por ello que el juego se apoya en los canales de comunicación como base para la unión entre usuarios, sea cuales sean sus objetivos en el juego. Sin comunicación, solo una pequeña parte del juego podría ser posible y esta sería de manera individual, estaríamos pues, ante un juego de rol normal.

Tiene mérito que un juego que lleva tantos años en activo, siga posicionándose como uno de los juegos de éxito en los años que corren, donde la mayoría de juegos online son gratis. El juego, además de ser de pago, ha conseguido algo que solo los juegos puramente sociales habían hecho, y es romper la cuarta pared.

Hacer que el personaje sea un ciudadano de un mundo virtual, un usuario que puede gracias a su experiencia y permanencia en el juego, pasa las horas de su vida dentro

de *WoW*. Y es que dentro del juego hay un mundo creado, hasta tal punto que se han celebrado bodas³³, funerales³⁴ y muchos otros eventos. Todo esto es resultado de los vínculos que los personajes han creado, y esto no hubiese sido posible sin algo tan básico como la comunicación.

4.2.4. Análisis *Counter Strike*

Datos básicos

Nombre: *Counter Strike* (CS)

Año: 1999

Tipo de juego: *Shooter* en primera persona

Nº de jugadores: 610.000 – 650.000 jugadores al día, aprox.³⁵

¿Qué es *Counter Strike*?

Counter Strike es un videojuego de disparos (*shooter*) en primera persona, donde dos equipos, terroristas y anti-terroristas se enfrentan en rondas de una duración determinada, en las que tienen que cumplir una serie de objetivos para ganar la partida. Gana quien cumpla todos los objetivos o la mayoría de ellos.

Las dinámicas de juego pueden ser offline y online, diferenciándolas por modos casuales y competitivos dependiendo del objetivo del jugador: carrera de armamentos, demolición, misión de desactivación y misión de rehenes, son algunas de las opciones de juego a las que los usuarios tienen acceso, haciendo que las partidas convencionales no sean el único motivo al que recurrir cuando se va a jugar.

Al ser un juego en primera persona, la experiencia visual del jugador le hace parecer quien es quien lleva el arma al poder ver los brazos que sujetan la pistola. Este recurso visual quiere acercar al usuario a una visión más realista de una realidad, como es la de disparar, que no es tan habitual.

³³ Vídeo de boda en *WoW*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=EJTzhas6CoM>

³⁴“Primer funeral online en *WoW*” Disponible en: <http://www.meristation.com/pc/noticias/primer-funeral-online-en-world-of-warcraft/1506651/1635720>

³⁵ Los datos varían cada día. Extraídos de: <http://areajugones.es/2016/01/03/steam-alcanza-un-nuevo-record-de-usuarios-conectados/> y <http://store.steampowered.com/stats>



Imagen 32. Detalle de la mano del personaje

Comunicación de *Counter Strike*

Counter Strike es uno de los primeros juegos que inició el ahora tan famoso mundo de los E-Sport. Aunque este tipo de competiciones, ahora considerada deporte, no eran tan famosos ni albergaban tantos seguidores, ya eran varios los juegos que se jugaban en competición profesional. Allá por el 2001, se inició lo que podría ser, el ascenso del mundo profesional de los videojuegos y *Counter Strike* fue uno de ellos, aunque hemos de puntualizar, que anteriormente ya había habido competiciones, aunque quizás no obtuvieron la repercusión que obtuvieron estos.

Counter Strike fue uno de los pioneros, a nivel de juegos más evolucionados, de darle un gran peso a su versión online. El juego, que como anteriormente hemos comentado, se organiza por equipos, toma la comunicación como algo indispensable ya que es un videojuego que necesita de una gran atención y rapidez. De ahí, que los sistemas de comunicación, tengan un gran peso, en pro de agilizar y evitar distracciones.

De los juegos analizados, se podría decir que *Counter Strike* es uno de los sistemas de comunicación más básicos, y aunque contiene hasta 8 canales de comunicación, estos se unifican entre ellos mediante comando, haciendo que la diferenciación entre ellos sea ínfima.

Antes de entrar a analizar la comunicación en Counter, es necesario tener en cuenta los modos de juego que existen ya que la comunicación se articula de manera diferenciada en cada uno de ellos orientada a fomentar distintas funciones.

En primer lugar se puede hablar de partidas casuales, aquellas que son de tiempo limitado y que como su propio nombre indica, suelen ser jugadas para pasar el rato. Las partidas son públicas por lo cual se pueden enfrentar jugadores de distintas partes del mundo que no tienen ni porqué conocerse.

En segundo lugar, está el modo competitivo, que como en otros videojuegos, trata de 5 jugadores contra otros 5 (terroristas vs anti-terroristas) que tienen que ganar la partida. En este modo de juego, los usuarios compiten para ganar una puntuación y así que su rango vaya aumentando.

Ambos juegos se diferencian por el nivel de competitividad, ya que el primero se puede jugar para un rato con los amigos, para entrenar o probar nuevas armas y en cambio el segundo es un modo de juego mucho más serio en el que las partidas pueden llegar a durar 90 minutos.

En lo que sí coinciden es en el uso de la comunicación, porque en *Counter* esta es base del juego, sin ella sería imposible jugar a un buen nivel. Así, tres jugadores, Souk, Ben y Dsk86 entrevistados lo confirman al darle un 10 a la importancia de la comunicación en el juego.

La comunicación en *Counter Strike* es básica, y tiene un solo objetivo, jugar, por ello en el cliente del juego ni si quiera existe un *chat* para hablar con los amigos, porque para ello se utiliza el *chat* de Steam, pero de este ya hablaremos luego. Así pues la comunicación solo se articula en la batalla, el resto no tiene peso apenas.

Podría parecer una problemática a la hora de socialización de los usuarios, pero lo cierto es que al iniciar una partida, hay una sala de *chat*, llamada *lobby* en la que los jugadores de ambos equipos pueden hablar, sean conocidos o desconocidos. Tanto en el modo casual como en el competitivo, los usuarios pueden hablar entre ellos ya sea vía escrita o vía voz, y es que *Counter* lleva el *chat* por voz a todas las conversaciones que hay en el juego, para evitar en parte que los usuarios recurran a sistemas de voz externos.

Este punto de encuentro entre jugadores da pie a una socialización previa en caso de que no se conozcan, ya que “*suponen una alternativa para hablar con compañeros asignados aleatoriamente*” (Dsk86). Además también es una forma de primer contacto, para aquellos que se inician en el juego: “(Los *chats* públicos) *pueden ser útiles para compartir información para novatos que se inician en el juego, reportar bugs, hacer sugerencias o denuncias, etc.*” (Ben).

Dado que la comunicación en el juego es fundamental y no se puede obviar, un punto previo para conocerse es necesario. De este modo, desconocidos pueden compartir tácticas sobre sus modos de juego y organizarse antes de entrar a la partida. Por supuesto hay una diferenciación entre los usuarios que entrar al modo casual, como quien lo hace en el competitivo.

El lobby del modo casual gira más en torno a la socialización, conocer con quien estás jugando de un modo más distendido, ya que el objetivo es pasar un buen rato y dejar a un lado la competición. En cambio el lobby del modo competitivo no tiene gran uso, ya que los usuarios que entrar en él, la mayoría son equipos que ya se conocen y en el caso de que no, los temas a tratar son más estratégicos que sociabilizadores.

Centrándonos en lo encontrado en el lobby, los usuarios puede encender y apagar el micrófono según si desean hablar vía voz o no (1). En caso de que no, disponen del *chat* escrito (2) que cumple la misma función y que también se orienta a aquellos jugadores que no tienen micrófono. Los que hablen por voz, serán reconocidos puesto que al lado de su usuario aparece un altavoz que está encendido (3)

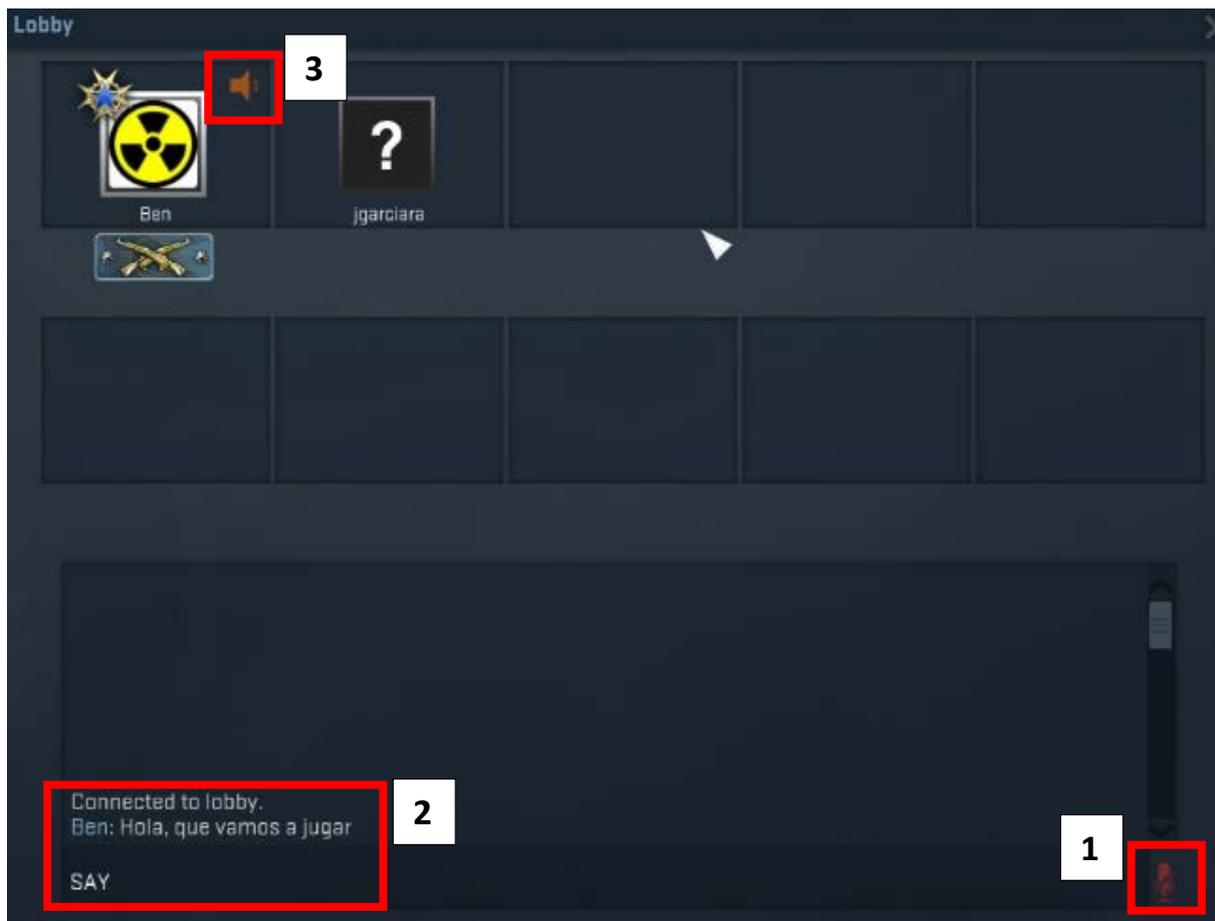


Imagen 33. Lobby chat

Una vez se entra en la batalla, es donde la comunicación alcanza su punto más alto y se le da la mayor importancia. En primer lugar hablaremos de la comunicación en las partidas casuales y en segundo de la comunicación en las partidas competitivas. Tanto una como otra coinciden en la mayoría de aspectos, pero son unos elementos visuales los que las difieren y que creemos necesario diferenciar. Aunque hay algo que no cambia, la comunicación vía voz es lo fundamental y necesario, sea en el modo de juego que sea.

El *chat* de voz se usa en todas partes, en batallas de equipos, en servidores públicos, en todo. El *chat* de voz es MUY eficiente, en CS:GO³⁶, se han hecho actualizaciones solamente para mejorar la calidad de los MICRÓFONOS. Problemas con el *chat* de voz sí que hay, pero es por los mismos jugadores, pero es lo de menos, siempre se puede “silenciar” a un jugador, o se pueden “silenciar” todos los micrófonos. (Souk)

³⁶ Counter Strike: Global Offensive. Una de las expansiones del juego original

En cuanto a las herramientas de comunicación en el modo casual *in-game*, existen tres sistemas: *chat*, *chat* por voz y el radar.

El *chat* escrito en el modo casual sigue las mismas reglas que el resto de *chats*, ya que las opciones de diálogo giran en torno a: la comunicación pública con todos los jugadores (equipo contrario incluido), también existe la opción de hablar solo a tu equipo y por último en este *chat*, se verán reflejadas los comandos automáticos de comunicación que se activan pulsando una tecla y que tienen una salida escrita y por audio. Este último se diferencia porque aparece la palabra [RADIO] y su función reside en la cooperación ya que al mantener informado al equipo, este puede coordinarse mucho mejor. Es también en este *chat*, donde otras notificaciones, como el aviso de colocación de bomba, aparecen advirtiendo así a los usuarios que no dispongan de cascos de todas las notificaciones.



Imagen 34. Canales de comunicación: pública, automática y para equipo

Una buena opción para mantener al equipo informado, porque ya no es solo que no tenga cascos, es que si el usuario decide silenciar al resto de jugadores, gracias a este canal puede seguir comunicándose, y así que la partida no se vea afectada. La información es esencial, y para jugar es muy importante tener un conocimiento del juego, sobre todo de los mapas, porque si los dominas y conoces las zonas de actuación, puedes prever los movimientos del contrario y avisar a tus compañeros.

Al preguntar a los usuarios si hubiese una carencia de comunicación, las respuestas giran en torno a una imposibilidad del juego: “*No, no es posible ya que la información que es proporcionada por los 5 jugadores del equipo es de vital importancia para saber dónde atacaran los enemigos y con dicha información puede ser contrarrestado*” (Ben)

Pero lo cierto es que el *chat* escrito se usa para momentos concretos, solo en caso de que el usuario no quiera hablar por voz y necesite comunicarse. Para alcanzar una

comunicación fructífera la fundamental es el *chat* por voz que da distintas opciones al jugador dependiendo de con quien quiera hablar y el momento que lo quiera hacer. Por ello, el *chat* por voz de *Counter Strike* le da un gran peso a los comandos para activar y desactivar el diálogo, además de, ofrecer mensajes predefinidos para acciones muy concretas.

NOMBRE	COMANDO	DESCRIPCIÓN
Comunicación por voz	K	<i>Chat</i> de voz abierto para hablar con todos los jugadores de la partida
Mensajes estándar de radio	Z + número	Mensajes de voz predefinidos por el juego, que puedes lanzar a tus compañeros. Ej: “ <i>Sígueme</i> ”
Mensajes de grupo en radio	X + número	Mensajes de voz predefinidos por el juego, que puedes lanzar a tus compañeros. Ej: “ <i>Vamos, vamos, vamos</i> ”
Mensajes de reporte en radio	C + número	Mensajes de voz predefinidos por el juego, que puedes lanzar a tus compañeros. Ej: “ <i>Enemigo caído</i> ”
<i>Chat</i> escrito global	Y	<i>Chat</i> escrito para hablar con equipo y contrincantes
<i>Chat</i> de equipo	U	<i>Chat</i> escrito para hablar con el equipo

Tabla 10. Tipos de herramientas de comunicación y comandos³⁷

Los mensajes de voz predefinidos pueden ser usados por jugadores que no estén usando el micrófono, ya que dichos mensajes tienen su reflejo en el *chat* escrito además de que, aquellos jugadores con cascos podrán oír la frase. Queda patente, pues, que *Counter* busca que los jugadores se comuniquen de todos los modos posibles y por supuesto con agilidad para evitar levantar las manos del teclado y provocar una distracción al jugador que pueda perjudicarlo.

Si continuamos con el modo casual, el *chat* por voz tiene una limitación y es que la única opción posible es la pública. Quiere decir que al hablar por voz, estarás

³⁷ Esta tabla, contiene los comandos que también se usan en el modo competitivo, pero de una manera más limitada, y que más adelante explicaremos.

hablando con tu equipo y con el contrario, hecho que puede perjudicar a usuarios que quieran solo comunicarse con el equipo, pero que desde un punto de vista del desarrollador, lo que se pretende favorecer es la comunicación entre usuarios, con un objetivo más socializador que competitivo. En caso de querer comunicarte con tu equipo, las opciones vienen dadas de la mano del *chat* escrito o en su defecto, de programas externo como *“Team Speak o Skype, si son amigos, ya que permiten la comunicación sin tener que interactuar con botones y te permiten elegir con que usuarios hablar”* (Dsk86)

Como con anterioridad se comentaba, conocer los mapas es importante porque ello tiene un reflejo directo en el radar, una de las herramientas más importantes del juego y que los jugadores destacan.

El radar es un pequeño mapa situado en la parte superior del juego donde el jugador puede ver dónde se localizan sus compañeros (círculos azules). Este mapa, es muy útil a la hora de comunicar dado que los usuarios puedes visualizar determinados movimientos del equipo contrario. Por ejemplo en la imagen 35, se puede observar la bomba colocada por los terroristas y en la imagen 36, el triángulo rojo indica la localización de un enemigo. ¿Cómo es posible que unas veces aparezcan en el radar y otras no? Por los disparos que el enemigo hace. Si dispara con silenciador el jugador no será situado en el mapa, pero si lo hace sin él saldrá en el radar y podrá ser visto por el enemigo. Este pequeño detalle tiene relación con la jugabilidad, que hace que los jugadores extremen la precaución para no ser avistados por el enemigo.

En caso de que un usuario localice a un terrorista, rápidamente se lo comunicará al resto del equipo para así poder organizarse e ir a por él. De nuevo ambas herramientas giran en torno a la organización y la cooperación para mejorar la jugabilidad.

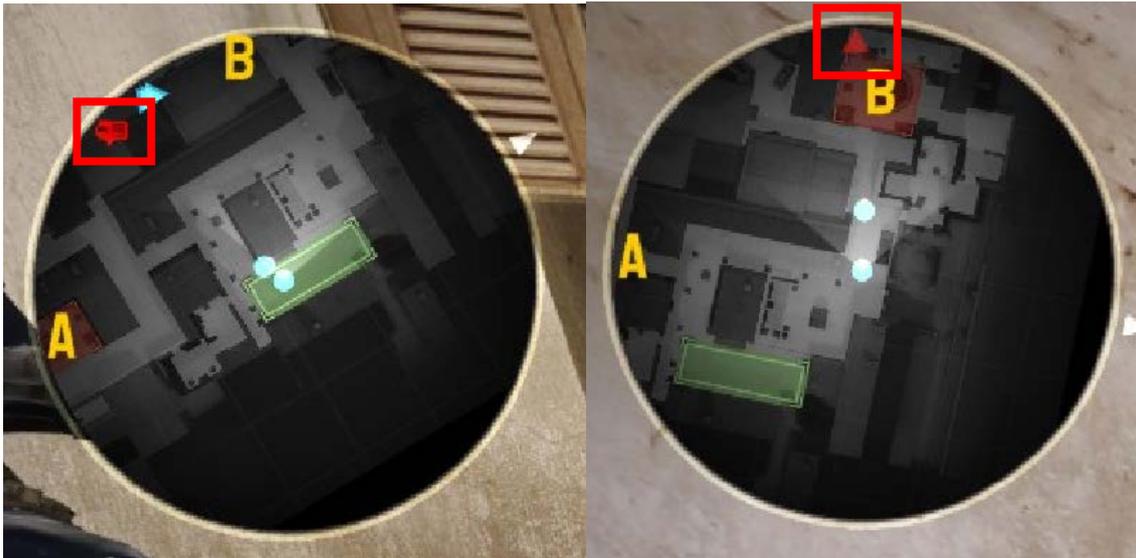


Imagen 35 y 36. Aviso de bomba colocada (izquierda) y aviso de enemigo cerca (derecha)

Pero no todo queda ahí, porque el sonido también juega un papel fundamental, además de las notificaciones por radio que llega, el estar atentado a distintos ruidos da una ventaja a los jugadores. Así, si un jugador camina, no se escuchan los pasos aunque esté cerca de un enemigo, en cambio, si el enemigo corre, estos sí que se escuchan por lo que queda al descubierto la proximidad a la que está. Lo mismo pasa a la hora de colocar la bomba, pues en primera instancia y hasta que no es avistada, esta no aparece en el mapa. Para localizarla, además de un mensaje automático que indica que ya ha sido colocada, la bomba emite una serie de pitidos que se intensifican cuando más cerca se está de ella, y también lo hace cuando está a punto de estallar.

Por su parte el modo competitivo, presenta unas limitaciones comunicativas respecto al modo casual, debido a que en este tipo de partidas, la socialización queda en un plano secundario, primando así la información con el objetivo de ganar la partida y puntuación para los usuarios. Coordinación, cooperación y organización son necesarios en un modo de juego en el los usuarios se juegan aumentar posiciones en los rangos de *Counter Strike*.

Puntualizar, que los *chats* y los comandos usados en el modo casual son los mismos, exceptuando lo que a continuación comentaremos. La diferencia más palpable es una vez entrado en la partida, los jugadores del modo competitivo no tienen la opción de comunicarse por voz con todos los jugadores que hay. Solo lo pueden hacer con los jugadores de su equipo para evitar fricción con el contrario. Por el *chat* escrito pueden hablar del mismo modo que lo hacen los usuarios del modo casual, y el uso que se le

da es similar: para avisar a sus compañeros, o para hacer algún comentario al equipo contrincante. (Ver vídeo³⁸)

Por su parte el radar, diferencia por colores a cada miembro del equipo para facilitar la ubicación de estos, además de que aparecen los perfiles que cada usuario tiene. El uso y las notificaciones que aparecen son las mismas que en el modo casual.



Imagen 37. Radar en modo competitivo (Extraída de: Steam Community)

Como hemos podido ver, *Counter* cuenta con herramientas y canales de comunicación muy sencillos y de fácil uso porque el objetivo es jugar y hacerlo bien. La comunicación juega un papel fundamental en cada modo de juego, uno orientado a crear una comunidad y uno a competir. Por supuesto las herramientas son útiles, aunque si algo puede causar problemática es el *chat* por voz. ¿Por qué? Por aquellas partidas en que el *chat* es público y por aquellas en las que juegas en tu equipo con usuarios desconocidos, y eso que se puede poner en silencio.

A efectos prácticos, el *chat* por voz se usa mucho para hablar con desconocidos, pero por ejemplo, cuando dos usuarios amigos juegan juntos y quieren evitar a otros usuarios, la única opción viable son las herramientas externas como Skype o TeamSpeak, que cumplen una función privada de la que el juego carece. Todo ello

³⁸ Uso del chat en Counter + Radar. (Cedido por: Tole Doks):

<https://drive.google.com/folderview?id=0ByT8xGd-rXGJMjk3dm1PX3Q0SEU&usp=sharing>

En el vídeo se ve como el usuario interactúa con el chat, además de visualizar el radar en funcionamiento

es un mal menor, puesto que son muchos los jugadores quienes usan la herramienta por voz.

Aunque *Counter* merece ovación por el gran sistema por voz que tiene, siendo uno de los pioneros, sus páginas oficiales están descuidadas. Y es que la página de *Counter Strike* no está traducida al español por ejemplo, y cuenta solo con noticias sobre actualizaciones en su página principal. Además, carecen de guías útiles, puesto que ofrecen vídeos de jugadores expertos, y para aquellos que quieran un primer contacto su único medio para resolver dudas son los foros, que también están en desuso (los de español): *“En los pocos foros que hay (por lo menos en mi país) siempre está el tema de “ayuda a novatos”, lo que explica un poco como es el juego, la importancia de la comunicación entre compañeros de equipo, etc.”* (Souk)

Es curioso ver como dentro del juego, la comunicación tiene un papel protagonista y en cambio, en lo referido a una comunidad externa está descuidada y la información que ofrece es pobre, haciendo demasiado uso de vídeos de otros jugadores, no ofreciendo contenido propio y de calidad. Así, los foros son los únicos lugares que tienen un poco más de movimiento y donde se puede encontrar información detallada sobre distintos aspectos del juego.

En cuanto a *fan pages*, los resultados son encontrados no merecen mención ya que están descuidados y apenas tienen uso. Dentro de lo malo, la comunidad que se articula bajo Steam es la única vía oficial más fiable.

Steam, la plataforma digital desarrollada por Valve Corporation donde los usuarios tienen su listado de juegos y pueden hablar con los amigos hechos dentro de los juegos o de los foros. Dada la carencia dentro de *Counter Strike* de un *chat* para hablar con amigos fuera de la partida, Steam cumple esa función de socialización previa, aunque limitada a los amigos, y que permite dialogar con usuarios que no jueguen al mismo juego que nosotros.



Imagen 38. Plataforma Steam y chat

¿Por qué la comunicación en *Counter Strike* es interesante?

Counter Strike es uno de los juegos referentes en cuantos a *shooters* se refiere. Muchos juegos han conseguido hacerle competencia gracias en parte a que todos le han imitado, haciendo ya este hecho digno de estudio.

La comunicación en *Counter Strike* es interesante porque es sencilla, no es nada complicada y tiene un objetivo muy marcado que es que la jugabilidad se desarrolle del mejor modo posible. Por ello, sus modos de juego diferencian a aquellos que quieren comunicarse de manera más distendida, de aquellos otros, que se toman la comunicación como un factor clave para ganar. No tiene una gran cantidad de *chats*, tiene distintos canales y la mayoría de esos son respuestas automáticas, de nuevo para facilitar al usuario la jugabilidad. Es como decir “nosotros sabemos lo que quieres decir y te facilitamos frases predefinidas para que no tengas que escribirlas”.

Ayudan al jugador, a que se comunique rápido y sin distracciones, solo con el uso de comandos accesibles en el teclado para que no tengan que levantar las manos de él. En contra, alcanzar una ruptura de la cuarta pared es difícil, ya que es un juego que dada su temática, ya distancia al jugador de lo que podría ser la realidad. Pero ello

no es un problema, porque gracias a esas herramientas de comunicación orientadas a los social, sí se puede hablar de una ruptura, una ruptura a efectos sociales. A efectos de conocer a personas que están en otra parte del mundo y llegar a crea un grupo de jugadores de confianza con el que jugar.

En mi caso no hay una rotura de la pared, sé que no soy un tirador pero en mi caso la pared que se ha roto es la social, el poder hablar con alguien que está al otro lado del mundo es algo que en cierta forma te llega a formar amistades a veces más sólidas que las que se forman en la vida real. (Ben)

La socialización influye en como los usuarios de *Counter* juegan, sobre todo a nivel competitivo, haciendo de lo social la base de un juego que solo importa las micro-comunidades de jugadores que se crean dentro de las partidas. Ello no ha afectado en absoluto, ya que *Counter Strike* goza de una fama mundial a nivel debido al seguimiento que tienen en los eSports, algo que les ha beneficiado y que ha demostrado que la importancia real de un videojuego, reside dentro de lo virtual.

	INGRESS		LOL		WOW		COUNTER	
	Nº CANALES	RELEVANCIA A	Nº CANALES	RELEVANCIA	Nº CANALES	RELEVANCIA	Nº CANALES	RELEVANCIA
TIPOS DE CHAT	3	A: 10 B: 8 C: 7	8	B: 6 C: 3 D: 7 E: 8	12	A:6 B: 9 C: 6 D:8 E: 5	7	B: 6 C:9 D:10 E:8
ALERTAS VISUALES	2	2	6	C: 10 D: 4 E: 10	1	4	1	C: 10 D: 3 E: 9
ALERTAS SONORAS	3	3	6	C: 10 D: 4 E: 10	1	4	1	C: 10 D: 3 E: 9
COMPLEMENTOS EXTERNOS	3	B: 9 C:9 D:10 E:8	1	C: 10 D: 7 E: 9	1	C: 10 D: 10 E: 9	1	C:9 D:10 E:8
PÁGINAS OFICIALES + RRSS	5	A: 7 B: 8	4	A: 5 B: 9	5	A: 8 B: 5	3	A: 3 B:4
PÁGINAS EXTRA-OFICIALES	1	B: 8 D: 7	1	B: 7	1	B: 6	1	A: 2 B: 2

Tabla 11. Relevancia de funciones por canales en los juegos analizados

Relevancia de funciones

Función **A**: Primer
contacto/tutorizar

Función **B**: Socialización

Función **C**: Cooperación

Función **D**: Organización

Función **E**: Coordinación

4.3. Resultados de los videojuegos analizados

Una vez analizados los cuatro juegos hemos procedido a hacer una tabla (Tabla 11) en la que se resumen el número de canales de comunicación que cada juego contiene, así como la relevancia que se le da a estos y a las distintas funciones de su uso.

Comentar, antes de proceder a explicar los resultados, que se ha dado un rango de relevancia del 1 al 10, tanto por funcionalidades separadas como en su conjunto. Del mismo modo, veremos que en la tabla algunas funcionalidades no aparecen y es debido a que no se han incluido debido a que no se le da relevancia en el propio juego y por tanto no influye. Hacemos este comentario, ya que, en algunos juegos, no se ha dado puntuación por cada funcionalidad, sino que se ha puntuado distintos canales en su conjunto dado que su importancia es muy baja. Estos juegos han sido *Ingress* y *WoW*, en los apartados de Alertas Visuales y Sonoras, y en la siguiente muestra de resultados explicaremos por qué.

Dicho esto, procedemos a explicar los resultados que ha propiciado en análisis de los juegos en los que tiene un gran peso las declaraciones de los propios jugadores. Ya anteriormente, en el punto 4.1 habíamos hablado desde una perspectiva del desarrollo de los videojuegos, y de cómo se articulaba la comunicación en ellos. Dando un gran peso a la socialización, a las dinámicas interactivas, así como cooperación, organización etc.

No más lejos de la realidad, estos cuatro juegos tienen algo en común, y es que no pueden renunciar a la comunicación ya que sin ella el jugador no obtendría la experiencia que obtiene. ¿Por qué? Porque coinciden en algo más, y es que todas las herramientas tienen su base en la socialización, y es en ella donde las demás funciones se articulan. Aunque en mayor o menor medida, todos ellos apuestan por una serie de canales que favorezca la comunicación para la socialización, porque al crearse grupos, es más fácil el entendimiento entre jugadores y el desarrollo del propio juego.

De este modo, empezaremos analizando los resultados por el canal primordial que comparten los juegos analizados, y en el que se habla en la mayoría de artículos y manuales. Hablamos del *chat*, tanto escrito como por voz.

Tras los análisis, observamos que los juegos descritos, cuentan con sistemas de *chats* escritos, sean en mayor o menor número. En primer lugar, *Ingress* cuenta con solo tres canales de comunicación dentro del propio juego, donde el primer contacto con otros usuarios es el principal objetivo, del mismo modo que lo es la cooperación y la socialización, ya que recordemos, que en este juego, el uso que se le da al *chat* es puntualmente y solo para nuevos jugadores. En segundo lugar en *LoL* encontramos que la comunicación se ramifica en distintas partes, ya que de los siete *chats* que contiene, cada uno está dirigida a una acción comunicativa diferente, socializar, organizar, cooperar y coordinar. Mediante estos *chats*, los jugadores ejercen un tipo de comunicación más exacta, evitando así que en un mismo *chats* se hablen de diversos temas, hecho que podría llevar a la saturación de información por parte del jugador.

Es en estos dos juegos, donde encontramos una de las mayores carencias que en la actualidad tienen los videojuegos online a la hora de comunicarse y es el *chat* por voz. Una herramienta imprescindible a la que usuarios acuden de manera casi necesaria, para realizar cada una de sus partidas. Si es cierto, que en *Ingress* la importancia no tendría la misma magnitud que en *LoL* puesto que los jugadores, al tener que estar a mínimo 40 metros, es más fácil que lleguen a encontrarse y hablar con ellos, pero en *LoL* es una herramienta que a día de hoy el juego no tiene y que hace que muchos jugadores, acuden a herramientas externas para poder comunicarse vía voz. Ello no quiere decir que los *chats* de estos dos juegos, sean menos importantes, lo son y mucho ya que en la mayoría de veces, cuando se da una conversación por voz, esos jugadores ya se conocen, bien por amistad o por que lo han hecho a través de los *chats*, y una vez confiados, han decidido agilizar las conversaciones vía voz.

En cambio, *WoW* y *Counter* son juegos que gozan de los dos sistemas de comunicación, tanto escrito como por voz. Fueron los jugadores de *Counter* los primeros de estos cuatro juegos, de beneficiarse del *chat* por voz. Un *chat* por voz, que está muy diversificado y muy orientado a las funciones principales de la batalla, la cooperación, coordinación y organización, dado que es un juego que merece de especial atención, más incluso que los otros juegos analizados. En *Counter* la socialización no tiene tanta importancia como lo tiene una buena comunicación dentro de la batalla, si es cierto, que como en todos los juegos, la socialización es necesaria

para conocer a jugadores, que en la mayoría de ocasiones, terminaran en equipos cerrados de jugadores, que en un principio se encontraron en los *chats* públicos.

Una función completamente socializadora, resalta en *WoW* el mundo persistente más conocido entre los videojuegos, el cual ha creado una comunidad más allá de un juego de batallas y luchas. Esto se lo debe, en un alto porcentaje, a la buena comunicación con la que cuenta y es que en su *chat*, se pueden encontrar hasta 12 canales comunicativos, diferenciados, por las distintas batallas, por zonas y por acciones. Ya no solo es la forma en la que un usuario quiere ser escuchado (decir, gritar, susurrar) es la forma en la que su comunicación acapara todas las funciones que se necesitan, desde el primer contacto por las ciudades, hasta la coordinación más absoluta dentro de las batallas. *WoW* se articula como uno de los juegos que más corresponde a las directrices que se ha visto a la hora de desarrollar videojuegos, debido en parte, a la complejidad de su mundo y de su juego.

De ahí, que para tener una comunicación completa, hace relativamente pocos años, incluyeran el tan demandado *chat* por voz, una herramienta que agiliza las batallas e incluso favorece la comunicación entre los jugadores que ya se conocen.

Aunque incluso con un gran sistema de comunicación vía escrito y por voz, estos juegos se enfrentan con el mismo problema: el *chat* por voz. ¿Cómo puede ser? Incluso cuando dos de los juegos analizados cuentan con una herramienta tan demandada. Las razones son múltiples, desde la propia carencia del sistema como ocurre en *Ingress* o *LoL*, hasta la problemática con otros usuarios, la calidad técnica del *chat* y los problemas de latencia que interfieren. Porque en *WoW* y *Counter*, los *chats* por voz son un punto de encuentro con usuarios desconocidos, los que a veces hace que surja una fricción entre los propios usuarios desconocidos, y aunque pueden silenciarlos, prefieren no recurrir a estos sistemas. Del mismo modo, se ha hablado de la baja calidad de los *chats* por voz y de cómo activarlos supone una ralentización de juego.

Ante esto problemática, es necesario observar la fila de “Complementos externos” de la tabla. Solo con echar un vistazo, vemos que la media de relevancia que se le da en los juegos a los complementos externos es alta, algunas incluso más altas que las propias que ofrece el juego. Los cuatro juegos coinciden, en que estos complementos son los *chats* por voz externos como: Skype, Team Speak, Curse, etc. Herramientas

altamente conocidas tanto por jugadores como por los que no son, y que ofrecen un mejor servicio que no interfiere como el juego directamente (en el caso de *WoW* y *Counter*) del mismo modo que le dan la posibilidad de una comunicación por voz a aquellos juegos que carecen de ella. El motivo básico por el que se suelen usar estas herramientas externas es de cara a las batallas dentro del juego, donde la necesidad de estar a los mandos es indispensable, de ahí que los sistemas de *chat* por voz, vayan ganando terreno en lo que a rapidez a la hora de comunicarse para coordinar, organizar y cooperar. Tanto en *LoL*, *WoW* y *Counter*, hemos puesto solo un canal por complementos externos ya que en lo investigado, son las herramientas de comunicación externas las que mayor importancia requieren. En cambio, en *Ingress*, la comunicación vía voz no se suele dar por esos canales, ya que esto son más asociados a ordenadores y recordemos que *Ingress* es un juego móvil que ha de jugarse en la calle. Ellos también se comunican pero por medio de *chats* escritos como Whatsapp, Telegram, donde socializar es importante para la creación de un grupo consolidado, por *chats* vía voz en forma de *walkie-talkie*, o en herramientas propias desarrolladas para mejorar la jugabilidad, como pueden ser las aplicaciones creadas para realizar ciertos ataques, donde prima más lo visual como pueden ser mapas de zona.

Y es que, la comunicación entre jugadores puede ir más allá del lenguaje escrito u oral. Las señales visuales y sonoras, forman parte de nuestra vida y nos la hacen más accesibles ya que los humanos reaccionamos ante este tipo de alertas. Un muñeco en rojo en el semáforo, lo asociamos a no cruzar en este momento y escuchar una sirena de una ambulancia mientras vamos conduciendo, nos hace reaccionar a apartarnos para cederle el paso. En los juegos pasa algo similar para facilitar a los usuarios la comunicación y que hagan de esta un elemento colaborativo mediante las señales visuales y sonoras.

Destacan dos juegos, que son *LoL* y *Counter* cuyos mapas/radar son esenciales en una batalla para facilitar a priori la cooperación y coordinación de los jugadores, en un segundo lugar, la organización, ya que esta, es más que probable que se haya llevado a cabo antes de entrar en la batalla, pero e igual de necesaria en caso de reorganización. En los manuales no hay referencias exactas a la ayuda que ejerce las señales visuales y sonoras, aunque si es cierto que se habla de incluir mapas para

facilitar la situación del lugar al jugador, y también el sonido como medio para reacción a determinados aspectos.

Con todo y con ello, las alertas sonoras y visuales van de la mano, ya que la alerta sonora nos hace mirar al mapa para ver el punto donde se encuentra la alerta visual. Ambas cuentan con la misma importancia, y estos dos juegos se la dan. No quiere decir que *WoW* e *Ingress* no se la den. Lo hacen pero en menor medida, ya que por ejemplo en *WoW*, el mapa es usado para situarse en ciertos lugares o encontrar ítems de manera individual, pero de manera grupal el uso es menor. *Ingress*, hace un uso parecido puesto que las alertas visuales son escasas e informan de aspectos como portales cercanos o ataque a los propios, que aunque parezca algo muy importante, los jugadores no le dotan de mayor relevancia ya que llevan un gran control sobre ellos.

La comunicación que se fragua dentro del juego es fundamental, es un hecho que desarrolladores y jugadores saben. El juego es el punto de encuentro entre usuarios que durante horas, se sumergen en un mundo paralelo, donde hablan con amigos que un día fueron desconocidos, pero que gracias a la comunicación que el juego propició, tienen una relación de amistad. Los jugadores entrevistados, hablan de como en el juego hicieron nuevas amistades que han traspasado las pantallas.

Pero la comunicación externa al juego, propiamente dicho, tiene una relevancia importante en cuanto a socialización se refiere. Páginas web oficiales y redes sociales, son un portal informativo para los usuarios, tanto nuevos como veteranos, que en las páginas encuentran información muy valiosa para desarrollarse dentro del juego. *Ingress* por ejemplo, cuenta con 5 canales comunicativos y en ellos se promueve el uso de las redes sociales para establecer lazos entre usuarios. La creación de la comunidad de *Ingress* en Google + es un lugar de referencia para resolver dudas y conocer jugadores que incluir en las hermandades.

Algo similar hace *LoL* cuyas páginas, están cargadas de elementos que la propia comunidad ha creado, de noticias, de preguntas y respuestas y de otro canal muy importante: los foros. Un lugar que para mucho es su salvación cuando tienen dudas, dado que acuden a dichos portales oficiales por la confianza que estos transmiten, y porque saben que en ellos encontrarán respuestas creadas por los propios

desarrolladores. Así la relevancia de estos canales gira en torno al primer contacto y a la socialización, como medio para crear una comunidad.

En ella está intrínseca la colaboración, porque los foros están hechos para ello, para colaborar y ayudarse entre usuarios, ya sea por problemas de internet como consejos para dominar mejor un campeón. *WoW* sigue la estela de los juegos, siendo uno de los más reconocidos por además dar soporte oficial a páginas de fans. En las páginas de *WoW* se ven foros, que cumplen la misma función que los de *LoL*, pero además resalta algo muy importante, y es el fácil acceso que se tiene a guías sobre el juego, orientadas a nuevos jugadores con consejos básicos e imágenes interactivas, como guías para usuarios que vuelven a jugar después de un periodo. Esto es una propuesta de valor, que a nivel comunicativo fortalece la comunidad dentro del juego al ligarla completamente.

En cambio, *Counter* siendo un juego altamente conocido, tiene unas páginas oficiales y redes sociales muy descuidadas, donde los foros apenas se usan. Ciertamente es que *Counter*, del mismo modo que *WoW* lo hace con Blizzard, está bajo el manto de Steam, la comunidad a la que pertenece el juego junto con otros, pero con todo y con ellos las páginas están abandonadas, hasta el punto de que algunas no tienen ni traducción al español.

Antes casos como este y por carencia de funcionalidades dentro del juego o de los canales oficiales, son los propios usuarios los que desarrollan páginas extraoficiales dedicadas a temas concretos de los juegos, como pueden ser guías y manuales, así como foros, o comunidades privadas de jugadores, que sirven para coordinar y organizar sus grupos de juegos. Por ejemplo en *Ingress*, es habitual encontrar comunidades privadas de jugadores a las que solo se puede acceder mediante invitación, lo mismo pasa en *WoW* con las hermandades, que han creado páginas debido al gran número de jugadores que las componen (aunque estas son cada vez menos habituales). Las guías y manuales mencionados con anterioridad, son los elementos más habituales y las páginas de fans, ya que dan trucos y recomendaciones de la propia experiencia de los usuarios.

Esto hace plantearse una cuestión, y es ¿por qué los entes oficiales no refuerzan sus páginas externas e incluyen lo que ofrecen las páginas de fan? Bien, aunque esto es una respuesta subjetiva, hace pensar que mientras sean los usuarios los que

expanden la comunidad y creen canales donde la comunicación alrededor del juego siga fluyendo, no hace falta ya que la comunidad dentro del juego va a seguir estando.

Queremos volver a incidir, en que esos resultados son frutos del análisis propio y de la ayuda de las experiencias que nos han ofrecido los usuarios. Al analizar, queda patente que en estos juegos la comunicación es fundamental, pero que cada juego la adapta a su manera, debido a las necesidades que los usuarios requieren. Por ejemplo en *Ingress*, la comunicación se articula a canales externos, en *LoL* la comunicación vía señales visuales y sonoras facilitan la jugabilidad a los usuarios, en *WoW* los canales de *chat* son parte primordial para la creación de la comunidad y en *Counter* los *chat* por voz y los radares agilizan la comunicación tanto individual como grupal.

5. Conclusiones y futuros desarrollos de la investigación

A lo largo de esta investigación hemos podido conocer cómo se articula la comunicación en los juegos, de qué manera influye y en qué factores y del mismo modo, hemos ampliado las respuestas que nos hemos ido haciendo a lo largo de la investigación. Nuestro principal objetivo era conocer en qué grado los videojuegos se apoyaban en la comunicación para derribar la cuarta pared, mediante el uso que los propios jugadores le daban. En primer lugar, es algo evidente que los videojuegos, y sobre todo los online, se apoyan en la comunicación para favorecer y fortalecer el diálogo entre los usuarios.

Esta propuesta de valor por parte de los desarrolladores, tiene un mayor o menor peso depende el juego y de la tipología de este. Pero si en algo coinciden todos es que la comunicación es necesaria, y mucho. ¿Por qué? Porque el mejor método para que los jugadores sean recurrentes es crear una buena comunidad alrededor del juego. Como vimos, Beatriz Marcano sostenía que gracias a la comunicación se creaban vínculos sociales, haciendo a los jugadores, parte de un grupo. Efectivamente, uno de los pilares para romper la cuarta pared pasa por romper la barrera de la distancia, y en los juegos analizados, hemos podido comprobar que los jugadores tienen los medios suficientes para comunicarse como si uno al lado de otro estuviese.

Hemos visto la importancia de que un equipo esté bien comunicado para poder progresar en el juego, haciendo que esto influya directamente en la jugabilidad, ya que si no hay herramientas, ya sean *chats*, voz o señales, el juego pierde fuerza al imposibilitar el diálogo y la estrategia del propio juego. Por ello, la comunicación influye y más cuando se juega en colaboración con otros usuarios.

Partíamos de una hipótesis en la que se hablaba de que los jugadores han pasado de dirigir a un personaje, a ser ellos, y aunque durante muchos años los juegos offline lo han intentado mediante comunicación juego-usuario, la verdadera ruptura de la cuarta pared solo tiene sentido cuando es el usuario el que quiere ser parte real de un juego virtual. Nosotros entendemos, que cuando un jugador decide entrar en un videojuego online, puede hacerlo de manera casual para pasar el rato, o puede hacerlo de una manera más seria, siendo esta última la llave para romper la cuarta pared.

Quien juega de una manera más seria o profesional, ha de sumergirse en el mundo que está entrando, porque creyendo formar parte de ello es cuando romperá la pared entre lo real y lo virtual. En ello influye como esté gestionad los gráficos y la propia jugabilidad, pero las herramientas de comunicación juegan un papel fundamental rompiendo la barrera de la distancia al conseguir unir a personas desconocidas y de dentro o fuera de sus fronteras, para que colaboren y así conseguir un mismo objetivo.

La ruptura de la cuarta pared es algo que siempre va a tener dos caras, una que afirme que es posible, y otra que afirme que no, pero es de parte de los jugadores de quien dichas afirmaciones cojan poder. De momento, los juegos analizados han creado potentes sistemas de comunicación que aunque cuenten con más o menos canales para el diálogo, consiguen el objetivo deseado y es que los usuarios socialicen, porque es ahí donde hemos encontrado la conclusión al trabajo: la socialización.

Sin promover la socialización un videojuego online perdería toda su fuerza porque al no buscar un punto de unión, la colaboración no llegaría a su punto más álgido. Sin socialización los usuarios no crearían comunidades dentro y fuera de los videojuegos, no se conocerían los unos a los otros y no establecerían los lazos que se crean y que repercuten de manera positiva, cuando lo hacen, en la jugabilidad.

La socialización es la base para que se rompa la cuarta pared o en su defecto, para que el círculo mágico, atrape a los usuarios, haciéndoles sentir un mundo real cuando están en uno virtual. De este modo las herramientas de comunicación de los videojuegos online, se desarrollan en torno a la socialización, creando *chats* públicos donde todos los jugadores pueden hablar con todos, creando *chats* de equipos para que puedan conocer a las personas con las que vas a jugar y con las del equipo contrario.

No obviamos el resto de herramientas de comunicación, como las destinadas a cooperar, organizar y ayudar, que aunque no tenga una base socializadora, son resultado de esta. Por ejemplo, los *chats* por voz han supuesto un gran avance que aúna las distintas funciones y además agiliza la jugabilidad a los usuarios. También resultado de la búsqueda de la socialización, son los foros y *fan pages*, comunidades creadas alrededor de los videojuegos, que promueven la ayuda entre usuarios, haciendo que los vínculos entre jugadores, traspasen el propio juego.

Sin duda, el problema a solucionar es el *chat* por voz, una herramienta de vital importancia cuando se trata de los modos competitivos. Es un tema pendiente en todos los juegos, ya sea por carencia o por problemática. Con todo y con ello, los *chats* por voz cumplen una de las funciones más importantes dentro de los juegos, ya que su función está orientada a la jugabilidad.

Ingress, *LoL*, *WoW* y *Counter Strike*, tienen el éxito que merecen porque han sabido articular con maestría la creación de una comunidad y una buena experiencia del juego. Para llegar a ello han apostado por la comunicación, haciendo de ella una baza para la creación de una comunidad que traspasa las pantallas, y ello lo han confirmado todos los usuarios que hemos ido entrevistado: sin comunicación todos los juegos perderían su sentido.

Tras esta investigación, queremos darle un vuelco a la concepción de la cuarta pared. Tras entrevistar a los jugadores e analizar los juegos, nos hemos dado cuenta de que sí, las herramientas de comunicación favorecen la ruptura de la cuarta pared, pero la favorecen gracias a que son los usuarios, quien haciendo uso de las herramientas crean los vínculos para que el juego sea algo tan real, en cuanto a socialización, como la vida.

En cuanto a los futuros desarrollos de la investigación, es muy interesante remarcar que esta investigación abre el camino a futuros desarrollos. Tras la investigación sería interesante incidir de manera directa, a pesar de que es algo que ya se ha tratado, en la importancia de la socialización en los videojuegos, pero hacerlo de manera más extensa y tomando de punto de inicio esta investigación.

Esta investigación podría profundizar hasta el punto de proponer nuevos sistemas comunicativos para los videojuegos. Nos referimos a proponer un modelo comunicativo para los videojuegos, donde muchas de las herramientas que ya conocemos puedan simplificarse y sean más accesibles a los usuarios, incluyendo, en caso de que sea necesario, sistemas por voz donde haya limitaciones para que ello no repercuta negativamente en la socialización. También buscar el modo de integrar todas los canales de comunicación externa como foros, guías etc, dentro del juego, para que el jugador acceda a ello de manera más rápida.

5. Conclusions and future research developments

Throughout this investigation we have known how communication is structured in video games, how and what factors influence and likewise, we have expanded the answers that we have been doing throughout the investigation. Our main objective was to learn to what extent the game relied on the media to knock down the fourth wall, using the players themselves gave him. First, it is obvious that video games, especially online, rely on the communication to promote and strengthen dialogue between users.

This value proposition by developers, has a greater or lesser weight depends on the game and the type of this. But if something concur all, is that communication is needed. Why? Because the best way for players to be recurring is to create a good community around the game. As we saw, Beatriz Marcano argued that thanks to social communication links were created, making the players, part of a group. Indeed, one of the pillars to break the fourth wall happens to break the barrier of distance, and in this analyzed games, we have seen that players have the means to communicate as if you were side by side.

We have seen the importance of a well-connected team to progress in the game, making it directly influences in the gameplay, because if there are no tools, whether *chats*, voice or signals, the game loses strength to preclude dialogue and the strategy of the game itself. Therefore, the communication influences, especially playing together with other users.

We started from a situation in which there was talk that players have passed to direct a character to be them, and although for many years the offline games have tried a communication game-user, the real fourth wall break, only makes sense when the user is the one who wants to be a real part of a virtual game. We understand that when a player decides to enter an online video game, he can do it casually to hang out, or he may do it in a more serious way, the latter being the key to break the fourth wall.

Who plays a more serious or professional way, needs to dive into the world that is entering, because believing part of it, is when you break the wall between the real world and the virtual. This is influenced as it is managed the graphics and the gameplay itself, but the communication tools play a fundamental role by breaking the

barrier of distance to get strangers and unite within or outside their borders, to collaborate and thus get a same goal.

The fourth wall breaking is something that will always have two faces, one that affirms that it is possible, and another stating that no, but the players are who can catch such statements. For now, analyzed games have created powerful communication systems even though than they have more or fewer channels for dialogue, achieve the desired objective is that users socialize, because that's where we found the conclusion to work: socialization.

Without socialization promote an online game would lose all of its force because not find a junction, the collaboration would not reach its peak. Without socialization users wouldn't create communities inside and outside the game, they wouldn't met to each other and wouldn't establish the bonds that creating and impacting positively when they do, in the gameplay.

Socialization is the foundation for the fourth wall break, or failing that, for the magic circle trap users into a real world, feel that they are in a virtual one. Thus that, communication tools of online video games are developed around socializing, creating public *chats* where players can talk to everyone, creating chats equipment so they can meet people with whom you play and the opposing team.

We don't ignore other communication tools, such as those intended to cooperate, organize and assist even without socializing hadn't have a base, are a result of this. For example, voice *chats* have made a breakthrough that combines the various functions and also speeds the gameplay to users. Also search result of socialization, are forums and *fan pages*. Communities created around video games that promote support among users, making the links between players, break through the game itself.

Undoubtedly, the problem to be solved is the voice *chat*, a tool of vital importance when it comes to competitive modes. It is an outstanding topic in every game, either deficiency or problematic. Still and thus, voice *chats* meet one of the most important functions within games, because its function is oriented gameplay.

Ingress, *LoL*, *WoW* y *Counter Strike* have the success they deserve because they have articulate the creation of a community and a good gaming experience. To

achieve this they have invested in communication, making it an asset for the creation of a community that transcends the screen, and this has been confirmed by all users who have been interviewed: without communication all games lose their sense.

After this investigation, we want to shake up the concept of the fourth wall. After players interviewing and analyze games, we have realized that yes, communication tools favor breaking the fourth wall, but the favor thanks are to the users who using the tools create the links to make the game as real, in terms of socialization, like life.

As for the future development of research, it is interesting to notice that this research opens the way for future developments. After investigation would be interesting to stress directly, although it is something that has already been discussed, the importance of socialization in video games, but do it more extensively and taking a starting point, this research.

This research could deepen to the point of proposing new communication systems for video games. We refer to propose a communication model for gaming, where many of the tools that we already know can be simplified and more accessible to users, including, if necessary, systems voice constrained to not negatively impact in to the socialization. Also find a way to integrate all external communication channels such as forums, guides etc, within the game, for the player can access it faster.

6. Bibliografía

ADAMS, ERNEST. *Fundamentals of Game Design*, United States of America, New Readers, [2009] pp. 591-618

ADAMS, ERNEST. *Fundamentals of Game Design*, United States of America, New Readers, [2014] pp. 383-386

ADAMS, ERNEST & DORMANS, JORIS. *Game Mechanics. Advanced Game Design*. New Riders Games [2012]

AMADÍO, ARIEL. El modelo de Roman Jakobson Evolución hacia otros modelos de comunicación. [En línea] Disponible en: <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/3-Modelo-de-Roman-Jakobson.pdf> [Consultado el 9 de octubre de 2015]

ARANDA. D, GÓMEZ. S, NAVARRO. V, PLANELLS. AJ. *Game & Play. Diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*. Barcelona, Editorial UOC [2015]

BROWN, DOUGLAS. *The suspension of disbelief in video games*, London, Brunel University School of Arts PhD Theses, [2012] pp. 159-212

BURGER-HERLMCHEN, T. & COHENDET, P. User Communities and Social Software in the Video Game Industry. En: *Long Range Planning*, vol 44, 2011, pp. 317-343

CONWAY. S. A circular wall? Reformulating the fourth wall for video games. En: *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, nº2(2), 2010, 145–155.

DE MIGUEL PASCUAL, ROBERTO. *Fundamentos de la comunicación humana*, Alicante, Editorial Club Universitario, [2006] pp 11-27

Dirección General de Ordenación del juego. Informe: Análisis del perfil del jugador online. *Dirección General de Ordenación del juego*. [2014]

Etapas del proceso de la comunicación. *Instituto Alberto Blest Gana*. [En línea] Disponible en: http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/com_organiz/Unidad3/contenido2.htm [Consultado el 8 de octubre de 2015]

GÓMEZ GARCÍA, SALVADOR. Videojuegos: El desafío de un nuevo medio a la Comunicación Social. En: *Revista Historia y Comunicación Social* nº 12, 2007; pp. 71-82

GONZÁLEZ SÁNCHEZ, JOSÉ LUIS. *Jugabilidad. Caracterización de la Experiencia del Jugador en Videojuegos*. Granada, Editorial de la Universidad de Granada [2010]

HUGUET, J. & GONZÁLEZ. JJ. *Todo lo que hay que saber sobre marketing y videojuegos*. España, Wolters Kluwer [2012]

LEVIS, DIEGO. Los videojuegos un fenómeno de masas. [En línea] Disponible en: <https://levistextos.files.wordpress.com/2013/08/librovideojuego.pdf> [Consultado el 11 de octubre de 2015]

LÓPEZ. A, ENCABO. E & JEREZ. I. Competencia digital y literacidad: nuevos formatos narrativos en el videojuego «Dragon Age: Orígenes». En: *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, nº 36, 2011; pp 165-171

LÓPEZ BARINAGA, BORJA. *Historia, Teoría y Práctica del Diseño Conceptual de Videojuegos*. España, Alesia Games & Studies [2010]

LORÍA MENESES, RÓGER. Comunicación oral y escrita. Guía de Estudio. UNED. [En línea] Disponible en: <http://www.uned.ac.cr/ecsh/images/documentos/LitGramma/guiADIDActica-709-2012-3.pdf> [Consultado el 9 de octubre de 2015]

MARCANO, BEATRIZ. *Factores emocionales en el diseño y la ejecución de videojuegos y su valor formativo en la sociedad digital. El caso de los videojuegos bélicos*, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca y Beatriz Elena Marcano Lárez, [2014]

MARÍN DÍAZ, VERÓNICA. Los videojuegos como medio de comunicación didáctica en el seno familiar. En: *Comunicar - Revista Científica de Comunicación y Educación*, nº 23, 2004, pp: 115-119

Modelo de Jakobson. *Comunicólogos*. [En línea] Disponible en: <http://www.comunicologos.com/teor%C3%ADas/modelo-de-jakobson/> [Consultado el 8 de octubre de 2015]

ROIG SEGOVIA, EDUARDO. La realidad alternativa de los videojuegos. La realidad alternativa de los videojuegos *Imagen, Cultura y Tecnología: medios, usos y redes. Actas del Segundo Congreso Internacional sobre Imagen, Cultura y Tecnología*. 2012; pp 80-89

ROIG SEGOVIA, EDUARDO. La ruptura de la cuarta pared. En: *Detail*, nº 6, 2010; pp 612-614

SAEZ SORO, EMILIO. Trabajo Colaborativo en red. En: *Comunicación y medios*, nº 17, 2006, pp. 1-11

SAEZ SORO, EMILIO. Videojuegos de universos persistentes. La comunicación en la construcción de una vida virtual. En: *Comunicación*, Nº 7, Vol.1, 2009; pp. 205-221.

SALEN, K. & ZIMMERMAN, E. *Rules of Play: The Game Design Fundamentals*. London, MIT Press [2003] p. 369

SCOTT, ROGERS. *Level Up. The Guide to Great Video Game Design*. United Kingdom, John Wiley & Sons [2010]

ZAGALO, NELSON. Alfabetización creativa en los videojuegos: comunicación interactiva y alfabetización cinematográfica. En: *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación* nº 35, v. XVIII, octubre de 2010; pp. 61-68

Ingress

Ingress (2013) [Videojuego] Niantic Labs

Recursos:

Enlightened Cat. *Enlightened Cat*. [En línea] Disponible en: <http://be.enlightened.cat/index.es.html> [Consultado el 17 de noviembre de 2015]

Guía Juego Ingres. *Niantic Project*. [En línea] Disponible en: <https://docs.google.com/document/d/1BqJtBVxlUNHNtlksoZyIFLfJy4w1qTqE7G6fretDzQY/edit?copiedFromTrash> [Consultado el 13 de noviembre de 2015]

Ingress. *Google +*. [En línea] Disponible en: <https://plus.google.com/+Ingress> [Consultado el 17 de noviembre de 2015]

Ingress España. *Google +*. [En línea] Disponible en: <https://plus.google.com/communities/104666287647753980083> [Consultado el 17 de noviembre de 2015]

Ingress. *Ingress*. [En línea] Disponible en: <https://www.ingress.com/> [Consultado el 15 de noviembre de 2015]

Ingress, cómo un juego de realidad virtual te cambia la vida. *Xataka*. [En línea] Disponible en: <http://www.xatakandroid.com/juegos-android/Ingress-como-un-juego-de-realidad-virtual-te-cambia-la-vida> [Consultado el 13 de noviembre de 2015]

Ingress, el mobile game de Google, aterriza en iOS. *Applicantes*. [En línea] Disponible en: <http://applicantes.com/Ingress-juego-google-ios-iphone-ipad/> [Consultado el 15 de noviembre de 2015]

Ingress, manual básico para empezar a jugar. *Xataka*. [En línea] Disponible en: <http://www.xatakandroid.com/juegos-android/Ingress-manual-basico-para-empezar-a-jugar> [Consultado el 13 de noviembre de 2015]

League of Legends

League of Legends (2009) [Videojuego] Riot Games

Recursos:

El fenómeno *League of Legends*. *Meristation*. [En línea] Disponible en: <http://www.meristation.com/pc/reportaje/el-fenomeno-league-of-legends/1834229/58?p=2> [Consultado el 20 de noviembre de 2015]

Foros. *League of Legends*. [En línea] Disponible en: <http://forums.euw.leagueoflegends.com/board/> [Consultado el 20 de noviembre de 2015]

Guides *.LoLking* [En línea] Disponible en: <https://www.LoLking.net/guides/> [Consultado el 21 de noviembre de 2015]

Información del juego. *League of Legends*. [En línea] Disponible en: <http://gameinfo.euw.leagueoflegends.com/es/game-info/> [Consultado el 20 de noviembre de 2015]

League of Legends tiene 27 millones de jugadores diarios. *Europapress - Portaltic*. [En línea] Disponible en: <http://www.europapress.es/portaltic/videojuegos/noticia-league-of-legends-tiene-27-millones-jugadores-diaros-20140128103447.html> [Consultado el 19 de noviembre de 2015]

LoLNexus. *LoLNexus* [En línea] Disponible en: <http://www.LoLnexus.com/> [Consultado el 21 de noviembre de 2015]

LoLking. *LoLking* [En línea] Disponible en: <https://www.LoLking.net/> [Consultado el 21 de noviembre de 2015]

Qweasdzxc (2011) Diccionario de terminología en *LoL. League of Legends* [En línea] Disponible en: <http://forums.euw.leagueoflegends.com/board/showthread.php?t=410626> [Consultado el 20 de noviembre de 2015]

Shinen (2010) Frases para novatos y Acronimos en *LoL. League of Legends* [En línea] Disponible en: <http://forums.euw.leagueoflegends.com/board/showthread.php?t=2377> [Consultado el 20 de noviembre de 2015]

World of Warcraft

World of Warcraft (2004) [Videojuego] Blizzard Entertainment

Recursos:

First Quarter 2015 Results. *Blizzard Entertainment* [En línea] Disponible en: http://files.shareholder.com/downloads/ACTI/143250004x0x827038/09A38BD7-26F9-4B5F-AADA-003B705B8B09/Q1_2015_ATVI_Slides.pdf [Consultado el 31 de noviembre de 2015].

Foros. *WoWaura* [En línea] Disponible en: <http://www.WoWaura.com/v2/foros/index.php?board=19.0> [Consultado el 31 de noviembre de 2015].

Guía para principiantes. *Blizzard Entertainment*. [En línea] Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/game/guide/> [Consultado el 2 de diciembre de 2015]

Infografía oficial de *World of Warcraft*. *Blizzard Entertainment*. [En línea] Disponible en: <http://media.WoW-europe.com/infographic/es/world-of-warcraft-infographic.html> [Consultado el 2 de diciembre de 2015]

Pälantir (2011) Diccionario del *WoW*. *World of Warcraft Forums* [En línea] Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/forum/topic/1679608363> [Consultado el 2 de diciembre de 2015]

Tharanea (2012) [Guía] *Chatear en el Juego*. *World of Warcraft Forums* [En línea] Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/forum/topic/5208431347> [Consultado el 2 de diciembre de 2015]

World of Warcraft pierde 2,9 millones de usuarios, ¿por qué? *DRDK*. [En línea] Disponible en: <http://www.derogueadeathknight.eu/2015/05/world-of-warcraft-pierde-29-millones-de-usuarios-por-que/> [Consultado el 31 de noviembre de 2015].

WoW Chat. WoWpedia [En línea] Disponible en: http://WoW.gamepedia.com/Chat#Basic_Chat_with_Audible_Sounds [Consultado el 1 de diciembre de 2015].

World of Warcraft. Blizzard Entertainment [En línea] Disponible en: <http://eu.battle.net/WoW/es/> [Consultado el 2 de diciembre de 2015]

World of Warcraft, el juego de rol online que va mucho más allá de las pantallas. *El País*. [En línea] Disponible en: <http://one.elpais.com/world-of-warcraft-el-juego-de-rol-online-que-va-mucho-mas-alla-de-las-pantallas/> [Consultado el 1 de diciembre de 2015].

WoWchakra. WoWchakra [En línea] Disponible en: <http://www.WoWchakra.com/> [Consultado el 3 de diciembre de 2015].

Counter Strike

Counter Strike (1999) [Videojuego] Valve Corporation

Counter Strike: Global Offensive (2012) [Videojuego] Valve Corporation

Recursos:

Counter-Strike. Wikipedia. [En línea] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Counter-Strike> [Consultado el 20 de diciembre de 2015].

Counter Strike Control. Wikia. [En línea] Disponible en: <http://counterstrike.wikia.com/wiki/Controls> [Consultado el 19 de diciembre de 2015].

How Professional Teams Communicate. *CyberGamer*. [En línea] Disponible en: <http://au.cybergamer.com/forums/thread/550855/How-Professional-teams-communicate/> [Consultado el 19 de diciembre de 2015].

[ESP] Guía básica para iniciarse en el ambiente Competitivo. *Steam Forums*. [En línea]. Disponible en: <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=311800307> [Consultado el 23 de diciembre de 2015].

Guía CS: GO. Todo lo que necesitas saber [ESPAÑOL]. *Steam Forums*. [En línea] Disponible en: <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=398048577> [Consultado el 23 de diciembre de 2015].

15 años de éxito sin cambiar la fórmula. *Zoomnews*. [En línea] Disponible en: <http://www.zoomnews.es/369334/insert-coin/counter-strike-15-anos-cambiar-formula> [Consultado el 4 de enero de 2016].

Map Call-Outs (Competitive Maps). *Steam Forums*. [En línea] Disponible en: <http://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=157442340> [Consultado el 4 de enero de 2016].

7. ANEXOS

**** Es probable que se encuentren faltas ortográficas escritas por los usuarios**

7.1. Documentos *Ingress*

* El siguiente usuario fue contactado a través del juego *Ingress*

Usuario Chrismk

Bueno, es difícil explicarte así todo lo que implica *Ingress* a nivel social si no has llegado a jugar ni interactuar con otros jugadores, pero aun así trataré de explicarte más o menos todo lo que sé que pueda llegar a ayudarte.

En *Ingress* hay solo dos facciones:

Enlightned: Iluminados a favor del uso de una tecnología/conocimientos que ayuden a la humanidad a alcanzar un plano más elevado y evolucionado).

Resistance: Resistencia, en contra de usar esos conocimientos o tecnología que provienen de otro planeta, dado su origen extraterrestre en el sentido no terrestre pues puede llevar a subyugar a la humanidad.

La elección de facción no es final ya que siempre tienes oportunidad de cambiar de facción como en casos que te puedo contar. Normalmente la decisión se hace por diferentes motivos:

1- Lo más usual es que un conocido te hable del juego te lo enseñe, o lo conozcas a través de publicaciones tuyas en medios como Facebook o google plus y te hagas de la misma facción que él.

2- Te leas la explicación de cada facción que te da el juego al empezar y decidas unirme a una de ellas por afinidad ideológica.

El resultado varia depende de la zona geográfica, en muchos países el nombre de resistencia tiene una implicación romántica al relacionarlo con la Resistencia francesa contra el nazismo, en otras zonas como en Estados unidos el color azul va ligado a un sector político y en general en todo el mundo el color verde va siempre relacionado con los ideales “verdes” ecológicos. También se ha culpado de la mayoría de una facción por el simple hecho de que el botón para escogerla sale en la pantalla en posición superior a la otra, siendo la primera que se lee y se ve...

Ingress es básicamente un juego “wintradding” es decir, una facción necesita de la otra para hacer puntos, básicamente porque si un portal es de tu facción pocos puntos puedes hacer interactuando con dicho portal.

Necesitaba hacerte una pequeña introducción para que entiendas el resto.

Ingres para mí es un juego social, básicamente necesita de una socialización por parte de los jugadores para que adquiriera un nivel de juego atractivo, al menos ese es mi caso, aunque hay diferentes tipos de jugador. Te paso a contar mi historia dentro del juego para que te hagas una idea y te planteare las otras opciones y tipos de juego.

El juego acaba de cumplir ahora mismo 3 años de vida contando el tiempo que funciono en modo Beta (a prueba) tiempo en que yo empecé a jugar, se distingue a los jugadores más “antiguos” que empezaron en la versión Beta por una medalla llamada “founder” que muestra un dibujo del hombre de Vitrubio. Desde entonces no ha parado de evolucionar de una manera u otra. Dejando de lado ítems del juego que han ido apareciendo como las capsulas o algún tipo de arma como los Ultrastrikes; al principio solo había 8 niveles, cosa que hacia dejarlo a mucha gente al llegar a nivel 8 y ya no poder ascender de nivel, otros jugadores seguían jugando pero se dedicaban más a la formación y ayuda de los “lows” (cualquier jugador por debajo de nivel 8). Ese fue mi caso, al ser un juego basado en geolocalización a través de satélite y ubicación, es relativamente sencillo saber por dónde se mueve o donde actúa cierto jugador, subir los primeros 2 o 3 niveles en tu barrio o zona de juego, por ejemplo de casa al trabajo o paseando al perro, aunque no sepas jugar del todo bien y se te escapen cosas, subir más era más difícil antiguamente. Cuando era nivel 3 y jugando por Sagrada familia, una zona donde fui expresamente sabiendo que podía haber muchos portales, una agente me contacto por el *chat* de la facción y me dijo que si esperaba un poco , se acercaba y me echaba una mano. Fue ella la que me encontró y me explico cosas que no sabía del juego y a manejarme mucho mejor, se convirtió en mi mentora y me ayudo a subir rápidamente 3 niveles más y a partir de ahí se convirtió en una persona de contacto con quien quedar para ayudarme a subir nivel 8, la meta en esos tiempos. Descubrí que era una de las grandes jugadoras locales, con muchos puntos y muy activa en el juego, con reconocimiento entre el resto de jugadores, y me enseñó no solo a hacer puntos sino que me trasmitió su ética de juego, cosas que no debían hacerse, cosas que no podían hacerse y también me enseñó que saludar a alguien del bando contrario era algo normal y lógico al tratarse de un juego. (Para destruir un portal hace falta que la persona esté físicamente contigo ahí)

Por el canal de *chat* de la facción ya me habían dicho que había una comunidad Enlightened en G+ donde podía pedir acceso y encontraría a jugadores de mi zona con quien quedar y jugar juntos, tutoriales, ayuda y diferentes secciones donde poder postear. Tras entrar en la comunidad te muestran otro software de comunicación ajenos a *Ingress* por donde comunicarte, ya sea groupme, slack, hang out, telegram e incluso whatsapp. Ese software es necesario ya que se trata de minimizar todo lo

posible la fuga de información al bando contrario, y los *chats* del juego no son seguros, siempre puede haber un infiltrado con una cuenta de tu facción que juegue en el otro bando, de ahí la importancia que le damos a contactar en persona, aunque no solo por ese motivo.

Es un juego en el que se realizan operaciones importantes a nivel local, nacional e incluso internacional, con agentes de diferentes países involucrados, estas operaciones, a veces planeadas durante meses no pueden darse a conocer a todos los jugadores para evitar ser saboteadas, es por eso que normalmente se crean subgrupos con agentes de confianza. Lo normal es que el grupo local de un barrio se comunique por whatsapp o slack o ho o telegram. Luego están los grupos más grandes que cubren a jugadores de zonas más amplias y aún existen grupos más reducidos a los que te dan acceso cuando el nivel de confianza y de apoyo a la comunidad o hasta motivación e implicación es conocido. Además están los encargados de ser enlaces a nivel europeo o con otros países, son agentes de confianza que tienen gran conocimiento del juego y aparte saben idiomas y mantienen contacto con el resto de agentes de otros países que se encargan de la misma función.

Así pues dentro de una comunidad está el grupo de desarrolladores, informáticos en su mayoría que se encargan de encontrar programas que faciliten la comunicación entre jugadores o la creación de páginas web.

Me voy a centrar en como usamos las herramientas de comunicación en el juego y como traspasan a la vida offline que creo que es lo que más necesitas saber.

En el juego es muy importante la fidelización de los jugadores a una facción, se necesita un mínimo de 8 jugadores de nivel 8 para poder montar un portal a nivel 8 (máximo niv. Proporciona los mejores objetos: bombas niv 8, etc) eso hace que tengan que quedar esos jugadores en un punto determinado a una hora concreta para montar esos portales. Por eso hace falta un contacto por software ajeno al juego. Como en todas las guerras, hay espionaje y contraespionaje, topes, etc ... De ahí la necesidad de verse en persona, no solo para verificar que es quien dice ser, sino también para hacerle una llegada al juego más sencilla y amena, explicarle como jugar mejor y cosas por el estilo. El modus operandi es descubrir un jugador nuevo gracias al juego ya que te indica por donde está, si está por tu barrio, preguntarle si

es del barrio, si quiere que le echés una mano, si necesita ayuda para algo, hacer un café... Hablarle de la comunidad de G+ y hablarle de un *chat* que se usa para comunicarse entre los jugadores.

Este *chat* está separado y filtrado, es decir, los jugadores nuevos son ... no vigilados sino más bien tutelados y ayudados para que se impliquen más en el juego, se les habla de las reuniones para jugar "quedadas/farms" se les habla de sitios donde pueden ir a jugar, se les proporciona toda la ayuda legal que se pueda. Normalmente con el contacto al final se hace amistad o colegueo y se comparten coches para salir de Barcelona o incluso del país, se hacen operaciones conjuntas y ese jugador va subiendo de nivel, de relación con más jugadores y se gana la confianza de los otros jugadores y va escalando por llamarlo así, y accediendo a *chats* más restringidos en los que se comentan temas más importantes o se podría decir sensibles o secretos. (No podía hablar directamente con él)

Los jugadores locales también pueden usar otro tipo de comunicadores como whatsapp Aunque normalmente se usan slack o groupme o tipos así porque admiten la creación de grupos de más de 100 personas. La comunidad Enlightened de Catalunya cuenta con más de mil miembros.

Existen grupos por autonomías, países, incluso grupos llamados mixtos que comprenden jugadores de las dos facciones que no tienen por qué llevarse mal y usan para comunicarse de cosas del juego o completamente ajenas.

Se realizan grupos para eventos en el extranjero para coordinar alojamiento, vuelos, etc.

Se usa también el software de comunicación via mobil Zello que hace las funciones de walkie-talkie, muy útil cuando hay varios grupos en movimiento y tienen que coordinarse desde diferentes lugares.

También están los jugadores llamados llaneros solitarios que no quieren socializar y jugar solos. Y hay que vigilar cuando contactas con algún jugador porque así como al principio el juego tenía un "target" de jugador con medios para disponer de un terminal potente de última generación, baterías externas, cables y normalmente movilidad, la media de edad estaba entre los 20 y pocos a los 50 y pocos, últimamente el juego ha llegado a adolescentes e incluso menores, aunque en un principio no deberían jugar

por ser un juego destinado a mayores de edad, ahí está el tacto de preguntar la edad y mirar en su solicitud que edad tienen, mirar su perfil de g+ o incluso en Facebook, información de más.

Como aparte y esto es más bien un apunte personal, en nuestra facción siempre ha reinado o intentado reinar el colegueo, el salir a la calle a conocerse, socializar, es lo más importante y divertido para la mayoría. Quedar a hacer una cerveza y ya veremos si luego jugamos, quedar un día a la semana para cenar y acabar a 200km haciendo una operación a las 4 de la madrugada con todas las anécdotas divertidas que te ocurren, cruzarse con jabalíes en el monte por la noche y llevarse un susto de muerte... y luego comentarlo en los *chats* y reírse todos ... son las mejores cosas, reunirse en casa de alguien para celebrar halloween , hacer una barbacoa todos juntos e invitar a todo el mundo de la comunidad lleven un año o dos jugando y conocerse. Esto forma parte de la mentalidad de la mayoría de jugadores y no creo que sea la necesidad de juntarnos por ser menos en nuestra zona geográfica de nuestra facción que la otra, sino porque nos lo pasamos más bien en grupo.

Como veras me he dispersado un poco y he redactado fatal, pero es que es un tema un poco difícil de escribir, lo ideal hubiera sido hablarlo en una terraza, tomando algo y viendo como aparecen jugadores y hackeando algún portal.

Prueba el juego cuando tengas tiempo, te lo recomiendo, relaja, socializas, conoces gente de todo el mundo ves cosas que jamás hubieras advertido en tu propio barrio i te hace caminar que es muy sano.

1. Aunque dices que usáis otros medios de comunicación, como Slack, etc. ¿consideras que el *chat* del juego y las vías oficiales que ofrece *Ingress* son las más importantes? o se les ha ido dando más importancia a otras que ofrecen más cosas?

Las vías oficiales que ofrece el juego son importantes pero de manera diferente, Tiene una zona de "*chat*" dividida en tres partes y puedes seleccionar el rango en km de los mensajes que quieres recibir, mínimo 5km (local) y de ahí a el mundo entero.

COMM: los mensajes que se escriben en esta zona del *chat* los leen todos los jugadores de ambas facciones. También aparecen las acciones que hacen los agentes, como capturar un portal o romper un link o un field.

FACTION: los mensajes en esta zona, solo los leen los jugadores de tu misma facción, salen en el comm tras la marca [secure].

ALERTS: mensajes directos(menciones) y notificaciones de ataques a portales donde tu tengas resonadores o escudos.

En principio el canal *faction* debería ser suficiente, pero basta con crearse una segunda cuenta del otro bando para poder leer lo que allí se dice, por lo tanto pasa a ser inseguro.

El Comm va bien porque cuando aparece un jugador nuevo y acaba el tutorial, si es de tu facción, sale un mensaje diciendo @xxxxxx has completed training. En ese momento es cuando algún reclutador de la facción, le da la bienvenida al juego y le dice que tenemos una comunidad y que si necesita ayuda o tiene dudas que pregunte.

Son mucho más importantes las vías exteriores, si yo necesito que alguien de.. Peñíscola por ejemplo, capture un portal para poder enlazarlo yo desde Barcelona, no usare el ingres como medio para hablar con esa persona, sino que usare otro software o hablaré con algún local que tenga contactos allí y tenga a alguien de allí en un grupo de slack o de Ho o de tg o lo que sea para decirle que a tal hora si puede tenga el portal montado. Es mucho más sencillo que lea un whatsapp que una notificación de ingres de un mensaje directo, además sin el riesgo que alguien se entere y cierre el paso.

2. Según lo que me cuentas, ¿es necesario que para derribar un portal estéis las personas (que haga falta en ese momento) físicamente para derribar el portal enemigo?

Es un juego basado en geocalización, para poder interactuar con los portales, ya sea tirarlos o capturarlos o tirar links desde ellos, debes estar situado a 40 metros como máximo de distancia físicamente. De hecho el juego ofrece “*badges*” o medallas por meritos y una la de *trekker*, se basas en los km realizados con el juego, yo llevo unos 2500km. A más velocidad de la normal, o sea en coche a gran velocidad o en tren o autobús, el programa no cuenta los km que recorres.

También, como en todos los juegos hay tramposos, se les llama Spooferos o Jumpers, falsean la localización del GPS del móvil y se sitúan virtualmente donde les place.

3. ¿Has hecho o haces de mentor?

Sí, he hecho, cuando subí a nivel 8 hacía de mentor, sigo haciéndolo con mi mujer que también juega y con mi hijo de 17 años. De todas maneras hacer de mentor es lo normal cuando ya tienes un nivel alto y los puntos no te interesan mucho, es preferible y te lo pasas mejor guiándolos un poco, aconsejando que si son jóvenes sobretodo no jueguen solos por según que barrio para evitar atracos, o malas situaciones, etc.

Cualquier agente que ve resonadores de un agente novato por su zona se interesa por él y se ofrece a ayudarlo (generalmente).

4. ¿Tenéis contacto con gente internacional? Me refiero que si coordináis movimientos.

Sí, además las “anomalías” son eventos que celebra Niantic a la vez en diferentes ciudades del mundo donde se desplaza gente de todas partes, es como un todos contra todos en un día, en una ciudad determinada. Yo aún mantengo contacto por telegram con los agentes iluminados que conocí en Turín hace unas semanas y un agente de Sri Lanka con el que coincidí allí también.

Es muy necesario para evitar súper Operaciones internacionales.

También he hecho de guía de extranjeros por la ciudad para que capturasen o visitaran el mayor número posible de portales, lo más habitual cuando viajas, es conseguir una sim con datos o roaming, entrar y saludar a los locales. La mayoría de las veces te reciben bien y hasta quedan contigo para guiarte por la ciudad o hacer una cerveza en grupo.

En el evento que hubo en Barcelona, yo era Team Lider y mis movimientos y quien me dirigía mirando el mapa del juego era un agente de Croacia, creo recordar. Las ordenes por walkie o por hang out.

5. Hablas que dentro de la comunidad hay un grupo de desarrolladores, ¿me podrías explicar a qué se dedican más en profundidad?

Es un juego al que accedieron más rápidamente y mayoritariamente, gente muy aficionada a la tecnología, informáticos, etc.. Se suelen desarrollar páginas web, aplicaciones para gestionar las admisiones de jugadores nuevos, mapas de portales y cosas parecidas.

También hay software “pirata” prohibido por el juego que ayuda demasiado y que no está bien visto.

6. ¿El *chat* del que hablas para nuevos jugadores es externo o interno del juego?

La mayoría de los *chats*, son externos al juego.

7. ¿Los *chats* restringidos que también comentabas, fuera o dentro del vieojuego? ¿Y si están fuera son whats slack y esos?

Ídem , externos todos, el juego no da mucha opción en cuanto a *chat* se refiere, muchas veces necesitas pasar ubicaciones y eso se hace mejor desde una aplicación actual de *chat* que permita más flexibilidad.

8. ¿Dirías que para coordinaros, la comunicación instantánea es necesaria?

Imprescindible, como en el ejemplo de Peñiscola que te he puesto. Para que lo entiendas mejor, debo explicarte una cosa más del juego, en verdad es su corazón ideológico por llamarlo de una manera. Los portales no solo son objeto de captura porque si, si no que lo que permiten es linkarse entre ellos y hacer fields.

Imagina que los vértices son 3 portales, al linkarlos entre ellos creas un field, el juego calcula una cantidad de población dentro de ese field y te otorga una cantidad de Mu (Mind Units) capturada para tu facción. Si por ejemplo consigues lanzar un link hasta valencia, y otro a Menorca, necesitas estar contactado con otra para que cierre el lado que falta o mejor aun, una persona o grupo en cada vértice. Hay que hacerlo de manera muy coordinada y esperando hasta el último momento antes de la medición para conseguir que aguante en pie el mayor tiempo posible ya que hay un ranking y un contador a nivel de celdas que ocupan un territorio y a nivel mundial, a veces se realizan operaciones que llegan a cubrir países enteros. En una operación en Sri Lanka cubrieron el 91% del territorio nacional con más de 100 fields superpuestos, con agentes desplazándose en transporte público, coche y hasta barcos.

9. ¿Qué problemas os pueden causar los llaneros solitarios de los que me hablas?

De varias maneras, comportándose inadecuadamente con el resto de jugadores de cualquier bando, haciendo trampas, entorpeciendo operaciones en marcha por desconocimiento. Pero realmente no se va en contra de ellos, se intenta socializar

porque ayuda a hacer equipo pero no puedes obligar a la gente a llevarse bien a la fuerza.

* El siguiente usuario fue contactado mediante *Ingress* España de Google +

Usuario Rauzze

Conversación vía Hangouts. Para ver las capturas de pantalla de la conversación hacer click en el enlace: <https://drive.google.com/folderview?id=0ByT8xGd-rXGJUnZCUUhZeGVpQ1U&usp=sharing>

7.2. Documentos *League of Legends*

Usuario Sanchez

Conversación vía Twitter. Para ver las capturas de pantalla de la conversación hacer click en el enlace: <https://drive.google.com/folderview?id=0ByT8xGd-rXGJMGhscHo3MjVpMjQ&usp=sharing>

7.3. Documentos *World of Warcraft*

* El siguiente usuario es un contacto privado

Usuario Azthlán

1. ¿Del 1 al 10, qué importancia le das a la comunicación en *WoW*?

8

2. ¿Crees que sin comunicación el juego podría darse? ¿Por qué?

Si, hay una gran parte del juego que se hace en solitario y no es necesario el *chat* para su desarrollo.

Más allá de las raids, arenas, etc, ¿hasta qué nivel influye la comunicación entre usuarios para crear una comunidad?

Mucho, es lo que marca la diferencia entre el *WoW* y un juego de rol normal.

3. ¿Cuáles son los *chats* que más usas? ¿Por qué?

El de hermandad porque es la gente con la que más juegas, y se crean vínculos. El comercio, porque es él llega a más usuarios y para vender, buscar o cualquier cosa es lo más práctico.

4. ¿Qué importancia les das a estos dentro de las batallas? ¿y fuera?

Dentro es imprescindible para conseguir un buen funcionamiento del juego. Fuera es más para ocio, estar hablando con amigos mientras hacer otras cosas en el juego

5. ¿Podrías describir brevemente el uso que se da a cada *chat*? (Para socializar, organizar, coordinar, retroalimentación, tutorizar, etc)

Dentro de raid, mazmorra, campo de batalla, básicamente para la organización del grupo, tanto previa al encuentro como durante.

El *chat* de hermandad para poder organizar cosas dentro de la propia hermandad, y hablar de cualquier cosa.

Los *chats* de zona del mapa normalmente para algunas misiones que se requiere más de un jugador, consultar dudas sobre localizaciones.

Buscar hermandad, en desuso.

Comercio, es el más popular, como tiene cobertura en todas las ciudades, llega a más usuarios y así mayor difusión.

Susurros, mensajes instantáneos privados directos a otros usuarios.

Grupos personalizados. A veces para la organización dentro de las bandas, se crean grupos de *chat* con usuarios concretos, para organizar por funciones, por ejemplo *chat* de sanadores, para entre ellos ir organizando los encuentros.

6. *WoW* es conocido por ser un mundo persistente. ¿Juegas al juego solo por las batallas o por la comunidad que además ofrece?

Por la comunidad y las oportunidades que ofrece. Aparte de la historia lineal del juego de rol incluye mucha más variedad, para entretener y socializar.

7. Además de las batallas, ¿haces otras cosas en *WoW*?

Si, desde pasar horas muertas dando saltos en el banco mientras hablo con gente, buscar materiales, logros, etc etc.

8. *WoW* incluye un *chat* de voz, ¿Dónde se usa más? ¿Es eficiente o puede ser problemático?

Nunca ha dado muy buena calidad, siempre uso programas exteriores para comunicación por voz

9. ¿Qué prefieres, *chat* escrito, *chat* de voz o ambos? ¿Por qué?

Depende del nivel y de con quién esté jugando. Si son desconocidos, y algo sin demasiada complicación *chat* escrito, muchas veces mientras se hace una banda se está al tiempo hablando con los compañeros de hermandad por voz. Para encuentros que requieren mayor coordinación siempre por voz, el escrito se usa para casos puntuales, o dejar constancia a modo de recordatorio de indicaciones por ejemplo.

10. ¿Cuál crees que son las herramientas comunicativas, dentro del juego, más eficientes (*chats*, mapas, alertas...)?

Yo creo que lo más eficiente son los susurros, por la vistosidad, otros *chats* a veces se quedan arriba en el *chat* y se pierden. El calendario con la creación de eventos también es una gran herramienta.

11. ¿Y las externas?

Oficial hay un foro que está bastante bien atendido por el staff de Blizzard, y luego páginas web externas a la empresa pero con apoyo oficial, que aportan guías, consejos, review de novedades, que dan un gran apoyo.

12. ¿Usas programas externos para mejorar la comunicación? (Foros no oficiales, páginas web especializadas en determinados aspectos) *Esta pregunta la hago porque hay otros juegos que tienen carencia en determinados aspectos y son los jugadores que crear aplicaciones o programas para mejorar la jugabilidad

Hay multitud de foros, blogs, redes sociales, pero lo que más utilizo es o el propio foro o la web <http://www.WoWchakra.com/>

13. Si tienes Guild/Hermandad, ¿cómo la gestionáis? ¿Tenéis canales externos para organizaros?

Se utiliza el calendario para la creación de los eventos y hacer previsión de asistentes a estos. Externamente se usa, cada vez menos, foros privados para los integrantes de la hermandad, sustituido desde hace unos años por grupos de WhatsApp, FB, etc.

14. ¿Crees que hay una rotura de la cuarta pared? *(Aquella entre lo real y lo virtual)
En referencia a si te sientes parte del juego, como un ciudadano, por ejemplo. He leído que hay gente que se ha casado dentro del juego, que hacen funerales, etc...
Si tienes alguna experiencia de esas ponla en la siguiente pregunta

Sí, es un juego con muchos usuarios, mucho tiempo, y que requiere de mucho contacto social, y puedes incluso dejar de lado el tema principal y centrarte solo en la comunidad, comerciar, y seguro que hay gente que puede llegar a tomarlo como suyo.

15. Si quieres explicar tu experiencia en el juego desde el punto de vista de la socialización: si crees que el juego favorece a crear comunidades, a hacer amigos.

Yo empecé a jugar en mayo de 2007, y desde entonces he conocido mucha gente dentro del juego, y en muchos casos han llegado a ser grandes amistades en la vida real. Sin el componente social el juego sería un juego de rol como un Final Fantasy por ejemplo, y eso es algo que se basa su éxito. Han salido muchos juegos posteriores, mundos persistentes con mucha mejor calidad gráfica, de jugabilidad, con muy buenos hilos argumentales, pero al carecer de esa comunidad dentro del juego no terminan de cuajar.

*El siguiente usuario fue contactado mediante el foro *WoWaura*

Usuario Gabico

1. ¿Del 1 al 10, qué importancia le das a la comunicación en *WoW*?

Un 10.

2. ¿Crees que sin comunicación el juego podría darse? ¿Por qué?

Se trata de un *MMORPG*, es decir, que sin los demás a poco puedes llegar. Por tanto la comunicación es el primer elemento necesario para esta clase de juegos. Podrías probar a jugar tu solo en un mundo tan amplio y seguramente te lo pasarías bien, pero se cierran muchísimas puertas quitando la comunicación.

3. Más allá de las raids, arenas, etc, ¿hasta qué nivel influye la comunicación entre usuarios para crear una comunidad?

Antes que simples códigos binarios como lo son nuestros personajes, somos personas. He visto casos en los que las personas se casan dentro de un mundo

virtual y en la realidad también. Por ello creo que el límite dentro de la comunicación en *WoW* es inexistente.

4. ¿Cuáles son los *chats* que más usas? ¿Por qué?

Generalmente suelo estar más presente en el canal Posada. La razón es porque adoro hablar con la gente, conocerla, saber su opiniones respecto a distintos temas.

5. ¿Qué importancia les das a estos dentro de las batallas? ¿y fuera?

Imaginémonos a Alejandro Magno en una guerra pero sin poder dar una sola orden y mucho menos avisar a sus tropas un posible peligro cercano. La batalla estaría perdida.

6. ¿Podrías describir brevemente el uso que se da a cada *chat*? (Para socializar, organizar, coordinar, retroalimentación, tutorizar, etc)

-El canal General: Se usa principalmente para hablar con gente que se encuentra en la misma zona que tu.

-El canal Comercio: Se usa para comerciar con el resto de jugadores encuentren donde se encuentren.

-El canal Defensa: En caso de que una zona esté en peligro, el sistema te avisa por este canal.

-El canal Buscar hermandad: Principalmente para buscar hermandades.

-El canal Posada: Como cuando salimos a tomar algo con los colegas, momento de relax.

-El canal Banda: Sirve para comunicarte con miembros de la banda a la que perteneces.

-El canal Hermandad: Sirve para comunicarte con miembros de tu hermandad.

-El canal Campo de Batalla: Sirve para comunicarte con los demás jugadores de un campo de batalla.

-El Canal Susurro/Wishpeo: Sirve para hablar de forma privada con otro usuario.

7. *WoW* es conocido por ser un mundo persistente. ¿Juegas al juego solo por las batallas o por la comunidad que además ofrece?

Por ambas cosas, el juego es como un bizcocho y la gente como la capa de chocolate que lo endulza.

8. Además de las batallas, ¿haces otras cosas en *WoW*?

Normalmente charlas y charlas con la gente que he conocido, pero me gusta mucho curiosear sobre distintas cosas que encuentro en el mundo de *WoW*. Preguntarme ¿Por qué esto lo diseñaron así? o ¿Quién está tras este mapeado? son algunas de las cuestiones que alimentan mi hobby. En definitiva, busco muchísima información sobre el desarrollo y diseño de *WoW*.

9. *WoW* incluye un *chat* de voz, ¿Dónde se usa más? ¿Es eficiente o puede ser problemático?

Pfff..., los programas externos acaban rentando mucho más, pero es un buen logro. Puede llegar a ser problemático, como todo, pero con un sistema de "muteo" todo se arregla fácilmente.

10. ¿Qué prefieres, *chat* escrito, *chat* de voz o ambos? ¿Por qué?

Ambos. El *chat* de voz agiliza el proceso, te ahorras el tener que escribir mientras juegas y eso da velocidad a las acciones. Pero cuando me apetece jugar sin compañía, no me agrada el escuchar a alguien en mis auriculares, prefiero tener la música puesta y escribirles.

11. ¿Cuál crees que son las herramientas comunicativas, dentro del juego, más eficientes (*chats*, mapas, alertas...)?

Los más importantes evidentemente los *chats*. Querer expresar lo que quieres sin marcos predeterminados por los desarrolladores es algo imprescindible.

12. ¿Y las externas?

Los Foros, guías, el mismo *WoWHead* son fuentes de información enormes donde puedes resolver cualquier duda en poco tiempo, además es un lugar donde plantear una opinión o problema sin ningún tipo de limitación.

13. ¿Usas programas externos para mejorar la comunicación? (Foros no oficiales, páginas web especializadas en determinados aspectos) *Esta pregunta la hago

porque hay otros juegos que tienen carencia en determinados aspectos y son los jugadores que crean aplicaciones o programas para mejorar la jugabilidad

Sí los uso. Sobretudo Foros no oficiales, aplicaciones creadas por usuarios etc...

14. Si tienes Guild/Hermandad, ¿cómo la gestionáis? ¿Tenéis canales externos para organizaros?

Generalmente solemos usar siempre los mismos canales para todo, es decir, canal Hermandad para casi todo. Entre Oficiales tenemos un canal donde debatimos las decisiones importantes que afectan a la Hermandad. Cuando salimos a hacer una visita a la facción contraria usamos el canal "Banda" y para cosas importantes el Canal Hermandad. Todo depende de cual sea la situación.

15. ¿Crees que hay una rotura de la cuarta pared? *(Aquella entre lo real y lo virtual)

En referencia a si te sientes parte del juego, como un ciudadano, por ejemplo. He leído que hay gente que se ha casado dentro del juego, que hacen funerales, etc...

Si tienes alguna experiencia de esas ponla en la siguiente pregunta

Quieras o no, siempre va a haber una persona tras la pantalla. Personalmente he conocido gente que ha dedicado funerales a compañeros que se han casado en la vida real (Por el tema de no volver a verlos jaja) o funerales a compañeros que han fallecido en la vida real. Si eres un jugador regular pasarás tiempo compartiendo risas, debates, enfados etc... con otras personas las cuales no son "reales" dentro del mismo juego y cuando estas personas se marchan sientes que tanto su personaje como su actitud virtual desaparecen. Existe una ruptura de la cuarta pared.

De todas formas al entrar en un videojuego has de saber que vas a encarnar un personaje que ha sido forjado por la historia de dicho videojuego y que tus acciones tendrán consecuencias respecto al resto de NPC's que se encuentren en una ciudad por ejemplo. Por tanto, sí, me siento parte del juego.

16. Si quieres explicar tu experiencia en el juego desde el punto de vista de la socialización: si crees que el juego favorece a crear comunidades, a hacer amigos.

Recuerdo cuando mi hermana siempre me decía : ¡Sal del ordenador y ve a socializarte un poco!. A lo que yo contestaba: Estoy jugando a un juego donde he de hablar con casi siete mil personas de todas las partes del mundo ¿Esto no es

socializar?. Personalmente creo que los juegos en línea favorecen la creación de comunidades, enriquece la cultura dado que hablas con prácticamente todos los continentes, rompes estereotipos al encontrarte que lo que parece ser un Enano paladín de nivel 80, no es más que una joven de 22 años la cual todo el mundo cree popular, antifreak, etc... Se hacen buenos amigos aunque como con todo en internet, tienes que ir con cuidado.

7.4. Documentos Counter Strike

*Los siguientes usuarios fueron contactados mediante los foros oficiales de Steam Spain

Usuario Souk

Antes que nada, tengo que decirte que en el CS, hay 3 tipos de “jugabilidades”, la COMPETITIVA, la “PÚBLICA” y la “COMPETITIVA PÚBLICA”, la COMPETITIVA va de EQUIPOS (clanes,teams,etc), una buena forma de “ejemplarlo” sería el FÚTBOL, en cada team hay 5 jugadores dentro de un mapa, cada uno tiene su “rol” dentro del mapa, y van contra otro EQUIPO.

La “PÚBLICA” se trata de servidores normales, a veces oficiales o no, donde se admiten más de 30 jugadores, es un servidor donde todos pueden entrar, pueden hablar entre jugadores, divertirse, y también PRACTICAR, claro está, practicar para algún día entrar a un team y poder jugar competitivamente.

La “COMPETITIVA PÚBLICA” es algo que viene desde el CS 1.6, pero se “oficializó” con el CS:GO, el modo “COMPETITIVO” o “MATCHMAKING”, encuentra 5 jugadores por equipo (TERRORISTA Y ANTI-TERRORISTA) de una misma zona, entrando en servidores oficiales para jugar en contra. Con esto, los jugadores ganan un “RANGO”, con el que miden cómo juegan.

Ahora sí, las preguntas!!!

1. ¿Del 1 al 10, qué importancia le das a la comunicación en CS?

Hablando competitivamente, 10, en un EQUIPO (clan, team, etc) siempre es importante estar comunicado, ya sea solo hablando como amigos, o para saber dónde está el enemigo, etc.

2. ¿Crees que sin comunicación el juego podría darse? ¿Por qué?

Sí, pero perdería la “esencia profesional” que tiene, la comunicación entre jugadores es tan importante como la forma en la que uno juega

3. Más allá de las partidas, etc, ¿hasta qué nivel influye la comunicación entre usuarios para crear una comunidad?

Es tanto, que se han creado comunidades solamente de una ciudad, yo, vivo en Puerto Montt (Chile), y en steam hay un “CS Puerto Montt”, “CS Santiago”, “CS etc”. Aquí en mi ciudad, se han hecho “juntas” solo para pasar el rato juntos, entre jugadores de CS. También, se han formado AMISTADES, gente conociendo gente de su misma ciudad, con los mismos gustos, y el mismo “nivel de juego”, lo que lleva a una amistad, y por lo general que termina siendo un TEAM

4. ¿Cuáles son los *chats* que más usas? ¿Por qué?

Depende del tipo de juego en el que esté, dentro del juego hay 3 tipos de “*chats*”, el de VOZ (en general), el “*chat* de TEXTO” (en general) y el “*chat* de TEXTO” (por equipo), en un PUBLICO se usa más el de VOZ, o el *chat* de TEXTO (en general), para “socializar”, o solo conversar entre jugadores. Mientras que en un juego de un EQUIPO vs EQUIPO, siempre se usa el *chat* de TEXTO (por equipo), o algo externo al juego (Skype, TeamSpeak, Etc), lo que es completamente “legal”.

5. ¿Qué importancia les das a estos dentro de las batallas? ¿y fuera?

Dentro de una “batalla” nunca puede faltar el *chat* de VOZ, claro está, entre equipos, puede usarse un programa externo al juego, o solo dentro del juego, en los “servidores para batallas”, los TERRORISTAS solo escuchan el *chat* de voz de TERRORISTAS, y viceversa con los ANTI-TERRORISTAS. Fuera de las “batallas”, (en servidores “PUBLICOS”) se usan todos los *chats*, ya sea para molestar, divertirse, gritarle a otro jugador porque hizo algo mal, decirle a un jugador que hizo algo mal, hablarle a otro, etc.

6. ¿Podrías describir brevemente el uso que se da a cada *chat*? (Para socializar, organizar, coordinar, retroalimentación, tutorizar, etc)

No respondida

7. CS ha sido el *shotter* por excelencia. ¿Juegas al juego solo por las batallas o por la comunidad que además ofrece?

Empecé en el CS 1.6 solo para divertirme, como todos, y de a poco me adentraba en el mundo de los "TEAMS", y en ya jugarlo SERIAMENTE. El día de hoy, lo juego para divertirme, para jugar con mis amigos que tenemos un team, para conocer más gente, y buf! El juego en si, tiene una buena comunidad, claro está, que esa "buena comunidad" no es entre países, es normal encontrar "peleando" a un grupo de Chilenos con un grupo de Argentinos, un grupo de Mexicanos con un grupo de Estado-Unidenses, Chilenos/Argentinos/Peruanos/Bolivianos/Uruguayos/etc peleando con un grupo de Brasileños, y así como siempre ha sido.

8. Además de las batallas, ¿haces otras cosas en CS?

Uf! Pues me divierto, de a poco conozco más gente, juego en servidores en los que siempre hay gente amistosa a la que conocer, practicar, etc.

9. CS incluye un *chat* de voz, ¿Dónde se usa más? ¿Es eficiente o puede ser problemático?

El *chat* de voz se usa en todas partes, en batallas de equipos, en servidores públicos, en todo. El *chat* de voz es MUY eficiente, en CS:GO, se han hecho actualizaciones solamente para mejorar la calidad de los MICRÓFONOS. Problemas con el *chat* de voz si que hay, pero es por los mismos jugadores, pero es lo de menos, siempre se puede "silenciar" a un jugador, o se pueden "silenciar" todos los micrófonos

10. ¿Qué importancia crees que tienes los *chats* públicos?

Bueno, en un servidor público, aparte de conocer gente, puedes conocer equipos, siempre está el que está luciendo su "TAG" (abreviación del nombre del team), cosa que así puedes conocer equipos, y buscarlos, y si quieres entrar, puedes entrar, y etc, etc, etc.... Si eres nuevo, lo mejor que puedes hacer aparte de ver vídeos y ver guías, es ir a un servidor público, y preguntarle a alguien ya "experimentado" dentro del juego que te ayude, que te pueda explicar cómo va el juego, como disparar, etc.

11. ¿Qué prefieres, *chat* escrito, *chat* de voz o ambos? ¿Por qué?

Completamente *chat* de voz. Se puede escoger la tecla con la que “hablar” por el micrófono, cosa que lo más “normal” es poner la RUEDA DEL MOUSE (apretarla) para hablar, esto lleva a más RAPIDEZ de comunicación, por ejemplo, si estás en un lugar del mapa, y a lo lejos ves cómo le están entrando a un compañero por detrás, vas, hablas por el micrófono y le dices “Cuidado atrás, están entrando” (etc) digo lo de la rueda del mouse, porque es la forma más rápida, o “cómoda” de hablar. Pero de que “qué *chat* prefiero”, completamente el de voz

12. ¿Cuál crees que son las herramientas comunicativas, dentro del juego, más eficientes (*chats*, mapas, alertas...)?

Las herramientas más eficientes, obviamente son los *chats*, pero por ejemplo, si estas jugando solo(sin amigos), siempre está el RADAR(minimapa en la esquina arriba), en el RADAR, si un compañero ve a un enemigo, saldrá un “punto rojo” dentro de tu RADAR, lo que hará que podrás saber dónde hay 1 enemigo, en las batallas de equipo, como hay solo 5 jugadores contra 5 jugadores, por ejemplo, si eres ANTI-TERRORISTA, es fácil saber dónde irán los enemigos, ya que en el equipo TERRORISTA, se tiene que entrar a un lugar en CONJUNTO, nunca solo, porque es lo más “suicida”, lo que lleva a, que si eres A-T, si ves a un enemigo en un lugar, lo más probable es que haya 2 o 3 más en ese mismo lugar (o cerca).

13. ¿Y las externas?

Foros no se usa mucho, hay, pero casi ni se usan, pero las herramientas externas más usadas en el juego son cosas de VOZ, por ejemplo, TeamSpeak, o Skype, o el mismo sistema de *chat* de voz de Steam.

14. ¿Usas programas externos para mejorar la comunicación? (Foros no oficiales, páginas web especializadas en determinados aspectos) *Esta pregunta la hago porque hay otros juegos que tienen carencia en determinados aspectos y son los jugadores que crear aplicaciones o programas para mejorar la jugabilidad

En los pocos foros que hay (por lo menos en mi país) siempre está el tema de “ayuda a novatos”, lo que explica un poco como es el juego, la importancia de la comunicación entre compañeros de equipo, etc. Yo, uso TeamSpeak para hablar con mis “compañeros de juego”.

15. ¿Tienes un grupo fijo con el que jugar? Si es así. ¿Cómo os comunicáis para organizaros para jugar una partida?

Si, un grupo de amigos. Tenemos el típico grupo de WhatsApp, donde hay alguien que dice “jugamos una?” y bueno, ahí todos entran, se meten al TeamSpeak, y de ahí empieza todo

16. ¿Crees que hay una rotura de la cuarta pared? *(Aquella entre lo real y lo virtual) En referencia a si te sientes parte del juego, como un verdadero tirador, por ejemplo. Y también si gracias a las herramientas de comunicación, al jugar con tus amigos, sientes que la barrera de la distancia no es tan grande.

Osea, el CS puede ayudarte en algún momento en el que tengas que usar un arma, osea, tendrías un conocimiento “básico” (retroceso, apuntado, etc), o en algún “momento de película” en el que tengas que usar “habilidades tácticas” tienes un “conocimiento básico”. Y bueno, yo a los 8 años claramente me creía un policía disparándoles a terroristas plantando bombas, Jajaja

17. Si quieres explicar tu experiencia en el juego desde el punto de vista de la socialización: si crees que el juego favorece a crear comunidades, a hacer amigos, etc.

Uff!! Llevo bastante dentro del juego, lo que me ha llevado a conocer varia gente, y lo que más me gusta es que el día de hoy, veo en el CS:GO, gente que conocía desde el CS 1.6, o viceversa, o cuando vuelvo a jugar CS 1.6 un rato, todavía puedes ver en servidores a gente que veías en el 2011, 2012, uff!! Y de paso te llevas unos buenos recuerdos. A mí me pasó, que en el CS 1.6, conocí a alguien que era de mi misma edad, mi misma ciudad y todo, y ¿qué pasó?, al año siguiente nos encontramos en un mismo colegio, nos reconocimos y uff!! Hasta el día de hoy jugamos juntos! :P

Usuario Dsk86

1. ¿Del 1 al 10, qué importancia le das a la comunicación en CS?

-10

2. ¿Crees que sin comunicación el juego podría darse? ¿Por qué?

-Si lo que se desea son partidas competitivas serias, es necesario la comunicación entre los componentes del equipo, permite coordinar al equipo, aumentar la

información dinámica y estática del juego, tal como la situación de los enemigos, estrategias grupales que permiten aumentar mucho las posibilidades de ganar rondas. Además la comunicación entre compañeros facilita la creación de vínculos afectivos que pueden influir en el curso de la partida, ya que estos vínculos pueden motivar a nivel individual y reforzar las habilidades individuales de los jugadores.

3. Más allá de las partidas, etc, ¿hasta qué nivel influye la comunicación entre usuarios para crear una comunidad?

-Influye a nivel personal, crea un clima entorno al juego, que por norma general, hace que la partida sea más confortable. Este clima hace que se creen vínculos entre los jugadores, favoreciendo algo más que una relación meramente casual, sino mas afectiva

4. ¿Cuáles son los *chats* que más usas? ¿Por qué?

-Team Speak o skype, si son amigos, ya que permiten la comunicación sin tener que interactuar con botones y te permiten elegir con que usuarios hablar.

5. ¿Qué importancia les das a estos dentro de las batallas? ¿y fuera?

-9, son importantes por lo que ya mencione anteriormente.

6. ¿Podrías describir brevemente el uso que se da a cada *chat*? (Para socializar, organizar, coordinar, retroalimentación, tutorizar, etc)

-Generalmente el *chat* lo usamos con el fin organizar y mejorar la coordinación del equipo, pero más adelante se convierte en medio para hablar y socializar con los amigos.

7. CS ha sido el shotter por excelencia. ¿Juegas al juego solo por las batallas o por la comunidad que además ofrece?

-Juego principalmente por la experiencia de juego, y por la dificultad añadida de jugar en equipo.

8. Además de las batallas, ¿haces otras cosas en CS?

-Practicar aim, usar mapas de workshop para variar.

9. CS incluye un *chat* de voz, ¿Dónde se usa más? ¿Es eficiente o puede ser problemático?

-Ese *chat* de voz únicamente se usa en MachMaking cuando juegas solo o con un par de amigos para comunicarse con el resto de jugadores de tu equipo asignados aleatoriamente. Generalmente es un problema porque la información se da mal o tarde porque al ser de diferentes nacionalidades debemos usar un idioma común como inglés y dificulta la comunicación, o en muchas ocasiones son jugadores ocasionales que utilizan ese *chats* para insultar o troleear.

10. ¿Qué importancia crees que tienes los *chats* públicos?

-Suponen una alternativa para hablar con compañeros asignados aleatoriamente, pero en definitiva si se quiere jugar a un nivel alto se utiliza programas externos que facilitan la comunicación

11. ¿Qué prefieres, *chat* escrito, *chat* de voz o ambos? ¿Por qué?

-*Chat* de voz por la rapidez de comunicación

12. ¿Cuál crees que son las herramientas comunicativas, dentro del juego, más eficientes (*chats*, mapas, alertas...)?

-Indicaciones de voz de los compañeros y señales en el radar

13. ¿Y las externas?

-Avisos oficiales sobre actualizaciones en la portada del juego.

14. ¿Usas programas externos para mejorar la comunicación? (Foros no oficiales, páginas web especializadas en determinados aspectos) *Esta pregunta la hago porque hay otros juegos que tienen carencia en determinados aspectos y son los jugadores que crear aplicaciones o programas para mejorar la jugabilidad

-Team Speak

15. ¿Tienes un grupo fijo con el que jugar? Si es así. ¿Cómo os comunicáis para organizaros para jugar una partida?

-Sí, generalmente skype.

16. ¿Crees que hay una rotura de la cuarta pared? *(Aquella entre lo real y lo virtual) En referencia a si te sientes parte del juego, como un verdadero tirador, por ejemplo. Y también si gracias a las herramientas de comunicación, al jugar con tus amigos, sientes que la barrera de la distancia no es tan grande.

-Creo que aunque la experiencia de juego sea envolvente, hay una distancia muy grande entre la realidad y la experiencia virtual del juego. A lo largo de horas de juego, experimenta una sensación de realizar un deporte, ya que requiere habilidades presentes en deportes reales tales como la coordinación de equipo o reflejos.

17. Si quieres explicar tu experiencia en el juego desde el punto de vista de la socialización: si crees que el juego favorece a crear comunidades, a hacer amigos, etc.

No contestada

Usuario Ben

1. ¿Del 1 al 10, qué importancia le das a la comunicación en CS?

10

2. ¿Crees que sin comunicación el juego podría darse? ¿Por qué?

No, no es posible ya que la información que es proporcionada por los 5 jugadores del equipo es de vital importancia para saber dónde atacaran los enemigos y con dicha información puede ser contrarrestado.

3. Más allá de las partidas, etc, ¿hasta qué nivel influye la comunicación entre usuarios para crear una comunidad?

Tiene mucha influencia, tanto que lo podemos ver en las comunidades de habla inglesa donde se hace una discusión hasta del detalle más pequeño de una comunidad de gaming en concreto.

4. ¿Cuáles son los *chats* que más usas? ¿Por qué?

Bueno, hablando específicamente de *Counter Strike: Global Offensive*, el *chat* que más utilizo es el mismo que proporciona el juego (in-game), aunque muchas otras personas prefieren usar servicios tales como: Skype, Raid Call, Team Speak, Mumble, e incluso el *chat* de voz que se puede crear a través de una ventana de *chat* de la plataforma Steam.

5. ¿Qué importancia les das a estos dentro de las batallas? ¿y fuera?

Pues dentro de las partidas como mencionaba en una de las preguntas anteriores es de vital importancia para las partidas en el juego, y fuera del juego pues con las amistades que uno puede tener en todo el globo terrestre, por ejemplo tengo muchos amigos de muchos lugares en el mundo y charlo con ellos con frecuencia, ya no solo es una cuestión de juego, es una amistad que nació a causa de un juego

6. ¿Podrías describir brevemente el uso que se da a cada *chat*? (Para socializar, organizar, coordinar, retroalimentación, tutorizar, etc)

Por ejemplo para organizar se puede usar la plataforma de steam, facebook, whatsapp.

Para dar tutorías los foros

Las retroalimentaciones usualmente se dan mediante *chat* de voz al igual que la coordinación.

7. CS ha sido el shotter por excelencia. ¿Juegas al juego solo por las batallas o por la comunidad que además ofrece?

Juego por ambas cosas, va desde el simple deseo de jugar un poco con amigos o desconocidos y también por la gran comunidad que la plataforma steam a creado alrededor de *Counter Strike: Global Offensive*

8. Además de las batallas, ¿haces otras cosas en CS?

Claro, con la versión de *Counter Strike: Global Offensive* se metió la opción de poder tener las armas con diseños muy variados a lo cual se le llama "skins" estas pueden ser vendidas/compradas a través del mercado de la comunidad de steam y pues una de las cosas que me gusta hacer con mi *Counter Strike: Global Offensive* es intercambiar skins y de paso sacar una ganancia para poder tener mejores skins mientras juego/intercambio

9. CS incluye un *chat* de voz, ¿Dónde se usa más? ¿Es eficiente o puede ser problemático?

Concretamente el *chat* se usa in-game en las partidas competitivas (Ranked) y puede ser muy útil pero si se abusa del *chat* de voz puede ser muy problemático durante una partida.

10. ¿Qué importancia crees que tienes los *chats* públicos?

Puede ser útil para compartir información para novatos que se inician en el juego, reportar bugs, hacer sugerencias o denuncias, etc.

11. ¿Qué prefieres, *chat* escrito, *chat* de voz o ambos? ¿Por qué?

En el juego mi preferencia es el *chat* de voz, ya que durante una partida no te puedes detener a leer el *chat* ya que ese segundo en el que estás leyendo puedes morir.

12. ¿Cuál crees que son las herramientas comunicativas, dentro del juego, más eficientes (*chats*, mapas, alertas...)?

Chat de voz y control de mapa, son la clave del juego.

13. ¿Y las externas?

Foros, videos, imágenes.

14. ¿Usas programas externos para mejorar la comunicación? (Foros no oficiales, páginas web especializadas en determinados aspectos) *Esta pregunta la hago porque hay otros juegos que tienen carencia en determinados aspectos y son los jugadores que crear aplicaciones o programas para mejorar la jugabilidad

No, en cuanto a comunicación únicamente utilizo las oficiales.

15. ¿Tienes un grupo fijo con el que jugar? Si es así. ¿Cómo os comunicáis para organizaros para jugar una partida?

Actualmente no, pero antes tenía un equipo y pues hablábamos mediante Steam, Facebook, Whatsapp para organizar nuestras partidas.

16. ¿Crees que hay una rotura de la cuarta pared? *(Aquella entre lo real y lo virtual) En referencia a si te sientes parte del juego, como un verdadero tirador, por ejemplo. Y también si gracias a las herramientas de comunicación, al jugar con tus amigos, sientes que la barrera de la distancia no es tan grande.

En mi caso no hay una rotura de la pared, sé que no soy un tirador pero en mi caso la pared que se ha roto es la social, el poder hablar con alguien que está al otro lado del mundo es algo que en cierta forma te llega a formar amistades a veces más sólidas que las que se forman en la vida real.

17. Si quieres explicar tu experiencia en el juego desde el punto de vista de la socialización: si crees que el juego favorece a crear comunidades, a hacer amigos, etc.

Definitivamente es un sí, muchos de mis mejores amigos vinieron a causa de los videojuegos y a los años los conocí en persona y también están los que aún no conozco en la vida real pero me gustaría hacerlo.